

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN INVESMENT*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI
INDEKS *IDX LQ45 LOW CARBON LEADERS*



Oleh:

HANIF RAHMAWATI

210501110223

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

SKRIPSI
PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN INVESMENT*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI
INDEKS *IDX LQ45 LOW CARBON LEADERS*

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Oleh:

HANIF RAHMAWATI

210501110223

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN INVESMENT*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI
INDEKS *IDX LQ45 LOW CARBON LEADERS*

Oleh

Hanif Rahmawati

NIM: 210501110223

Telah Disetujui Pada Tanggal 29 November 2024
Dosen Pembimbing,



Farahiyah Sartika, M.M
NIP. 199201212018012002

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN INVESMENT*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS *IDX LQ45 LOW*
CARBON LEADERS

SKRIPSI

Oleh

HANIF RAHMAWATI

NIM : 210501110223

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 23 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Mardiana, SE., M.M
NIP. 197405192023212004
- 2 Anggota Penguji
Fitriyah, MM
NIP. 197609242008012012
- 3 Sekretaris Penguji
Farahiyah Sartika, M.M
NIP. 199201212018012002

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM
NIP. 197406042006041002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanif Rahmawati

NIM : 210501110223

Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwasanya “Skripsi” yang saya buat ini guna memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PENGARUH GREEN INNOVATION DAN GREEN INVESMENT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS IDX LQ45 LOW CARBON LEADERS

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain, selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 16 Mei 2025

The image shows an official stamp of Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. The stamp is circular with the university's name in Indonesian and English. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink. Below the stamp, the text "MITERAI TEMPEL" and a unique identification number "4B7AKK797078978" are visible.

Hanif Rahmawati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Karya sederhana ini saya persembahkan pertama-tama kepada kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih atas cinta yang tulus, doa yang tak henti dipanjatkan, serta pengorbanan yang tidak pernah terukur oleh waktu maupun tenaga. Tanpa dukungan moral, spiritual, dan materi dari Ayah dan Ibu, saya tidak akan mampu melalui proses ini dengan keteguhan hati yang sama.

Saya juga mempersembahkan karya ini kepada saudara-saudari saya serta seluruh keluarga besar, yang telah menjadi tempat berbagi semangat dan motivasi dalam suka maupun duka. Kepada para dosen, khususnya dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan berarti selama proses penulisan skripsi ini, saya haturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Tak lupa kepada teman-teman seperjuangan, sahabat-sahabat terdekat, serta seluruh pihak yang telah turut memberi dukungan, bantuan, dan doa dalam bentuk apa pun semua itu sangat berarti bagi saya dan menjadi bagian penting dalam proses pencapaian ini.

Akhirnya, persembahan ini juga saya tujukan kepada almamater tercinta yang telah memberikan ruang dan kesempatan bagi saya untuk menimba ilmu, mengembangkan potensi, serta belajar menjadi insan yang lebih baik. Semoga skripsi ini tidak hanya menjadi pemenuhan tugas akademik semata, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi awal dari kontribusi nyata saya di masyarakat. Segala kebaikan dan doa yang telah diberikan kepada saya, semoga Allah SWT membalasnya dengan kebaikan yang berlipat ganda

MOTTO

“Dan kesejahteraan semoga dilimpahkan kepadaku, pada hari kelahiranku, pada hari wafatku, dan pada hari aku dibangkitkan hidup kembali”

Maryam:33

*Stuck bukan berarti gagal. Dia memang muncul pas kita di persimpangan. Bingung dan hampa. Jangan biarin rasa itu jadi penentu jalan kamu. Pakai dia sebagai alarm buat lebih siap, bukan alasan buat berhenti. Selama masih ada doa, tak ada langkah yang benar-benar sendirian.
Ingat! Buah yang segar itu dipetik di waktu yang tepat.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Green Innovation* dan *Green Invesment* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 Low Carbon Leaders”. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan dalam penyusunan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Ikhsan Maksum, M.Sc. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Ibu Farahiyah Sartika., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia dalam memberikan arahan dengan sangat sabar sekaligus motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Slamet Daroini dan Ibu saya Nurhayati yang senantiasa memberikan doa dan dukungan tiada henti, dan kedua saudara saya, dan seluruh keluarga besar saya.

8. Sahabat saya Meira, Lidya, dan Zayyin yang selalu kebersamaan, saling memotivasi, membantu, dan memberikan masukan.
9. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Diri sendiri yang sudah bekerja keras, percaya, dan tidak pernah menyerah.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi pihak-pihak yang berkecimpung dalam bidang yang berkaitan, serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	.v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teori	22
2.2.1 Teori Legitimasi.....	22
2.2.2 Teori <i>Stakeholder</i>	22
2.2.3 <i>Signaling Theory</i>	23
2.2.4 Nilai Perusahaan.....	24
2.2.5 <i>Green Innovation</i>	27
2.2.6 <i>Green Invesment</i>	30
2.2.7 Ukuran Perusahaan.....	33
2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis	36
2.5 Hubungan Antar Variabel	36
2.5.5 Pengaruh <i>Green Innovation</i> Terhadap Nilai Perusahaan	36
2.5.6 Pengaruh <i>Green Invesment</i> Terhadap Nilai Perusahaan	37
2.5.7 Peran Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh <i>Green Innovation</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	38

