

DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN KUNCI KEBERLANJUTAN: KONTRIBUSI KARBON, *GREEN INTELLECTUAL CAPITAL*, DAN MEDIA EXPOSURE

Vanisa Ratna Sari¹, Umi Hanifah², Erna Chotidjah Suhatmi³

¹ Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: 210416021@mhs.udb.ac.id

² Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: umi_hanifah@udb.ac.id

³ Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: erna_choti@udb.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords Carbon Emission Disclosure, Carbon Performance, Green Intellectual Capital, Media Exposure, Firm Value</p>	<p><i>This study analyses the impact of carbon emission disclosure, carbon performance, green intellectual capital, and media exposure on firm value in the energy sector. Environmental damage triggered by industrial activities and increased greenhouse gas concentrations have pushed companies to be transparent and responsible for their carbon footprint. This study uses a quantitative approach with secondary data from annual reports and sustainability reports of energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2021-2024 using a purposive sampling technique. Panel data regression analysis with the Random Effect Model was applied to test the hypotheses. The test result show that carbon emission disclosure, carbon performance, and green intellectual capital affect firm value. Media exposure does not affect firm value, indicating that investor do not use media exposure as a primary signal.</i></p>

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Carbon Emission Disclosure, Carbon Performance, Green Intellectual Capital, Media Exposure, Nilai Perusahaan</p>	<p>Penelitian ini menganalisis dampak pengungkapan emisi karbon, kinerja karbon, modal intelektual hijau, dan eksposur media terhadap nilai perusahaan di sektor energi. Kerusakan lingkungan yang dipicu oleh aktivitas industri dan peningkatan konsentrasi gas rumah kaca telah mendorong perusahaan untuk transparan dan bertanggung jawab terhadap jejak karbon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024 dengan teknik purposive sampling. Analisis regresi data panel dengan Random Effect Model diterapkan untuk menguji hipotesis. Hasil uji menunjukkan bahwa carbon emission disclosure, carbon performance, dan green intellectual capital berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Media exposure tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa investor tidak menjadikan pemberitaan media sebagai sinyal utama.</p>

A. Pendahuluan

Kerusakan lingkungan dipicu oleh perubahan yang diakibatkan oleh manusia dalam sektor industri. Peningkatan konsentrasi gas rumah kaca (GRK) di atmosfer, yang sebagian besar disebabkan oleh aktivitas industri, telah memicu kekhawatiran serius tentang dampaknya terhadap lingkungan, ekonomi, dan sosial (IPCC, 2023). Upaya untuk mengurangi dampak gas rumah kaca telah dilakukan Indonesia melalui peraturan yang mengungkapkan bahwa sebesar 26% emisi akan diturunkan *by own effort* (usaha sendiri) dan 41% yang diturunkan melalui kerjasama internasional (Azhari & Hasibuan, 2023). Tekanan terhadap perusahaan untuk mengelola dan mengungkapkan informasi terkait emisi karbon semakin meningkat. *Carbon Emission Disclosure* sebagai praktik pengungkapan informasi yang komprehensif mengenai emisi GRK suatu perusahaan, menjadi instrumen penting untuk transparansi dan akuntabilitas. Perusahaan yang bersedia mengungkapkan emisi karbon dianggap serius dalam menjaga lingkungannya serta memikirkan dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional (Simamora dkk., 2022). Pengungkapan emisi karbon dimaksudkan untuk memasukkan keberlanjutan jangka panjang bagi perusahaan. Pengungkapan emisi karbon terdiri dari 5 kategori yang tercantum dalam 18 item. Kategori tersebut terkait dengan perubahan iklim (*climate change*), emisi gas rumah kaca (*greenhouse gas*), konsumsi energi (*energy consumption*), pengurangan biaya (*reduction and cost*), dan akuntabilitas emisi karbon (*accountability of emission disclosure*) (Choi et al., 2013). Penilaian dari pengungkapan emisi karbon ketika informasi atau data terkait

karbon diungkapkan diberikan skor 1, sedangkan jika tidak ada informasi yang relevan maka skor pengungkapan informasi karbon diberikan skor 0.

