

TRANSFORMASI NILAI PERUSAHAAN MELALUI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GREEN ACCOUNTING, DAN CARBON EMISSION DISCLOSURE

Alvira Nirjayanti^{1*}, Nera Marinda Machdar²

^{1,2}) Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

^{1*}) alviranj49@gmail.com

²) nmachdar@gmail.com

ABSTRACT

Nilai perusahaan adalah tolak ukur utama kinerja karena membantu kita memahami bagaimana perusahaan dihargai di lingkungan bisnis. Namun, pertumbuhan ekonomi yang pesat telah memperparah masalah lingkungan. Salah satu cara untuk mendapatkan legitimasi di mata masyarakat dan memperoleh informasi, terutama tentang aspek lingkungan dan sosial, adalah dengan berinvestasi dalam program restorasi lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis teori yang membahas *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *literatur review* untuk menganalisis dan menyajikan alasan di balik variabel-variabel penjas, serta temuan dari penelitian sebelumnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Sinyal (*signalling theory*), Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*), dan Teori Stakeholder. Variabel-variabel diduga mempengaruhi nilai perusahaan meliputi *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* terhadap nilai perusahaan berbeda-beda, sehingga belum tercapai kesepakatan yang jelas. Studi ini memberikan gambaran rinci berdasarkan fakta yang ada dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure*.

Kata Kunci Keywords: *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting*, *Carbon Emission Disclosure*, dan Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

Company value is a key measure of performance because it helps us understand how a company is valued in the business environment. However, rapid economic growth has exacerbated environmental

Article history

Received: desember 2024

Reviewed: desember 2024

Published: desember 2024

Plagirism checker no 77

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

problems. One way to gain legitimacy in the eyes of society and obtain information, especially about environmental and social aspects, is to invest in environmental restoration programs. This research aims to find and analyze theories that discuss Corporate Social Responsibility, Green Accounting and Carbon Emission Disclosure on company value. This research uses the literature review method to analyze and present the reasons behind the explanatory variables, as well as findings from previous research. The theories used in this research are Signaling Theory, Legitimacy Theory and Stakeholder Theory. Variables thought to influence company value include Corporate Social Responsibility, Green Accounting and Carbon Emission Disclosure. The research results show that the relationship between Corporate Social Responsibility, Green Accounting and Carbon Emission Disclosure on company value varies, so a clear agreement has not been reached. This study provides a detailed description based on existing facts and can be a reference for further research using the variables Corporate Social Responsibility, Green Accounting and Carbon Emission Disclosure.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Green Accounting, Carbon Emission Disclosure and Company Value*

PENDAHULUAN

Citra perusahaan dibangun melalui pengelolaan yang baik. Citra yang baik dapat mencerminkan bagaimana kualitas produk atau layanan, etika bisnis, kebijakan sosial, tanggung jawab lingkungan, dan dapat dilihat dari aspek yang lain. Dari citra yang dapat dilihat oleh perusahaan, maka akan mendukung kesuksesan jangka panjang perusahaan dan meningkatkan loyalitas atau kepercayaan di mata publik serta pemangku kepentingan lainnya. Menurut John Elkington, perusahaan dapat sustainable, bukan hanya bersinergi pada laba yang dihasilkan, tetapi juga bisa berkontribusi pada aspek 3P (profit, people, dan planet). Perusahaan yang memenuhi aspek 3P tersebut, akan mempengaruhi keberlanjutan perusahaan dan nilai perusahaan sehingga nantinya perusahaan dapat memenuhi kebutuhan jangka panjang. Citra positif perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Wahyu & Mahfud, (2018) Nilai Perusahaan (firm value) yaitu suatu gambaran kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan melalui proses operasional. Meningkatkan nilai perusahaan dapat mendukung performa di mata pemangku kepentingan. Dengan nilai perusahaan yang baik menunjukkan Perusahaan sukses dalam menciptakan kepercayaan, memberikan produk atau layanan yang berkualitas, dan memiliki strategi bisnis yang efektif. Nilai perusahaan mempunyai korelasi dengan saham perusahaan. Meningkatkan harga saham memberikan kesejahteraan pemegang saham sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Salah satu bentuk daya tarik investor adalah membeli saham sehingga permintaan terhadap saham naik.