2.5.8 Peran Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh <i>Green Investment</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	39
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.4 Data dan Jenis Data.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Definisi Operasional Variabel	43
3.8 Teknik Analisis Data	46
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.2 Analisis Deskriptif	51
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4 Uji MRA (<i>Moderated Regression Analysis</i>)	61
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan	63
4.2.2 Pengaruh <i>Green Investment</i> terhadap Nilai Perusahaan	65
4.2.3 Pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	67
4.2.4 Pengaruh <i>Green Investment</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	68
BAB V.....	71
PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	21
Tabel 3.1 Sampel Penelitian	41
Tabel 4.2 Uji Normalitas	54
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.8 Uji T	60
Tabel 4.9 Uji F	61
Tabel 4.10 Uji MRA.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Paling Tercemar di Dunia Tahun 2023	1
Gambar 1.2 10 Negara Penghasil Karbon Terbesar Dunia	2
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti.....	80
Lampiran 2 Data Penelitian.....	81
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	86
Lampiran 4 Jurnal Bimbingan.....	91
Lampiran 5 Bebas Plagiasi.....	93

ABSTRAK

Rahmawati, Hanif. 2025. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh *Green Innovation* dan *Green Investment* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*)”.

Dosen Pembimbing: Farahiyah Sartika., M.M

Kata Kunci : *Green Innovation, Green Investment, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, IDX LQ45 Low Carbon Leaders*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi hijau dan investasi hijau terhadap nilai perusahaan, serta peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di Indeks *LQ45 Low Carbon Leaders* BEI periode 2022-2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling dan diperoleh 17 perusahaan sebagai sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan.

Teknik analisis data meliputi regresi linier berganda untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap nilai perusahaan, serta *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, investasi hijau tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh inovasi hijau dan investasi hijau terhadap nilai perusahaan.

Temuan ini menegaskan bahwa meskipun ukuran perusahaan bukan merupakan faktor penentu, namun inovasi hijau tetap memberikan kontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini memberikan masukan bagi perusahaan untuk fokus pada inovasi hijau sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan reputasi di pasar. Penelitian ini juga berimplikasi pada investor dan regulator untuk mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam pengambilan keputusan.

ABSTRACT

Rahmawati, Hanif. 2025. *THESIS*. Title: “*The Effect of Green Innovation and Green Investment on Company Value with Company Size as a Moderating Variable (In Companies Listed in the IDX LQ45 Low Carbon Leaders Index)*”.

Supervisor : Farahiyah Sartika, M.M.

Keywords : Green Innovation, Green Investment, Company Size, Company Value, IDX LQ45 Low Carbon Leaders

This study aims to examine the effect of green innovation and green investment on firm value, as well as the role of company size as a moderating variable in companies listed in the LQ45 Low Carbon Leaders Index BEI for the period 2022-2024. This study uses a quantitative approach with purposive sampling method and obtained 17 companies as samples. The data used is secondary data obtained from annual reports and company sustainability reports.

Data analysis techniques include multiple linear regression to test the direct effect of independent variables on firm value, as well as Moderated Regression Analysis (MRA) to test the role of company size as a moderating variable. The results showed that green innovation has a positive and significant effect on firm value. However, green investment has no significant effect on firm value. In addition, firm size is unable to moderate the effect of green innovation and green investment on firm value.

This finding confirms that although firm size is not a determining factor, green innovation still contributes to increasing firm value. These results provide input for companies to focus on green innovation as a strategy to improve competitiveness and reputation in the market. This study also has implications for investors and regulators to consider sustainability aspects in decision making.

الملخص

رحمواتي، حنيف 2025. دراسة مقرر دراسي. العنوان: تأثير الابتكار الأخضر والاستثمار الأخضر على الرائد في IDX LQ45 قيمة الشركة مع حجم الشركة كمتغير معتدل (في الشركات المدرجة في مؤشر (مجال الكربون المنخفض
المحاضر المشرف: فرحية سارتيكا، ماجستير
الكلمات المفتاحية: الابتكار الأخضر، الاستثمار الأخضر، حجم الشركة
الشركات الرائدة منخفضة الكربون IDX LQ45، قيمة الشركة

تهدف هذه الدراسة إلى فحص تأثير الابتكار الأخضر والاستثمار الأخضر على قيمة الشركة، بالإضافة إلى للشركات الرائدة منخفضة LQ45 دور حجم الشركة كمتغير معتدل في الشركات المدرجة في مؤشر للفترة 2022-2024. تستخدم هذه الدراسة نهجًا كمياً باستخدام أسلوب أخذ العينات بطريقة BEI الكربون العينات الانتقائية والحصول على 17 شركة كعينات. والبيانات المستخدمة هي بيانات ثانوية تم الحصول عليها من التقارير السنوية وتقارير الاستدامة للشركات تتضمن تقنيات تحليل البيانات الانحدار الخطي المتعدد لاختبار التأثير المباشر للمتغيرات المستقلة على قيمة الشركة، بالإضافة إلى تحليل الانحدار المعتدل لاختبار دور حجم الشركة كمتغير معتدل. أظهرت النتائج أن الابتكار الأخضر له تأثير إيجابي وهام على قيمة الشركة. ومع ذلك، فإن الاستثمار الأخضر ليس له تأثير كبير على قيمة الشركة. بالإضافة إلى ذلك، فإن حجم الشركة غير قادر على تعديل تأثير الابتكار الأخضر والاستثمار الأخضر على قيمة الشركة.
وتؤكد هذه النتيجة أنه على الرغم من أن حجم الشركة ليس عاملاً حاسماً، إلا أن الابتكار الأخضر لا يزال يساهم في زيادة قيمة الشركة. وتوفر هذه النتائج مدخلات للشركات للتركيز على الابتكار الأخضر كاستراتيجية لتحسين القدرة التنافسية والسمعة في السوق. ولهذه الدراسة أيضاً آثار على المستثمرين والمنظمين لمراعاة جوانب الاستدامة في عملية صنع القرار