Perusahaan dengan tata kelola yang baik terlihat dari pengungkapan emisi karbonnya, yang mana jika disertai dengan kinerja karbon yang unggul dapat menaikkan nilai perusahaan. Kinerja karbon atau dapat dikenal sebagai *carbon performance* merupakan upaya perusahaan dalam mengurangi emisi karbonnya. Perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja karbon yang baik melalui inovasi teknologi, efisiensi energi, atau adopsi praktik bisnis berkelanjutan mendapatkan reputasi yang lebih baik dan kepercayaan investor. Pengungkapan informasi karbon dan kinerja karbon perusahaan dapat menghasilkan apresiasi nilai bagi perusahaan (Yan *et al.*, 2020). Perusahaan dengan kinerja karbon yang tinggi mengirimkan sinyal positif kepada pasar. Kinerja karbon diukur berdasarkan *Carbon Emission Initiative* (CEI) (Luo, 2019). CEI dihitung sebagai logaritma natural dari rasio total emisi GRK *Scope 1* dan *Scope 2* terhadap total penjualan suatu perusahaan yang mencerminkan efisiensi proses produksi. *Scope 1* merupakan emisi langsung yang terjadi di lokasi atau dari sumber yang dimiliki dan dikendalikan oleh perusahaan. *Scope 2* merupakan emisi tidak langsung yang dihasilkan dari pembangkitan listrik, panas, atau uap yang dibeli oleh perusahaan.

Kesadaran lingkungan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan modal intelektual yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan. Peningkatan kesadaran akan pentingnya perhatian terhadap perlindungan, Chen mengusung pemikiran tentang *green intellectual capital*. *Green intellectual capital* merupakan strategi penting dalam mencegah kerusakan lingkungan yang mencakup semua harta tak berwujud misalnya keterampilan, pengetahuan, serta jaringan yang berhubungan dengan lingkungan (Chen, 2008). *Green intellectual capital* mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan organisasi terkait dengan inovasi dan praktik ramah lingkungan, sebagai sumber keunggulan kompetitif yang signifikan. *Green Intellectual capital* meliputi *green human capital* (pengetahuan dan keterampilan karyawan tentang keberlanjutan), *green structural capital* (sistem dan proses ramah lingkungan), dan *green relational capital* (hubungan dengan pemangku kepentingan hijau). Perusahaan dengan GIC yang kuat dipercaya lebih mampu mengembangkan strategi hijau, berinovasi dalam produk dan proses ramah lingkungan. Pengungkapan *green intellectual capital* terdapat 17 item yang diungkapkan (Firmansyah, 2017). Perusahaan yang mengungkapkan dari kategori tersebut mendapat nilai 1, sedangkan perusahaan yang tidak mengungkapkan salah satu dari indikator tersebut mendapat nilai 0.

Perusahaan mempunyai kewajiban atau keharusan untuk dipenuhi yang tidak hanya ditujukan kepada para investor dan pemegang saham, namun kepada berbagai pihak yang berkepentingan. Kewajiban tersebut berupa komunikasi melalui media oleh perusahaan (S. P. Sari, 2023). Kehadiran berita di media menjadi hal yang krusial karena isu lingkungan yang berkaitan dengan operasional perusahaan menjadi alat pengawasan oleh para pemegang kepentingan (Muliawati & Hariyati, 2021). Liputan media memiliki dua sisi yang berbeda, media dapat memberitakan hal negatif jika suatu perusahaan terlibat dalam praktik yang merugikan lingkungan yang berpotensi merusak reputasi dan media dapat memberikan liputan positif ketika perusahaan aktif mendukung lingkungan. Indikator media *exposure* diukur menggunakan variabel *dummy* dengan kriteria pemberian skor 1 jika perusahaan mengungkapkan informasi terkait emisi karbon dan modal intelektual hijau dalam *sustainability report* yang dipublikasikan di *website* resmi perusahaan, dan skor 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan kedua informasi tersebut.