Fenomena yang berhubungan dengan nilai Perusahaan salah satunya hasil rekapitulasi indeks harga saham tahunan pada industri dasar dan kimia tahun 2020-2022. Menurut data bahwa dalam kurun waktu selama 3 tahun mengalami fluktuasi, dimana tahun 2020 terjadi penurunan harga saham yang signifikan hingga mencapai - 5,84%, tahun 2021 mengalami peningkatan

sebesar 0,12 %, dan tahun 2022 kembali turun sebesar -1,48 %. Terjadinya peningkatan dan penurunan ini kemungkinan terjadi sesuatu yang mempengaruhi persepsi investor dalam menanamkan modalnya. Investor dalam menanamkan modalnya tidak sembarangan karena ada beberapa pertimbangan informasi yang harus kuat untuk memutuskan hal tersebut. Ketidakstabilan harga saham pada perusahaan yang menjadi pilihan akan mempengaruhi keputusan investor karena investor harus mengetahui alasan penurunannya. Oleh karena, salah satu alasan penurunan harga saham bisa dilihat dari manajemen lingkungan yang baik.

Sebagai respon terhadap fenomena tersebut, sejumlah peneliti terdahulu telah mencoba menganalisis berbagai unsur yang mempengaruhi nilai perusahaan, yang pertama adalah Corporate Social Responsibility (CSR). CSR adalah tanggung jawab yang dianggap dan dimasukkan ke dalam biaya operasional perusahaan dan harus dilaksanakan sesuai dengan kebijakan, menurut Pratiwi & Rahayu (2018). Selain itu, bisnis memiliki kemampuan untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan dengan melakukan tindakan yang menguntungkan lingkungan Haniyah, (2024). Penelitian terdahulu yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan antara lain (Widya Permata Sari & Nera Marinda Machdar, 2023)(Aprilia Zahra Adisti & Nera Marinda Machdar, 2023)(H. Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)(Desy Lisdayanti, 2020)(Muhlis & Gultom, 2021)(RAHMANTARI, 2021)(Diandra, 2023)(Katiya Nahda, 2022) (Kusuma & Febriana Dosinta, 2023)(Saragih & Said, 2023)(Astuti & Wasita, 2024)(Bella Angraini & Murtanto, 2023)(Susanto & Indrabudiman, 2023)(Diandra, 2023)(dewi handayani, 2023)(Nopriyanto, 2024) Sedangkan, penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu (Sakina, 2023)(Soediono, 2024)(Irawan et al., 2023)(Tjahja, 2024)(Anugrah, 2023)(Triyani & Rusmanto, 2023)

Green Accounting diduga menjadi faktor kedua yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sakina, Qintharah, et al. (2023), akuntansi hijau dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ini karena masyarakat belum memahami tanggung jawab lingkungan perusahaan. Selain itu, Yuliasuti (2019) membahas potensi peningkatan harga saham sebagai hasil dari penerapan akuntansi hijau. Studi menunjukkan bahwa akuntansi hijau meningkatkan nilai bisnis antara lain. (Anggreni, 2024)(Sakina, 2023)(Fina, 2024)(Amaliah suci, 2024)(Astuti & Wasita, 2024). Sedangkan, penelitian terdahulu yang menyatakan *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu (H. Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)(B. Gunawan & Berliyanda, 2024)(Hariani & Junaedi, 2023)(Soediono, 2024)(Kusuma & Febriana Dosinta, 2023)(Yuliani & Prijanto, 2022)(Ekawati, 2023)(Goldie Kelly & Deliza Henny, 2023) (Widya Permata Sari & Nera Marinda Machdar, 2023)

Carbon Emission Disclosure (CED) berperan sebagai faktor ketiga yang memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Yulianthari dkk. (2023) *Carbon Emission Disclosure* adalah tindakan sukarela oleh perusahaan untuk mengungkapkan, mencatat, dan menyampaikan informasi mengenai total emisi karbon yang telah dihasilkan oleh operasinya. Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Carbon Emission Disclosure (CED)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan antara lain (Fitriana et al., 2024)(Khasanah, 2022)(Rahel ezra & Tiara Rani Santoso, 2024)(Noor & Ginting, 2022)(Triyani & Rusmanto, 2023). Kemudian penelitian terdahulu yang menyatakan *Carbon Emission Disclosure (CED)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu (Anggreni, 2024)(Sakina, 2023) (B. Gunawan & Berliyanda, 2024)(Fina, 2024)(Asyifa & Burhany, 2022)(Soetardjo & Nurmawati, 2024).