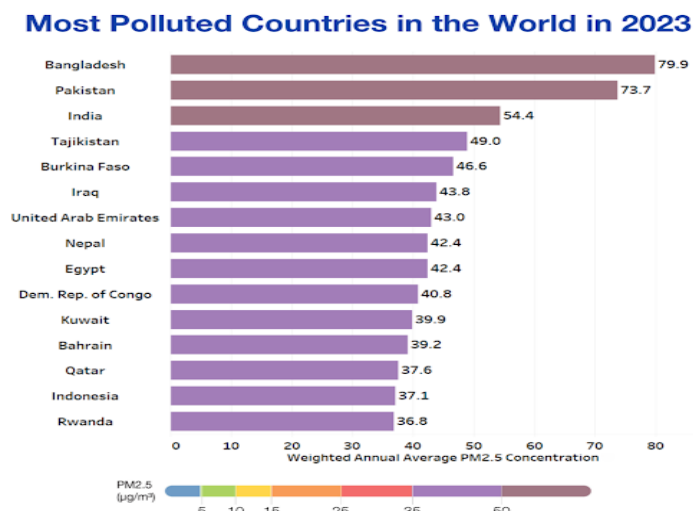
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan iklim dan krisis lingkungan yang terjadi di seluruh dunia telah menimbulkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam aktivitas bisnis. Banyak perusahaan mulai menyadari bahwa praktik yang ramah lingkungan bukan hanya sekadar tanggung jawab sosial, tetapi juga strategi yang dapat meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Dalam beberapa dekade terakhir, masalah perubahan iklim dan degradasi lingkungan telah menjadi isu global yang mendesak. Semakin meningkatnya suhu bumi, pencemaran udara, serta eksploitasi sumber daya alam mendorong semua sektor, termasuk sektor bisnis, untuk lebih peduli terhadap prinsip keberlanjutan (Kementerian Keuangan, 2024).

Gambar 1.1 Negara Paling Tercemar di Dunia Tahun 2023



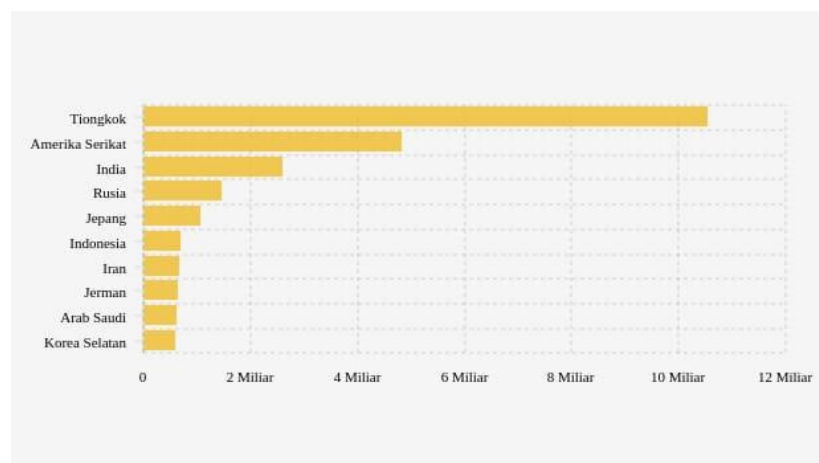
Sumber: World Air Quality Report, IQAir, 2023

Salah satu isu lingkungan yang paling krusial di Indonesia adalah deforestasi yang berlanjut, polusi udara di kota-kota besar, serta degradasi kualitas air akibat limbah industri. Di atas adalah gambar yang menunjukkan daftar negara paling tercemar di dunia pada tahun 2023, diukur berdasarkan konsentrasi rata-rata tahunan PM2.5 (partikulat halus dengan diameter kurang dari 2.5 mikrometer). Menurut IQAir PM2.5 adalah salah satu indikator utama kualitas

udara yang buruk, karena partikulat ini dapat terhirup jauh ke dalam paru-paru dan menyebabkan berbagai masalah kesehatan seperti penyakit pernapasan, penyakit jantung, hingga kematian dini. Indonesia menduduki posisi ke 14 sebagai negara dengan tingkat polusi udara tertinggi di dunia (CNN, 2024). Berdasarkan laporan AQLI, polusi udara yang berisi partikel halus (PM 2.5) berpotensi mengurangi usia hidup rata-rata warga Indonesia hingga 1,4 tahun dibandingkan jika kualitas udara di Indonesia memenuhi standar WHO, yakni $5 \mu\text{g}/\text{m}^3$ (BBC, 2023).