Kesadaran dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan dari seluruh elemen perusahaan dapat menciptakan daya tarik investor yang berdampak positif pada nilai perusahaan, dan pada akhirnya mendukung kelangsungan bisnis (Astuti dkk., 2022). Nilai perusahaan merupakan suatu gambaran kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan melalui proses aktivitas bisnis. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi tingkat kesejahteraan pemegang saham, sebaliknya penurunan nilai dapat menurunkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga akan mengancam keberlangsungan hidup. Peningkatan nilai perusahaan yang maksimal mensyaratkan kemampuan manajemen dalam berkolaborasi dan membangun relasi positif dengan *stakeholder* (Sari & Wulandari, 2021). Indikator pengukuran nilai perusahaan pada penelitian menggunakan Tobins'Q. Tobins'Q merupakan alat ukur untuk mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan nilai kapitalisasi pasar ditambah hutang dengan total aset perusahaan. Tobins'Q tidak hanya membandingkan harga pasar perusahaan, namun memasukkan total hutang dan total aset yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih

holistik tentang nilai perusahaan karena tidak hanya mengandalkan nilai buku yang mungkin tidak mencerminkan nilai sebenarnya dari aset tidak berwujud atau prospek masa depan perusahaan.

Fenomena yang ada sangat relevan dengan teori *stakeholder*, teori sinyal, dan teori berbasis sumber daya. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa hubungan antara internal dan eksternal organisasi yang menekankan kebijakan dan praktik yang menghormati pemangku kepentingan, lingkungan, serta komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan (Solihin dkk., 2023). Teori sinyal menyatakan bahwa informasi baik keuangan maupun non keuangan berfungsi sebagai sinyal operasional perusahaan yang baik atau buruk yang diungkapkan untuk memberikan kejelasan (Asyari & Arieftiara, 2022). Teori berbasis sumber daya berfokus pada sumber daya dan kapabilitas internal yang bernilai, langka, tak tertandingi, dan tak tergantikan sebagai kunci keunggulan kompetitif berkelanjutan (Chandra & Augustine, 2019). Novelty dari penelitian menggunakan variabel media *exposure* sebagai variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel. Eksposur media dapat memperkuat hubungan dengan mempublikasikan secara intensif praktik keberlanjutan perusahaan, sehingga membentuk persepsi investor. Eksposur media juga dapat melemahkan hubungan bahkan berpotensi memicu penurunan kepercayaan investor ketika media menangkap ketidakkonsistenan dalam pengungkapan praktik keberlanjutan. Keberadaan media *exposure* menjadi penentuan arah dalam menghubungkan praktik keberlanjutan dengan nilai perusahaan, tergantung pada framing pemberitaan dan kredibilitas informasi yang disampaikan.

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan di atas rumusan masalah pada penelitian adalah:

1. Apakah *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Carbon Performance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Green Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif menganalisis sampel yang representatif dari populasi tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugeng, 2022). Penelitian bersifat deduktif karena harus diawali dengan adanya teori-teori yang sudah ada, kemudian dilakukan penelitian untuk membuktikan teori. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang dapat bersumber dari pihak lain maupun melalui dokumen, sehingga data yang diperoleh tidak langsung diterima. Data yang digunakan adalah *annual report* dan *sustainability report* perusahaan sektor energi tahun 2021-2024 yang dapat diakses melalui Bursa Efek Indonesia dan *website* resmi perusahaan. Populasi penelitian adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yang ditentukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Perusahaan sektor energi yang telah melakukan *Initial Public Offering* di tahun 2021.
3. Perusahaan yang menerbitkan *annual report* dan *sustainability report* secara berturut-turut.
4. Perusahaan yang melakukan pelaporan keuangan menggunakan mata uang dollar dalam laporan keuangan.
5. Perusahaan yang secara konsisten menggunakan jumlah emisi karbon.

Berikut merupakan tabel operatif variabel dan pengukurannya.