Berdasarkan penjelasan serta data yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting* dan *Carbon Emission Disclosure* terhadap nilai perusahaan, penulis memutuskan untuk mengangkat judul "**Transformasi Nilai Perusahaan melalui Corporate Social Responsibility, Green Accounting, dan carbon emission disclosure**". Dengan mempelajari hubungan antara variabel-variabel tersebut, artikel ini diharapkan bisa memberikan wawasan baru bagi peneliti, pelaku bisnis, dan pembuat kebijakan tentang pentingnya pengelolaan lingkungan, akuntansi ramah lingkungan, dan pertumbuhan keuntungan yang mengarah pada peningkatan nilai perusahaan. Tujuan artikel ini adalah menambah pengetahuan dalam manajemen perusahaan, utamanya berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang memengaruhi nilai perusahaan. Dengan pemahaman yang diperluas, perusahaan diharapkan dapat membuat keputusan yang lebih tepat untuk menciptakan keberlanjutan jangka panjang, serta meningkatkan daya saing dan keuntungan di pasar.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*signalling theory*)

Teori Signaling yang dicetuskan oleh Spence pada tahun 1973 menjelaskan bahwa sinyal mewakili informasi tentang keadaan perusahaan yang dikirim ke pengirim dan diterima oleh penerima. Investor dapat menggunakan informasi yang diberikan untuk memulai investasi mereka di perusahaan. Peluang investasi akan memberikan informasi bermanfaat, yang dapat berdampak pada penilaian dan keberlangsungan bisnis di masa depan. Dalam teori ini, terdapat tiga komponen utama yaitu pemberi sinyal, sinyal (informasi), dan penerima sinyal. Pemberi sinyal bertugas menyampaikan informasi kepada pihak eksternal atau penerima sinyal. Pemberi sinyal harus memastikan bahwa informasi diterima dengan baik, dan penerima sinyal harus mampu memahami informasi dengan baik. Dengan demikian, keduanya dapat mencapai kesamaan pandangan. Informasi yang diungkapkan meliputi aspek keuangan maupun non-keuangan (Hardiyansah et al., 2021). Analisis data ini membantu dalam pengambilan keputusan investasi masa kini dan masa depan.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi muncul (Dowling, 1975). Menurut teori ini, masyarakat adalah bagian dari perusahaan. Perusahaan menggunakan pendekatan sosial untuk memanfaatkan nilai-nilai sosial dalam operasi mereka. Perusahaan tidak akan memiliki legitimasi apabila tidak memenuhi ekspektasi masyarakat tentang dampak lingkungan dari proses produksi. R. Dewi & Rahmianingsih (2020) menjelaskan bahwa teori legitimasi melibatkan pemerintah, masyarakat, individu, dan kelompok masyarakat dalam kegiatan operasional bisnis agar dapat memenuhi harapan mereka. Teori legitimasi menjelaskan pengungkapan lingkungan dan sosial (Kurnia et al., 2021).

Menurut teori legitimasi, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menjadi bagian dari masyarakat karena akan membuat orang melihat mereka dengan cara yang baik. Dalam hal ini, perusahaan harus berusaha menerapkan nilai-nilai sosial yang relevan dan menganalisis bagaimana batasan-batasan berinteraksi satu sama lain sehingga mereka dapat mempertimbangkan tanggung jawab mereka terhadap lingkungan mereka.

Teori Stakeholder

Menurut teori pemangku kepentingan, perusahaan adalah suatu entitas yang hanya bertindak demi kepentingannya sendiri. Oleh karena itu, kepuasan dan kompensasi setiap orang yang terlibat dalam produksi dan operasi harus menjadi prioritas utama. Hal ini dilakukan untuk memastikan keuntungan didistribusikan secara merata dan masing-masing pihak menerima bagian yang seharusnya mereka terima (Rahmadhani et al., 2021). Menurut teori pemangku kepentingan, peran pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Dalam hal ini, hubungan antara pemangku kepentingan dan perusahaan akan dilandasi oleh kepercayaan dan kinerja yang jelas, sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan.

Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan atau nilai jual yaitu tolak ukur keberhasilan Perusahaan yang dilihat dari isi laporan keuangan, seperti tingkat aset, peredaran saham, dan liabilitas yang ada (Kurnia et al., 2021). Nilai perusahaan ialah harga yang tersedia dibeli apabila suatu perusahaan tersebut dijual (Wicaksana et al., 2016). Nilai perusahaan adalah nilai kepercayaan masyarakat yang dibangun melalui aktivitas bisnisnya (Wahyu & Mahfud, 2018). Oleh karena itu, nilai perusahaan ialah pendekatan strategis untuk mengelola kegiatan operasional dengan baik dengan mempertimbangkan aspek lain selain keuntungan untuk mencapai tujuan perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan. ketika harga saham naik, pemegang saham dapat memperoleh keuntungan. Dan ketika nilai perusahaan meningkat, pemegang sahamnya akan makmur. Harga pasar mewakili keputusan yang dibuat oleh investor dan perusahaan tentang investasi, manajemen aset, dan pembiayaan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menekankan bahwa dunia usaha harus sadar akan kebaikan bersama. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk memastikan bahwa operasinya memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan, dengan mempertimbangkan berbagai aspeknya. Perusahaan dapat berkontribusi pada masyarakat dan lingkungan melalui CSR, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi dan hubungan dengan para stakeholder. Perusahaan mengambil tindakan moral yang bertanggung jawab dengan berinvestasi dalam kegiatan non-ekonomi ini. Mereka juga membangun fondasi yang kokoh untuk keberlangsungan bisnis mereka dalam jangka panjang, yang memastikan mereka tetap berkelanjutan meskipun perubahan sosial dan lingkungan yang terus terjadi. CSR adalah tanggung jawab yang dianggap sebagai bagian dari biaya operasional perusahaan dan harus dilakukan sesuai dengan kebijakan dan standar (Pratiwi & Rahayu, 2018).

Green Accounting

Green Accounting merupakan prosedur untuk mengidentifikasi, mengukur dan memasukkan biaya lingkungan dalam penerapan akuntansinya (Mirnawati & Dewi, 2023). Konsep ini mengatakan bahwa akuntan sangat penting karena mereka harus menyajikan laporan keuangan. Ini menunjukkan bahwa bisnis mempertimbangkan bukan hanya keuntungan moneter tetapi

juga bagaimana keputusan mereka berdampak pada lingkungan. Menemukan, mengakui, mengukur, menilai, dan menyajikan biaya yang berkaitan dengan lingkungan adalah tujuan dari akuntansi hijau dalam upaya untuk mengelola dampak lingkungan. Dengan menggabungkan informasi investasi dana untuk lingkungan ke dalam laporan keuangan mereka, mereka dapat lebih memahami dan mengelola dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengurangi risiko dan mengambil tindakan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan yang berkaitan dengan masalah hukum, reputasi, dan lingkungan.

Carbon Emission Disclosure

Carbon Emission Disclosure adalah pelaporan informasi secara transparan mengenai dengan tingkat emisi karbon di tahun sebelumnya dan masa sekarang (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019). Menurut (Damas et al., 2021) menjelaskan bahwa CED ialah salah satu informasi yang penting untuk diungkapkan karena nantinya untuk menarik para pemangku kepentingan, terutama investor untuk berinvestasi. Melalui transparansi informasi emisi karbon ini akan menggambarkan bahwa Perusahaan ikut andil dalam pemanasan global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi literatur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada pengukuran dan analisis hubungan antara variabel yang berbeda, bukan prosesnya. Penelitian akan dilakukan dalam kerangka kerja yang tidak menghakimi (Ahmad et al., 2017). (Assyakurrohim et al., 2023). Menurut Nirawati et al. (2022) studi literatur adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan, membaca, dan mencatat informasi dari sumber pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep, teori, dan temuan penelitian sebelumnya. Setelah itu, informasi dikumpulkan dan dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang subjek yang diteliti. Karena itu, metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif untuk menganalisis data berdasarkan konteksnya dan elemen deskriptif untuk memberikan gambaran rinci tentang fenomena (Ridwan et al., 2021).