Selain permasalahan polusi udara, salah satu permasalahan Indonesia adalah tingginya emisi karbon. Indonesia berada di 10 negara penghasil emisi karbon tertinggi di dunia.

Gambar 1.2 10 Negara Penghasil Karbon Terbesar Dunia



Sumber: Global Carbon Project, 2023

Menurut laporan lembaga think tank Energy Institute berjudul *Statistical Review of World Energy 2024*, emisi dari sektor energi di Indonesia pada 2023 mencapai 701,4 juta ton setara karbon dioksida (Kompas.com, 2023). Meningkatnya emisi gas karbon salah satunya disebabkan oleh aktivitas perusahaan. Emisi gas karbon dilepaskan selama proses produksi yang berasal dari penggunaan mesin (Setiawan & Djunaidy, 2022). Emisi ini menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatnya gas rumah kaca yang memperparah perubahan iklim.

Selain emisi gas karbon, aktivitas operasional perusahaan sering kali memberikan dampak negatif terhadap lingkungan sekitarnya. Dampak tersebut dapat berupa pencemaran yang ditimbulkan dari limbah pabrik dan peningkatan tingkat kebisingan. Situasi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tanggung

jawab besar terhadap dampak lingkungan yang mereka timbulkan. Mereka tidak bisa mengabaikan kontribusi mereka terhadap kerusakan alam dan polusi yang berdampak langsung pada kesehatan ekosistem dan manusia. Dengan demikian, semakin jelas bahwa perusahaan memiliki kewajiban moral dan hukum untuk berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan, terutama di wilayah di mana mereka beroperasi. (Setiawan & Djunaidy, 2022)

Pada sesi tematik di *World Water Forum* ke-10, yang berjudul “*Indonesia’s Energy Transition Pathway: Road to Indonesia Sustainability Forum 2024*”, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Indonesia menegaskan komitmen negara dalam menghadapi perubahan iklim. Indonesia telah menetapkan target yang ambisius untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 31,89 persen pada tahun 2030, menggunakan sumber daya domestik berdasarkan data baseline dari tahun 2010. Ini menunjukkan komitmen Indonesia dalam mengatasi dampak lingkungan yang semakin mengancam. Namun, pemerintah juga mengakui bahwa dukungan internasional akan memainkan peran penting dalam mencapai hasil yang lebih optimal. Dengan adanya bantuan dari komunitas global, baik melalui pendanaan, transfer teknologi, maupun kerja sama strategis lainnya, Indonesia berharap dapat memperluas upaya ini dan meningkatkan target pengurangan emisi hingga 41,2 persen (Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Indonesia, 2024)

Dalam Pernyataan Nasional pada *World Climate Action Summit* (WCAS) 2030 yang merupakan bagian dari COP 28 UNFCCC, Indonesia menegaskan komitmennya untuk mencapai target *net zero emission* pada 2060 atau lebih cepat, sambil secara simultan mempertahankan pertumbuhan ekonomi tinggi, mengurangi kemiskinan dan ketimpangan secara signifikan, serta terus menciptakan lapangan kerja baru (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2023). Pernyataan ini menunjukkan strategi pembangunan berkelanjutan Indonesia yang mengintegrasikan aksi iklim dengan agenda ekonomi dan sosial, dengan fokus pada transisi energi berkeadilan dan penciptaan lapangan kerja hijau sebagai bagian dari upaya mencapai target iklim global. Konferensi Perubahan Iklim PBB (COP28) menekankan peran sektor swasta dalam mencapai target *Net-Zero Emissions* pada tahun 2060. Dalam acara

tersebut, Indonesia berkomitmen untuk memperkuat regulasi yang mendorong perusahaan berinvestasi dalam energi terbarukan dan inovasi hijau guna mengurangi dampak lingkungan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah menerbitkan POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Keuangan Berkelanjutan yang mewajibkan perusahaan di sektor jasa keuangan dan non-keuangan untuk menerapkan prinsip *sustainability* dalam aktivitas bisnis mereka (www.ojk.go.id). Peraturan ini mendorong perusahaan untuk menjalankan aktivitas yang mendukung *sustainability* dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Selanjutnya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2017, adalah peraturan yang mengatur tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan Hidup (IELH). IELH merupakan seperangkat kebijakan ekonomi yang bertujuan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mendukung pembangunan rendah emisi gas rumah kaca (BPK RI, 2017).

Berdasarkan isu lingkungan, regulasi, dan komitmen pemerintah yang telah dijelaskan di atas, perusahaan perlu mengadopsi inovasi berkelanjutan untuk mengurangi dampak negatif aktivitas produksi terhadap lingkungan. Langkah ini tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui pemanfaatan peluang pasar berkelanjutan. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor dan pemangku kepentingan terhadap kinerja, prospek, dan keberlanjutan sebuah perusahaan. Hal tersebut didukung teori legitimasi menyatakan bahwa tindakan suatu entitas harus sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat (Suchman, 1995). Lebih lanjut, ditegaskan dalam teori ini bahwa hak-hak publik juga harus turut diperhatikan oleh organisasi, tidak hanya hak-hak investor (Deegan dan Brown, 1996). Teori ini, seperti yang dijelaskan oleh Mousa *et al.*, (2015), menekankan hubungan dua arah antara perusahaan dan lingkungannya, di mana perusahaan dipengaruhi oleh ekspektasi masyarakat sekaligus dapat memengaruhi persepsi publik melalui tindakan yang dianggap sah. Reputasi yang baik ini pada akhirnya dapat membuat perusahaan terhindar dari berbagai hal yang tidak diinginkan serta berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, yang tercermin melalui kenaikan harga saham Afifah *et al*, (2021) dan (Permatasari, & Setyastri, 2019). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai

perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan dianggap mampu memberikan keuntungan bagi pemegang sahamnya (Brigham & Houston, 2011). Selanjutnya, untuk mencapai legitimasi tersebut, teori pemangku kepentingan dan *signaling theory* dapat diterapkan untuk menjelaskan langkah-langkah spesifik yang diambil perusahaan.

Menurut Freeman (1984), teori pemangku kepentingan menekankan pentingnya manajemen perusahaan dalam memenuhi ekspektasi berbagai pihak yang berkepentingan untuk mendukung kelangsungan bisnis. Dukungan pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, berkontribusi pada kemampuan perusahaan beradaptasi dengan lingkungan dan mencapai keberlanjutan. Untuk memperoleh dukungan ini, perusahaan perlu mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan menyampaikan informasi tentang kegiatan operasional, dampak, dan langkah-langkah yang relevan kepada para pemangku kepentingan (Ghozali, 2020; Lestari, 2023).

Selain teori pemangku kepentingan, *signaling theory* bisa dijadikan acuan dalam mencapai legitimasi. Brigham dan Houston (2020) menjelaskan bahwa *signaling theory* berkaitan dengan upaya perusahaan mengirimkan sinyal kepada investor tentang prospek dan kinerja mereka melalui informasi manajerial dan keuangan. Sinyal ini bertujuan membangun kepercayaan, meningkatkan reputasi, dan memudahkan akses pendanaan. Dalam konteks green innovation dan green investment, perusahaan memberikan sinyal kepada pasar tentang komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Hal ini meningkatkan persepsi positif dari investor dan konsumen, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan nilai perusahaan (Pamungkas dan Puspaningsih, 2013).

Selanjutnya langkah pasti yang dapat dilakukan perusahaan adalah *green innovation*. *Green innovation* bisa menjadi opsi pendekatan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus memaksimalkan tanggung jawab yang berorientasi pada keberlanjutan. *Green innovation*, yang juga dikenal sebagai *eco-innovation* atau biasa inovasi ramah lingkungan, merupakan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi energi, mencegah timbulnya polusi, menghasilkan desain produk yang ramah lingkungan, upaya daur ulang, pengurangan limbah, serta penerapan sistem manajemen

lingkungan yang berkelanjutan di tingkat perusahaan, sehingga mampu mendukung terciptanya operasional bisnis yang tidak hanya efisien tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan Chen *et al.*, (2006). Menurut Kemp & Arundel (1998), inovasi hijau merupakan tindakan para pemangku kepentingan untuk mengembangkan dan menerapkan proses, produk, serta sistem manajemen yang mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mencapai tujuan ekologis. Dengan menempatkan keberlanjutan sebagai inti strategi bisnis, perusahaan dapat membangun reputasi positif di mata konsumen, pemerintah, dan pemangku kepentingan, yang memberikan keunggulan kompetitif. Investor, baik domestik maupun asing, semakin tertarik pada perusahaan yang mengelola risiko lingkungan dan sosial dengan baik (Nopriyanto, 2024). Dengan adanya akses terhadap modal tambahan dari investor, perkembangan perusahaan, peningkatan inovasi, serta efisiensi operasional dapat diwujudkan. Hal ini pada akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan, yang tercermin melalui harga saham, daya tarik di pasar yang meningkat, serta nilai tambah bagi para pemangku kepentingan (Afifah *et al.*, 2017).

Penelitian terdahulu terkait *green innovation* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Damas *et al.*, (2021), Prakoso dan Zulfiati (2024), dan Cahyaningtyas *et al.*, (2022) yang terbukti *green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa melalui penerapan *green innovation*, efisiensi operasional dapat ditingkatkan, biaya dapat dikurangi, serta reputasi perusahaan di mata konsumen dan investor dapat diperbaiki, sehingga secara keseluruhan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Namun, temuan tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliandhari *et al.*, (2023), Roza dan Maulana (2022), serta Husnaini dan Tjahjadi (2021), yang menunjukkan bahwa *green innovation* tidak signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut mungkin terjadi karena inovasi hijau yang diterapkan belum signifikan atau belum berdampak langsung pada kinerja operasional dan finansial perusahaan. Misalnya, biaya implementasi inovasi hijau bisa lebih besar daripada manfaat yang diperoleh dalam jangka pendek, sehingga tidak tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Selanjutnya opsi lain yang bisa diterapkan perusahaan dalam menghadapi dampak negatif aktivitas produksi terhadap lingkungan adalah *green invesment*, *Green invesment* menurut IMF dipandang sebagai bentuk investasi yang penting untuk dilakukan dalam rangka mengurangi emisi gas rumah kaca dan polusi udara, tanpa harus mengganggu kelangsungan proses bisnis dimana investasi ini dapat dilakukan baik oleh sektor publik maupun swasta, dan diarahkan untuk mendukung transisi menuju ekonomi yang lebih ramah lingkungan serta berkelanjutan (Eyraud & Wane, 2011). Sementara itu, menurut Zhang dan Berhe (2022), *green investment* didefinisikan sebagai pemanfaatan modal hijau yang berasal dari pemerintah maupun industri, yang diinvestasikan pada barang dan jasa berbasis lingkungan, seperti upaya pelestarian keanekaragaman ekosistem dan pencegahan kerusakan iklim. Lebih lanjut, *green investment* juga dipandang sebagai suatu upaya yang digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi, di mana komitmen terhadap keberlanjutan dan pelestarian lingkungan ditunjukkan sebagai bagian dari strategi perusahaan (Wijayanti & Budi, 2024).