Tabel 1.
Ringkasan Operatif Variabel dan Pengukuran

Variabel	Indikator Pengukuran	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	$Tobin's Q = \frac{MVE + TL}{TA}$	Rasio
<i>Carbon Emission Disclosure</i> (X1)	$CED = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Total item pengungkapan}}$	Rasio

<i>Carbon Performance (X2)</i>	$CP = \ln \left(\frac{\text{Total Emisi GRK Scope 1 + Scope 2}}{\text{Total Penjualan}} \right)$	Rasio
<i>Green Intellectual Capital (X3)</i>	$GIC = \frac{n}{k}$	Rasio
<i>Media Exposure (M)</i>	1 = Jika perusahaan mengungkapkan informasi mengenai emisi karbon dan modal intelektual hijau dalam <i>sustainability report</i> yang tersedia di <i>website</i> perusahaan 0 = Jika perusahaan tidak mengungkapkan informasi mengenai emisi karbon dan modal intelektual hijau dalam <i>sustainability report</i> yang tersedia di <i>website</i> perusahaan	Nominal

Sumber: (Data diolah, 2025)

Penelitian ini mengaplikasikan analisis regresi data panel, sebuah metode yang digunakan untuk mengamati dampak beberapa variabel predictor terhadap variabel respon dengan memanfaatkan struktur data panel. Persamaan regresi data panel yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1.X1_{it} + \beta_2.X2_{it} + \beta_3.X3_{it} + \beta_4.X4_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan;

- Y = Nilai Perusahaan (Tobin’s Q)
- i = Data *cross section* (data perusahaan)
- t = Data *time series* (data periode waktu)
- α = Konstanta
- β1 – β4 = Koefisien regresi masing-masing variabel independen
- X1 (CED) = *Carbon Emission Disclosure* (CED)
- X2 (CP) = *Carbon Performance* (CP)
- X3 (GIC) = *Green Intellectual Capital* (GIC)
- X4 (ME) = *Media Exposure* (ME)
- ε = Error

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis data yang berguna untuk memberikan gambar atau deskripsi suatu data yang telah terkumpul sehingga menjadikan sebuah informasi yang lebih jelas, singkat, dan mudah dipahami (Sugiyono, 2016). Statistik deskriptif menampilkan data melalui tabel perhitungan *mean*, *minimum*, *maksimum*, perhitungan penyebaran data, dan *standard deviasi*. Hasil uji statistic deskriptif yang telah dilakukan adalah sebagai berikut

Tabel 2.

Statistik Deskriptif

	Y NP	C	X1 CED	X2 CP	X3 GIC	M ME
Mean	19161.81	1.000000	0.695988	1.73E-08	0.644290	0.902778
Median	7906.324	1.000000	0.666667	7.85E-09	0.638889	1.000000
Maximum	192588.0	1.000000	1.000000	1.03E-07	1.000000	1.000000
Minimum	0.659746	1.000000	0.333333	2.19E-13	0.277778	0.000000
Std. Dev.	37908.32	0.000000	0.166006	2.38E-08	0.189413	0.298339
Observations	72	72	72	72	72	72

Sumber: EViews 10 (Data diolah, 2025)

Tabel 2. menunjukkan bahwa nilai perusahaan dari data yang telah diteliti memiliki nilai *mean* sebesar 7906.324 dan nilai *standard deviasi* sebesar 379018.32 yang berarti bahwa nilai perusahaan

memiliki nilai representatif yang tinggi selama tahun penelitian. *Carbon emission disclosure* memiliki nilai *mean* sebesar 0.695988 dan nilai *standard deviasi* sebesar 0.166006 yang berarti bahwa *carbon emission disclosure* memiliki nilai representatif yang rendah selama tahun penelitian. *Carbon performance* memiliki nilai *mean* sebesar 1.73E-08 dan nilai *standard deviasi* sebesar 2.38E-08 yang berarti bahwa *carbon performance* memiliki nilai representatif yang tinggi selama tahun penelitian. *Green intellectual capital* memiliki nilai *mean* sebesar 0.644290 dan nilai *standard deviasi* sebesar 0.189413 yang berarti bahwa *green intellectual capital* memiliki nilai representatif yang rendah selama tahun penelitian. *Media exposure* memiliki nilai *mean* sebesar 0.902778 dan nilai *standard deviasi* sebesar 0.298339 yang berarti bahwa *media exposure* memiliki nilai representatif yang rendah selama tahun penelitian.

Pemilihan Model

Pemilihan estimasi model yang dilakukan melalui uji *chow* yang memperoleh nilai *probability cross section Chi-square* sebesar 0.0000, uji *hausman* yang memperoleh nilai *probability cross-section Random* sebesar 0.9395, dan uji *lagrange multiplier* yang memperoleh nilai *probability breush pagan* sebesar 0.00000, dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang tepat dalam regresi data panel adalah *Random Effect Model*.