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder, yang berarti data yang diperoleh secara tidak langsung melalui penelitian objek yang relevan (Sari et al., 2023). Sumber informasi seperti buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya digunakan untuk mengumpulkan data ini, sehingga hasil penelitian menggambarkan kondisi sebenarnya sesuai dengan sumber yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil penelitian dari (Widya Permata Sari & Nera Marinda Machdar, 2023)(Aprilia Zahra Adisti & Nera Marinda Machdar, 2023)(H. Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)(Desy Lisdayanti, 2020)(Muhlis & Gultom, 2021)(RAHMANTARI, 2021)(Diandra, 2023)(Katiya Nahda, 2022) (Kusuma & Febriana Dosinta, 2023)(Saragih & Said, 2023)(Astuti & Wasita, 2024)(Bella Angraini & Murtanto, 2023)(Susanto & Indrabudiman, 2023)(Diandra, 2023)(dewi handayani, 2023)(Nopriyanto, 2024) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat (Katiya Nahda, 2022).

Sedangkan hasil penelitian dari (Puspaningrum, 2017) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki efek negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak meningkatkan nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak melaksanakan tanggung jawab sosial mereka dengan baik, sehingga tidak dipahami oleh pihak-pihak yang terkait.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dipaparkan oleh (Sakina, 2023)(Soediono, 2024)(Irawan et al., 2023)(Tjahja, 2024)(Anugrah, 2023)(Triyani & Rusmanto, 2023) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR, tidak peduli seberapa besar, tidak akan berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa harga saham di bursa, alat finansial yang sensitif terhadap perubahan, informasi, dan kejadian di pasar sekunder di mana saham tersebut diperdagangkan, menunjukkan nilai perusahaan.

Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil penelitian dari (Anggreni, 2024)(Sakina, 2023)(Fina, 2024)(Amaliah suci, 2024)(Astuti & Wasita, 2024) menyatakan bahwa *Green Accounting* meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan *Green Accounting* ke dalam laporan keuangan, perusahaan memiliki citra yang lebih baik di mata publik karena melakukan tindakan yang ramah lingkungan dan sosial. Ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Anggreni, 2024).

Sedangkan hasil penelitian dari (Anggraini et al., 2024) menyatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Overbudget alokasi biaya penerapan *Green Accounting* mengakibatkan penurunan tingkat laba dan jumlah dividen yang akan diterima oleh para pemegang saham. Hal ini menjadi sinyal buruk bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dipaparkan oleh (H. Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)(B. Gunawan & Berliyanda, 2024)(Hariani & Junaedi, 2023)(Soediono, 2024)(Kusuma & Febriana Dosinta, 2023)(Yuliani & Prijanto, 2022)(Ekawati, 2023)(Goldie Kelly & Deliza Henny, 2023) (Widya Permata Sari & Nera Marinda Machdar, 2023) menyatakan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Banyak perusahaan masih belum menggunakan akuntansi hijau, jadi tidak peduli apakah akuntansi hijau diterapkan atau tidak, nilai perusahaan tidak terpengaruh. Kesimpulan dari hipotesis kedua adalah bahwa pengungkapan emisi karbon tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil penelitian dari (Fitriana et al., 2024)(Khasanah, 2022)(Rahel ezra & Tiara Rani Santoso, 2024)(Noor & Ginting, 2022)(Triyani & Rusmanto, 2023) menyatakan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan emisi karbon dan peringkat kinerja lingkungan perusahaan yang baik akan menarik perhatian stakeholder, yang berdampak pada harga saham dan keberlangsungan hidup perusahaan. Namun, audit

eksternal, yang dilakukan oleh pemerintah, tidak terlalu berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon dan peringkat kinerja lingkungan.

Sedangkan hasil penelitian dari (Apriliani et al., 2024) menyatakan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak pengungkapan tentang pengelolaan emisi karbon berarti lebih sedikit nilai perusahaan. Peningkatan pengelolaan emisi karbon dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan karena investor dapat memberikan hukuman kepada perusahaan yang mengungkapkan pengelolaan emisi karbonnya dengan menjual sahamnya, yang pada gilirannya mengurangi nilai perusahaan. Investor mungkin melakukan tindakan ini karena perusahaan mengungkapkan informasi negatif, yang menimbulkan kekhawatiran tentang biaya yang harus dibayar perusahaan untuk mengatasi atau memperbaiki kinerja karbonnya (Apriliani et al., 2024).