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Indriastuti (2021) dan (Putriani, 2019), Wijayanti & Budi (2024), Rosyid & Mulatsih (2024), serta Murwaningsari & Rachmawati (2023) dimana pengaruh positif terhadap nilai perusahaan telah ditemukan dari penerapan *green investment*. Hal ini memberikan gambaran bahwa melalui investasi ramah lingkungan, reputasi perusahaan dapat meningkat, daya tarik investor naik, dan efisiensi operasional dapat dicapai perusahaan, yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Namun demikian, hasil tersebut tidak diperoleh dalam beberapa penelitian (Larasati *et al*, 2024) dan (Prakoso & Zulfianti, 2024) yang menghasilkan pengaruh *green invesment* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi ketika *green investment* belum memberikan dampak signifikan terhadap kinerja finansial, mungkin karena biaya awal yang tinggi, pasar yang belum mendukung, atau kebijakan internal perusahaan yang kurang efektif dalam mengimplementasikannya.

Menurut Hartono (2012:14), ukuran perusahaan didefinisikan berdasarkan besar atau kecilnya entitas bisnis yang diukur melalui total aset, di mana pengukuran tersebut dilakukan dengan menggunakan nilai logaritma dari total aset

yang dimiliki. Lebih lanjut, perusahaan-perusahaan yang dikategorikan dalam industri berprofil tinggi cenderung memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan (Nuurhasanah & Haq, 2024). Selain itu, kegiatan operasional yang lebih erat dikaitkan dengan lingkungan alam juga ditemukan pada perusahaan-perusahaan berprofil tinggi, jika dibandingkan dengan perusahaan yang berprofil rendah, dikarenakan aktivitas perusahaan *high profile* memiliki risiko lebih tinggi dalam memberikan dampak negatif terhadap lingkungan (Hidayah et al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan dengan profil tinggi merasa memiliki tanggung jawab lebih besar terhadap pengelolaan lingkungan karena aktivitas industrinya berisiko tinggi terhadap pencemaran. Mereka lebih mudah diawasi oleh masyarakat dan akan disorot jika terjadi kesalahan operasional, berbeda dengan perusahaan kecil yang dampaknya dianggap kurang signifikan oleh masyarakat.

Selain itu menurut teori skala ekonomi, perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk mendanai investasi yang membutuhkan modal besar (Puspita & Hartono, 2018). Perusahaan besar juga lebih mampu mengelola risiko dan memanfaatkan kesempatan dari inisiatif hijau. Dapat dipastikan ukuran perusahaan mampu memoderasi *green investment* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Anggraini & Gunawan (2024), Hidayah et al., (2022), Srpska & Korespondencija (2020) dan (Sun & Yang, 2022). Akan tetapi hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Tonay dan Murwaningsari (2023), di mana hubungan antara *green innovation* dan nilai perusahaan dengan variabel moderasi ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh negatif. Dalam penelitian tersebut, diketahui bahwa ukuran perusahaan justru memperlemah pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosyid dan Mulatsih (2024), moderasi oleh ukuran perusahaan tidak dapat dibuktikan dalam *green investment*, sehingga tidak ditemukan peran signifikan dari variabel moderasi tersebut.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah disampaikan di atas, perbedaan hasil dalam sejumlah penelitian sebelumnya telah ditemukan, sehingga ketertarikan untuk meneliti kembali pengaruh *green innovation* dan *green*

investment terhadap nilai perusahaan dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi akan dilakukan. Dalam studi ini, perusahaan-perusahaan yang tercatat dalam Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* selama periode November 2022 hingga Juni 2024 akan dijadikan sebagai objek penelitian. Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* sendiri merupakan indeks yang dirancang untuk mengurangi eksposur terhadap intensitas emisi karbon pada portofolio investasi, setidaknya sebesar 50 persen jika dibandingkan dengan Indeks LQ45 sebagai indeks induk. Penentuan indeks tersebut dilakukan berdasarkan penyesuaian bobot per sektor yang disesuaikan dengan tingkat intensitas karbon, serta dengan mengecualikan perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri batu bara sesuai dengan klasifikasi IDX-IC (www.idx.co.id).