Uji Signifikansi Parameter Regresi Data Panel

Hasil uji F memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000000 yaitu kurang dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari *carbon emission disclosure*, *carbon performance*, *green intellectual capital*, dan *media exposure* secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Hasil uji t dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.
Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	63559.28	21784.84	2.917592	0.0048
LOGX1_CED	-107449.9	28528.54	-3.766400	0.0004
X2_CP	-4.04E+11	1.81E+11	-2.236182	0.0287
LOGX3_GIC	59786.91	27826.09	2.148591	0.0353
X4_ME	-1272.676	16334.94	-0.077911	0.9381

Sumber: EViews 10 (Data diolah, 2025)

Tabel 3. Menunjukkan bahwa hasil uji t yang telah dilakukan menghasilkan keputusan sebagai berikut:

- a. *Carbon Emission Disclosure* berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.0004 yaitu kurang dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. *Carbon Performance* berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.0287 yaitu kurang dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *carbon performance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c. *Green Intellectual Capital* berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.0353 yaitu kurang dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *green intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- d. *Media Exposure* berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.9381 yaitu lebih dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pembahasan

- a. Pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan emisi karbon yang transparan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan dengan menarik lebih banyak investor (Probosari & Kawedar, 2019). Perusahaan yang terbuka tentang emisi menunjukkan tanggung jawab dan komitmen terhadap praktik bisnis yang

berkelanjutan, menumbuhkan kepercayaan dikalangan investor yang peduli terhadap dampak lingkungan. Sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada berbagai pemangku kepentingan. Pengungkapan emisi karbon adalah cara perusahaan untuk menunjukkan kontribusi dan kepeduliannya pada perubahan lingkungan termasuk pemanasan global (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022). Investor membutuhkan informasi emisi karbon untuk menilai risiko iklim dan kualitas tata kelola yang dapat meningkatkan valuasi pasar.

Hasil penelitian didukung oleh penelitiann yang dilakukan oleh Trimuliani & Febrianto (2023) yang menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pasar melihat pengungkapan emisi sebagai tanda tata kelola perusahaan yang baik dan pengelolaan lingkungan yang unggul. Penelitian juga dilakukan oleh Azhari & Hasibuan (2023) yang menyatakan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor percaya bahwa manajemen perusahaan mampu mengendalikan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis perusahaan, dimana dapat menunjukkan transparansi manajemen terkait risiko keberlanjutan perusahaan. Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gayatri & Yuniarta (2024) dan Gunawan & Berliyanda (2024) yang menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh *Carbon Performance* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *carbon performance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Carbon performance* mengacu pada seberapa efektif suatu perusahaan dalam mengelola dan mengurangi emisi karbon yang dihasilkan dari operasional bisnis, termasuk penggunaan energi, proses produksi, hingga distribusi produk. Semakin baik pengelolaan karbon maka semakin besar kepercayaan yang diberikan oleh investor dan pemangku kepentingan. Sejalan dengan teori *stakeholder* menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi harapan berbagai pihak. *Carbon performance* mencerminkan upaya nyata perusahaan dalam mengurangi emisi karbon. Perusahaan yang efektif dalam manajemen emisi cenderung telah mengadopsi teknologi produksi yang lebih hemat dan proses bisnis yang efisien, yang tidak hanya mengurangi jejak lingkungan tetapi juga menurunkan biaya operasional (Houten & Wedari, 2023).