Berbeda dengan hasil penelitian yang dipaparkan oleh (Anggreni, 2024)(Sakina, 2023) (B. Gunawan & Berliyanda, 2024)(Fina, 2024)(Asyifa & Burhany, 2022)(Soetardjo & Nurmawati, 2024) menyatakan bahwa *Carbon Emission Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan Indonesia belum banyak berbicara tentang emisi karbon di negara ini, Salah satu alasan mengapa CED tidak berdampak pada nilai perusahaan adalah karena hal ini.

KESIMPULAN

Literatur ini dibuat untuk mengetahui bagaimana Corporate Social Responsibility, Green Accounting, dan Carbon Emission Disclosure memengaruhi nilai perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa, meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa hubungannya positif, negatif, atau tidak berpengaruh sama sekali, penelitian ini menemukan bahwa hubungan tersebut memiliki efek yang berbeda. Hasil dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Mengenai *Corporate Social Responsibility* dapat berpengaruh positif, negatif, atau tidak berpengaruh sama sekali terhadap nilai perusahaan. Pertama Tanggung jawab sosial perusahaan meningkatkan nilai perusahaan karena semakin baik perusahaan melihat tanggung jawab sosialnya, semakin tinggi nilai perusahaan. oleh (Widya Permata Sari & Nera Marinda Machdar, 2023)(Aprilia Zahra Adisti & Nera Marinda Machdar, 2023)(H. Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)(Desy Lisdayanti, 2020)(Muhlis & Gultom, 2021)(RAHMANTARI, 2021)(Diandra, 2023)(Katiya Nahda, 2022) (Kusuma & Febriana Dosinta, 2023)(Saragih & Said, 2023)(Astuti & Wasita, 2024)(Bella Angraini & Murtanto, 2023)(Susanto & Indrabudiman, 2023)(Diandra, 2023)(dewi handayani, 2023)(Nopriyanto, 2024) yang mendukung hasil ini.
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan tidak menyampaikan tanggung jawab sosial mereka dengan baik, sehingga pihak-pihak yang terkait tidak memahaminya dengan baik. (Puspaningrum, 2017) mendukung temuan ini.
3. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan Hal ini terjadi karena nilai perusahaan terkait dengan harga saham di bursa, yang merupakan alat finansial yang peka terhadap fluktuasi, informasi, dan peristiwa di pasar sekunder di mana saham tersebut beroperasi. (Sakina, 2023)(Soediono, 2024)(Irawan et al., 2023)(Tjahja, 2024)(Anugrah, 2023)(Triyani & Rusmanto, 2023) mendukung hasil ini.
4. *Green Accounting* dapat berpengaruh positif, negatif, atau tidak berpengaruh sama sekali terhadap nilai perusahaan. Dengan menerapkan akuntansi hijau dalam laporan keuangan, nilai perusahaan meningkat karena citra perusahaan akan meningkat seiring dengan pemenuhan tanggung jawab lingkungan dan sosial. Ini dapat meningkatkan kepercayaan