Oleh karena itu, perusahaan yang terdaftar dalam indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* cocok untuk penelitian tentang *green investment* dan *green innovation* karena mencakup perusahaan dengan komitmen lebih tinggi terhadap pengurangan emisi karbon, menjadikannya relevan untuk menganalisis *green innovation* dan *green investment*. Indeks ini memberikan representasi perusahaan yang telah menerapkan praktik ramah lingkungan, serta mencerminkan usaha pengurangan jejak karbon secara signifikan yang sejalan dengan latar belakang penelitian. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam indeks ini merupakan bagian dari Indeks LQ45 yang telah dipilih berdasarkan tingkat likuiditas yang tinggi dan kapitalisasi pasar yang besar, serta didukung oleh fundamental perusahaan yang kuat (www.idx.co.id) yang memiliki skala operasi yang lebih besar dan ketersediaan sumber daya yang lebih memadai, sehingga lebih cukup untuk berinvestasi dalam *green innovation* dan *green investment* secara lebih optimal.

Dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, penelitian ini akan mengeksplorasi apakah perusahaan yang lebih besar, dengan kapasitas finansial dan operasional lebih tinggi, dapat lebih efektif dalam menerapkan inisiatif ramah lingkungan tersebut, serta apakah perusahaan besar memperoleh dampak positif yang lebih besar pada nilai perusahaan dibandingkan perusahaan yang lebih kecil dalam indeks ini. Dari penjelasan diatas peneliti mengambil judul “Pengaruh *Green Innovation* dan *Green Investment* terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi

oleh Ukuran Perusahaan (Pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka terdapat tujuan yang ingin diraih dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah *green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*?
2. Apakah *green invesment* berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*?
3. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *green invesment* terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*.
2. Untuk menguji pengaruh *green invesment* terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*.
3. Untuk menguji ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pengaruh *green innovation* terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*.
4. Untuk menguji ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pengaruh *green invesment* terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan wawasan terkait *green innovation* dan *green investment*, khususnya dalam hubungannya dengan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini menambah wawasan mengenai peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam kaitan antara investasi dan inovasi hijau dengan nilai perusahaan.

2. Manfaat bagi Investor

Penelitian ini membantu investor memahami dampak positif *green innovation* dan *green investment* terhadap nilai perusahaan, sehingga mereka dapat membuat keputusan investasi yang lebih baik. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi hubungan tersebut, yang memungkinkan investor untuk mempertimbangkan variabel ini dalam menyusun strategi portofolio.

3. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa menjadi acuan bagi perusahaan untuk lebih fokus pada investasi dan inovasi ramah lingkungan sebagai strategi peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini juga memberikan panduan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan reputasi mereka melalui penerapan kebijakan keberlanjutan.

4. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini menyediakan referensi yang dapat digunakan untuk studi lebih lanjut mengenai hubungan *green innovation*, *green investment*, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menawarkan data dan temuan yang dapat diperbandingkan atau dikembangkan dalam penelitian di sektor lain atau dengan periode waktu yang berbeda

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Yasya dan Muchlis (2024) telah difokuskan pada pengaruh *green innovation* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, dengan objek penelitian berupa perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2021. Dalam studi ini, pendekatan kuantitatif telah digunakan, dan analisis dilakukan melalui regresi data panel menggunakan perangkat lunak EViews versi 12. Dari hasil penelitian, telah ditemukan bahwa *green innovation* memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Return on Assets (ROA) diketahui memberikan pengaruh positif. Selain itu, variabel Earnings Per Share (EPS) dan Debt to Equity Ratio (DER) tidak ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sawung Prakoso dan Lies Zulfiati (2024), telah dianalisis pengaruh biaya lingkungan, *green innovation*, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Metode regresi linear berganda telah digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan perangkat lunak EViews versi 10. Hasil analisis menunjukkan bahwa *green innovation* ditemukan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara keputusan investasi tidak memberikan pengaruh yang berarti. Peran moderasi oleh profitabilitas telah dibuktikan dalam memperkuat hubungan antara biaya lingkungan, *green innovation*, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor pertambangan di Indonesia selama periode 2019–2022.

Penelitian oleh Murwaningsari dan Tonay (2022) yang menganalisis pengaruh *green innovation* dan *green intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi menunjukkan bahwa meskipun kedua variabel independen tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun ukuran perusahaan justru berperan sebagai

negative moderator yang melemahkan kekuatan pengaruh *green innovation* dan *green intellectual capital*. Temuan ini diperoleh melalui teknik *purposive sampling* dan analisis regresi berganda, yang mengindikasikan bahwa perusahaan kecil-menengah cenderung lebih responsif terhadap investasi berbasis lingkungan dibandingkan perusahaan besar dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Adinda Rindu Larasati, Nugroho Alimuljarto, dan Zul Azhar telah meneliti pengaruh *green investment* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, dengan fokus pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2022. Penelitian ini telah dilakukan dengan metode survei eksplanatori dan analisis data panel. Berdasarkan hasil analisis, *green investment* tidak ditemukan memberikan pengaruh positif secara parsial terhadap nilai perusahaan, sementara Return on Assets (ROA) terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan. Di sisi lain, Economic Value Added (EVA) ditemukan memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Ayu Wijayanti dan Yoseph Agus Bagus Budi (2024) telah mengkaji dampak tata kelola hijau (*green governance*) dan *green investment* terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa variabel *board size*, *board independence*, dan *green investment* memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, keberadaan *chief sustainability officer* serta praktik *green innovation* tidak ditemukan memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.”