Hasil pengujian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Benkreim *et al* (2022) yang menyatakan bahwa kinerja karbon yang baik menunjukkan keunggulan kompetitif dan mengurangi risiko terkait kewajiban lingkungan yang pada akhirnya meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Hasil pengujian tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2024) yang mengungkapkan bahwa kinerja karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh *Green Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *green intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Green intellectual capital* merujuk pada aset pengetahuan, inovasi, dan sistem yang dimiliki perusahaan untuk menciptakan solusi bisnis berkelanjutan. Aset yang dimaksud mencakup teknologi ramah lingkungan, proses produksi efisiensi, dan sumber daya manusia yang kompeten dibidang keberlanjutan. Perusahaan yang menginvestasikan sumber dayanya untuk membangun *green intellectual capital*, tidak hanya berperan dalam pelestarian lingkungan tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang tercermin dalam nilai pasar yang lebih tinggi. Sejalan dengan teori berbasis sumber daya yang mengungkapkan bahwa *green intellectual capital* dipandang sebagai sumber daya strategis yang langka, berharga, dan sulit ditiru oleh orang lain. *Green intellectual capital* menjadi sumber daya strategis yang dapat mendorong kinerja keuangan di era dimana konsumen dan investor semakin menghargai praktik bisnis ramah lingkungan (Imaningati & Vestari, 2016).

Hasil pengujian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Astuti (2024) yang menyatakan bahwa *green intellectual capital* dapat meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan yang mengembangkan *green intellectual capital* dinilai mampu beradaptasi terhadap lingkungan. Kemampuan perusahaan dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, dan mitra strategis terkait upaya perlindungan lingkungan dapat meningkatkan citra positif perusahaan dan nilai tambahnya dimata investor. Hasil pengujian didukung oleh Ericho & Amin

(2024) yang menyatakan bahwa *green intellectual capital* dapat meningkatkan nilai perusahaan karena mendorong perusahaan untuk menciptakan inovasi berkelanjutan. Hasil pengujian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adelisa & Mayangsari (2025).

d. Pengaruh Media *Exposure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Media *exposure* tidak memengaruhi bagaimana investor memandang kinerja perusahaan, terutama jika berita yang disampaikan tidak didukung oleh data keuangan yang akurat. Media *exposure* lebih berfungsi sebagai alat untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, daripada sebagai pendorong nilai perusahaan. Nilai perusahaan dibangun dari fondasi yang lebih luas dan tidak semata-mata bergantung pada suatu saluran informasi saja. Hasil pengujian tidak sejalan dengan teori sinyal. Teori sinyal mengemukakan bahwa perusahaan yang secara proaktif mengirimkan sinyal positif kepada pasar dengan tujuan untuk mengurangi asimetri informasi dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil pengujian didukung oleh penelitian Kurniansyah dkk (2021) yang menyatakan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena fakta bahwa investor tidak menjadikan pemberitaan media sebagai sinyal utama dalam pengambilan keputusan investasi.

D. Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa *carbon emission disclosure*, *carbon performance*, dan *green intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan emisi karbon yang transparan menunjukkan tata kelola yang baik dan membangun kepercayaan investor yang peduli terhadap dampak lingkungan. Kinerja karbon yang baik melalui efisiensi teknologi dan pengelolaan emisi tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang perusahaan. Investasi pada *green intellectual capital* yang mencakup pengetahuan, inovasi, dan sistem berkelanjutan terbukti menjadi aset strategis yang meningkatkan keunggulan kompetitif dan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media berfungsi sebagai alat komunikasi dengan pemangku kepentingan, investor tidak menjadikannya sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan investasi, melainkan lebih mengandalkan data keuangan yang akurat dan fondasi perusahaan yang lebih luas.

E. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Universitas Duta Bangsa Surakarta atas dukungan fasilitas dan bimbingan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyediaan data dan sumber informasi yang relevan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

F. Referensi

- Adelisa, P., & Mayangsari, S. (2025). Pengaruh Pengungkapan Green Intellectual Capital, Green Accounting, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 96–108.
- Anggraeni, L. (2024). Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Carbon Performance, Green Accounting, & Intellectual Capital Terhadap Nilai. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 51–62.
- Astuti, T., Widyastuti, T., & Ahmar, N. (2022). Green Accounting and Green Intellectual Capital Practices: Study of The Influence of Indirect Financial Firm on Firm Value. *Asian Journal of Accounting and Finance*, 4(3), 101–112.
- Asyari, S., & Ariefiara, D. (2022). Investors React To Disclosure of Carbon Emissions and Environmental Performance. *International Journal of Contemporary Accounting*, 4(1), 59–76.
- Azhari, A. M. B., & Hasibuan, D. H. M. (2023). the Effect of Green Investment, Intellectual Capital Disclosure, and Carbon Emission Disclosure on Firm Value. *Riset*, 5(2), 001–015.
- Bahriansyah, R. I., & Lestari Ginting, Y. (2022). Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan

- dengan Media Exposure Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(02), 249–260.
- Benkraiem, R., Shuwaikh, F., Lakhal, F., & Guizani, A. (2022). Carbon Performance and Firm Value of the World's Most Sustainable Companies
- Chandra, M., & Augustine, Y. (2019). Pengaruh Green Intellectual Capital Index Dan Pengungkapan Keberlanjutan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Non Keuangan Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(1), 45–70.
- Chen, Y. S. (2008). The Positive Effect Of Green Intellectual Capital On Competitive Advantages Of Firms. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 271–286.
- Choi, B. B., Lee, D., & Psaros, J. (2013). An Analysis Of Australian Company Carbon Emission Disclosures. *Pacific Accounting Review*, 25(1), 58–79.
- Ericho, M. F., & Amin, M. N. (2024). The Influence of Carbon Emission Disclosure Green Intellectual Capital and Environmental Performance on Firm Value With Moderation of Firm Size. *Quantitative Economics and Management*
- Firmansyah, A. (2017). Pengaruh Green Intellectual Capital Dan Manajemen Lingkungan Organisasi Terhadap Green Organizational Identity Dan Dampaknya Terhadap Green Competitive Advantage. *Substansi: Sumber Artikel Akuntansi Auditing Dan Keuangan Vokasi*, 1, 183–219.
- Gayatri, N. A. A. (2024). Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Pengungkapan Green Accounting, Kinerja Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Indeks Saham LQ45 Tahun 2018-2022. 15, 356–370.
- 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.
- Houten, E. S., & Wedari, L. K. (2023). Carbon Disclosure, Carbon Performance, and Market Value: Evidence from Indonesia Polluting Industries. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(6).
- Imaningati, S., & Vestari, M. (2016). Disclosure Atas Management Statement, Intellectual Capital, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(1), 99.
- Kurniansyah, F., Saraswati, E., & Rahman, A. F. (2021). Corporate Governance, Profitability, Media Exposure, and Firm Value: the Mediation Role of Environmental Disclosure. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 69.
- Kusumaningrum, M., & Astuti, C. D. (2024). Pengaruh Akuntansi Lingkungan dan Green Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Sustainability Report Independent Assurance sebagai Variabel Moderasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1448–1463.
- Luo, L. (2019). The influence of institutional contexts on the relationship between voluntary carbon disclosure and carbon emission performance. *Accounting and Finance*, 59(2), 1235–1264.
- Muliawati, A. R., & Hariyati, H. (2021). Pengaruh Koneksi Politik Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 72–81.
- Probosari, D. C., & Kawedar, W. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure dan Reaksi Saham. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1–16.
- Sari, D. M., & Wulandari, P. P. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *TEMA : Tera Ilmu Akuntansi*, 22(1), 1–18.
- Sari, S. P. (2023). Pengaruh Pengungkapan Lingkungan dan Media Exposure Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Jurnal Akuntansi Aisyah, 4, 1–23.

Simamora, R. N. H., Safrida, & Elviani, S. (2022). Carbon Emission Disclosure In Indonesia: Viewed From The Aspect Of Board Of Directors, Managerial Ownership, And Audit Committee. *Journal of Contemporary Accounting*, 4(1), 1–9.

Solihin, Harnovinsah, Tugiantoro, & Karsam. (2023). Green Intellectual Capital And Sustained Competitive Advantages In The Industrial Sector Of Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 134–156.

Sugeng, B. (2022). *Fundamental metodologi penelitian kuantitatif (eksplanatif)*. Deepublish.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Trimuliani, D., & Febrianto, R. (2023). Pengungkapan Emisi Karbon dan Kinerja Karbon terhadap Nilai Perusahaan: Moderasi Kepemilikan Negara. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 900–906.

Yan, H., Li, X., Huang, Y., & Li, Y. (2020). The impact of the consistency of carbon performance and carbon information disclosure on enterprise value. *Finance Research Letters*, 37(November 2019), 101680.