- investor dan akhirnya meningkatkan nilai Perusahaan. Oleh (Anggreni, 2024)(Sakina, 2023)(Fina, 2024)(Amaliah suci, 2024)(Astuti & Wasita, 2024) mendukung hasil ini.
5. *Green Accounting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Tingkat laba dan jumlah dividen yang akan diterima oleh pemegang saham menurun karena biaya yang terlalu banyak dialokasikan untuk penerapan *Green Accounting*. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak harus menanamkan uang mereka pada perusahaan. (Anggraini et al., 2024) mendukung hasil ini.
 6. *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Karena banyak perusahaan masih belum menggunakan akuntansi hijau, implementasinya tidak mempengaruhi nilai perusahaan. (Widya Permata Sari & Nera Marinda Machdar, 2023)(H. Gunawan & Dwi Mulyani, 2023)(B. Gunawan & Berliyanda, 2024)(Hariani & Junaedi, 2023)(Soediono, 2024)(Kusuma & Febriana Dosinta, 2023)(Yuliani & Prijanto, 2022)(Ekawati, 2023)(Goldie Kelly & Deliza Henny, 2023) mendukung hasil ini.
 7. *Carbon Emission Disclosure* dapat berpengaruh positif, negatif, atau tidak berpengaruh sama sekali terhadap nilai perusahaan. *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena pengungkapan emisi karbon dan kinerja lingkungan yang baik akan menarik perhatian stakeholder, yang berdampak pada harga saham dan keberlangsungan hidup perusahaan. Namun, audit eksternal, yang dilakukan oleh pemerintah, tidak terlalu berdampak pada pengungkapan emisi karbon dan peringkat kinerja lingkungan. (Fitriana et al., 2024)(Khasanah, 2022)(Rahel ezra & Tiara Rani Santoso, 2024)(Noor & Ginting, 2022)(Triyani & Rusmanto, 2023) menyatakan bahwa *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. mendukung hasil ini.
 8. *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Peningkatan pengelolaan emisi karbon dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan karena investor kemungkinan memberikan hukuman kepada perusahaan yang mengungkapkan pengelolaan emisi karbonnya dengan menjual sahamnya, yang mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. (Apriliansi et al., 2024) mendukung temuan ini.
 9. *Carbon Emission Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan Indonesia belum banyak berbicara tentang pengungkapan emisi karbon di negara ini. Ini adalah salah satu alasan mengapa CED tidak mempengaruhi nilai perusahaan. (Anggreni, 2024)(Sakina, 2023) (B. Gunawan & Berliyanda, 2024)(Fina, 2024)(Asyifa & Burhany, 2022)(Soetardjo & Nurmawati, 2024) mendukung temuan ini.
- Oleh karena itu, temuan ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami hubungan antara *Corporate Social Responsibility*, *Green Accounting*, *carbon emission disclosure*, dan nilai perusahaan.

REFERENCE

- Aprilia Zahra Adisti, & Nera Marinda Machdar. (2023). Pengaruh Financial Distress, CSR Disclosure, Dan Earnings Quality Terhadap Firm Value Yang Dimoderasi Liquidity. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 45–56. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2260>
- Widya Permata Sari, & Nera Marinda Machdar. (2023). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Disclosure dan Earnings Quality Terhadap Firm Value Melalui

- Profitibility sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(6), 118–134. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i6.654>
- Amaliah suci, dkk (2024). (2024). *Pengaruh Green Accounting Dan Environmental , Social , And Governance Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2021-2023)*. 4(6), 1529–1534.
- Anggraini, A. D., Nugroho, W. S., & Susanto, B. (2024). Pengaruh Pengungkapan Intellectual Capital, Good Corporate Governance , dan Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *UMMagelang Conference Series*, 10–24. <https://doi.org/10.31603/conference.11862>
- Anggreni, 2024. (2024). *PENGARUH CARBON EMISSION DISCLOSURE , CARBON PERFORMANCE , GREEN ACCOUNTING , & INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI*. 4(2), 51–62.
- Anugrah, L. L. (2023). Pengaruh Csr Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(8), 2–25.
- Apriliansi, L., Kadir, K., & Hifni, S. (2024). Sustainability Accounting: Nilai Perusahaan Dan Carbon Emission Disclosure. *Gorontalo Accounting Journal*, 7(1), 91. <https://doi.org/10.32662/gaj.v7i1.3306>
- Astuti, N. K. N., & Wasita, N. L. P. S. P. P. A. A. (2024). PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING, PROFITABILITAS, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 23(1), 54. <https://doi.org/10.19184/jeam.v23i1.43456>
- Asyifa, D. A., & Burhany, D. I. (2022). Carbon Emission Disclosure and Environmental Performance Effect on Firm Value. *International Journal of Arts and Social Science*, 5(7), 193–203. www.ijassjournal.com
- Bella Angraini, B. A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Desy Lisdayanti, T. N. (2020). The Effect of Financial Performance, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility on Company Value (Empirical Study on Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2019). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 391–397. www.ajhssr.com
- dewi handayani, 2023. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Diandra, P. K. (2023). Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 330–338. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.656>
- Ekawati, A. S. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 5(1), 57–82. <https://doi.org/10.37715/mapi.v5i1.4164>
- Fina. (2024). Pengaruh Green Accounting, Carbon Emission Disclosure, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol 1 No 1(2), 12. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/55>
- Fitriana, D. A., Wiratno, A., Pratiwi, U., Ulfah, P., & Soedirman, U. J. (2024). *Pengaruh Kinerja*

- Lingkungan, Carbon Emission Disclosure , dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan.* 3(1), 50–64.
- Goldie Kelly, S., & Deliza Henny. (2023). Pengaruh Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3301–3310. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18051>
- Gunawan, B., & Berliyanda, K. L. (2024). Pengaruh Green Accounting, Pengungkapan Emisi Karbon, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 33–50. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.22027>
- Gunawan, H., & Dwi Mulyani, S. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3523–3532. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18059>
- Haniyah. (2024). MEMAKSIMALKAN NILAI PERUSAHAAN MELALUI CARBON EMISSION DISCLOSURE, GREEN INNOVATION, DAN GREEN INTELLECTUAL CAPITAL Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1.
- Hariani, A. I., & Junaedi, W. (2023). *Journal geoekonomi fakultas ekonomi universitas balikpapan.* 14(1), 17–29.
- Irawan, A., Ovami, D. C., Prima, A. P., & Putri, A. P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 341–348. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i1.3114>
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercuri Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Katiya Nahda, 2023. (2022). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>
- Khasanah, U. (2022). PENGARUH CARBON EMISSION DISCLOSURE DAN ENVIRONMENTAL PERFORMANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi kasus pada perusahaan sektor basic material , industrial , dan healthcare yang terdaftar di BEI periode 2021-2022). 19–39.
- Kusuma, D. A., & Febriana Dosinta, N. (2023). Effects of Green Accounting, Corporate Social Responsibility on Firm Value. *IRJEMS International Research Journal of Economics and Management Studies*, 2(4), 290–299. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V2I4P133>
- Marini, & Vinola Herawaty. (2024). Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Eco-Efficiency dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(8), 3670–3686. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i8.3646>
- Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–198. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559>
- Ni Luh Mira Handayani, Komang Krishna Yogantara, & Made Christin Dwitrayani. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Research of Accounting*, 3(1), 53–64. <https://doi.org/10.51713/jarac.v3i1.44>
- Noor, A., & Ginting, Y. L. (2022). Influence of Carbon Emission Disclosure on Firm Value of Industrial Firms in Indonesia. *International Journal of Contemporary Accounting*, 4(2), 151–168.

- <https://doi.org/10.25105/ijca.v4i2.15247>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Rahel ezra, & Tiara Rani Santoso. (2024). Dampak Kualitas Auditor dalam Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022. *Economic Reviews Journal*, 3(2), 1299–1308. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.436>
- RAHMANTARI, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Sakina, A. G. (2023). *Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(2), 455–470. [http://repository.unismabekasi.ac.id/id/eprint/4127%0Ahttp://repository.unismabekasi.ac.id/4127/2/BAB I.pdf](http://repository.unismabekasi.ac.id/id/eprint/4127%0Ahttp://repository.unismabekasi.ac.id/4127/2/BAB%20I.pdf)
- Saragih, A. S. S., & Said, H. S. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 6(3), 345–358. <https://doi.org/10.22219/jaa.v6i3.27236>
- Soediono, B. (2024). Jurnal Akuntansi dan Keuangan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 160.
- Soetardjo, M. N., & Nurmawati, S. (2024). Pengaruh Tax Planning and Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Komisaris Independen Sebagai Pemoderasi. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 24(1), 131–150. <https://doi.org/10.25105/v24i1.19749>
- Susanto, E., & Indrabudiman, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(2), 69–80. <https://doi.org/10.35384/jkp.v19i2.386>
- Tjahja, S. A. (2024). *Asimetri Informasi , Corporate Social Responsibility , dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan*. 5(2), 249–260.
- Triyani, & Rusmanto, T. (2023). *The Effect of Social Responsibility Disclosure, Carbon Emission Disclosure, Green Investment, and Financial Performance Toward Firm Value: The Case of Indonesia*. 1672–1681. <https://doi.org/10.46254/in02.20220457>
- Yuliani, E., & Prijanto, B. (2022). Pengaruh penerapan Green Accounting terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan sub sektor tambang batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(5), 2275–2284. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2347>
- Yulli, Y. R. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Dividen Pada Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 4(3), 102–107. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v4i3.123>