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriningsih Amalo dan Gayatri Nahdiyah Husen (2024) difokuskan pada *green innovation*, efisiensi lingkungan (*eco-efficiency*), kinerja keuangan, dan nilai perusahaan. Objek penelitian diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2019–2022. Dari hasil penelitian, *green innovation* ditemukan memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, efisiensi lingkungan dan kinerja keuangan tidak ditemukan memiliki pengaruh langsung yang signifikan. Selain itu, kinerja keuangan juga tidak ditemukan mampu memediasi hubungan antara *green innovation* dan efisiensi lingkungan.

Liangchui Rahelliamelinda dan Jesica Handoko (2024) meneliti pengaruh kinerja ESG, *green innovation*, dan efisiensi lingkungan terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai moderasi. Kinerja ESG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *green innovation* tidak berpengaruh, dan efisiensi lingkungan berpengaruh negatif. Profitabilitas ditemukan memperlemah pengaruh kinerja ESG tetapi memperkuat pengaruh *green innovation* dan efisiensi lingkungan.

Penelitian oleh Rosyid dan Srie Nuning Mulatsih (2024) telah mengkaji pengaruh *green investment* dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan mempertimbangkan peran moderasi ukuran perusahaan. Objek penelitian terdiri dari perusahaan yang terdaftar di indeks SRI-KEHATI, PROPER, dan BEI selama periode 2018–2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green investment* dan kinerja lingkungan memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun, peran moderasi ukuran perusahaan hanya ditemukan signifikan dalam memperkuat pengaruh kinerja lingkungan, sementara untuk *green investment* tidak ditemukan peran moderasi yang signifikan.

Ni Made Indah Mentari dan Kadek Indah Kusuma Dewi (2023) telah meneliti peran pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *green investment* dan nilai perusahaan. Dari hasil penelitian, *green investment* ditemukan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Namun demikian, CSR disclosure tidak ditemukan memberikan pengaruh langsung maupun sebagai moderator terhadap hubungan antara investasi hijau dan nilai perusahaan.

Shouwen Wang et al. (2022) mengeksplorasi bagaimana manajemen pengetahuan hijau (*green knowledge management*) dapat mendukung inovasi hijau dan tujuan pembangunan berkelanjutan, dengan budaya hijau organisasi sebagai faktor moderasi. Manajemen pengetahuan hijau secara signifikan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan inovasi hijau sekaligus mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Lebih lanjut, budaya hijau organisasi terbukti memperkuat hubungan antara manajemen pengetahuan hijau dan inovasi hijau, menunjukkan bahwa nilai-nilai hijau dalam organisasi

memainkan peran penting dalam mengintegrasikan pengetahuan dengan tindakan strategis.

Hongwei Zhang et al. (2022) meneliti hubungan antara investasi ramah lingkungan, sumber daya alam, inovasi teknologi hijau, dan pertumbuhan ekonomi terhadap jejak ekologis di China. Menggunakan model NRDL (*Nonlinear Dynamic Relationship Model*), penelitian ini menunjukkan bahwa baik dalam jangka pendek maupun panjang, investasi hijau, pengelolaan sumber daya alam, dan inovasi teknologi hijau secara signifikan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan jejak ekologis. Temuan ini menegaskan perlunya pendekatan yang seimbang dalam mengelola pertumbuhan ekonomi dan dampak lingkungan, di mana inovasi hijau memainkan peran strategis dalam mengurangi tekanan ekologis sekaligus mendukung pembangunan ekonomi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yasya, N. & Muchlis, 2024. Pengaruh <i>Green Innovation</i> Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.	<i>Green Innovation</i> (X1), Kinerja Keuangan (X2) Nilai Perusahaan (Y)	Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan software Eviews 12. Data panel melalui regresi berganda data panel. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji normalitas, dan uji asumsi klasik.	• <i>Green innovation</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, • <i>Return On Asset</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • <i>Earnings Per Share</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, • <i>Debt To Equity Ratio</i> tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q, namun berpengaruh positif terhadap <i>Price to Book Value</i>
2	Sawung Prakoso & Lies Zulfiati, 2024 Pengaruh Biaya Lingkungan, <i>Green Innovation</i> Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Profitabilitas</i> Sebagai Pemoderasi	Biaya Lingkungan (X1) <i>Green Innovation</i> (X2) Dan Keputusan Investasi (X3), Nilai Perusahaan (Y) Profitabilitas	Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Menggunakan analisis regresi linier berganda dengan Eviews versi 10.	• <i>Green innovation</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan, • Keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. • Profitabilitas memoderasi biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan • Profitabilitas memoderasi <i>green innovation</i> terhadap nilai perusahaan profitabilitas memperkuat moderasi • Keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan di Indonesia tahun 2019-2022.

		(M).		
3	Etty Murwaningsari dan Clarissa Tonay (2022) Pengaruh <i>Green Innovation</i> Dan <i>Green Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi	<i>Green Innovation</i> (X1) <i>Green Intellectual Capital</i> (X2), Ukuran Perusahaan (Z), Nilai Perusahaan (Y)	Menggunakan teknik purposive sampling untuk pengambilan sampel data, serta menggunakan model regresi berganda untuk pengolahan datanya.	• <i>Green intellectual capital</i> secara simultan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan • <i>Green innovation</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan. • Ukuran perusahaan memperlemah pengaruh <i>green intellectual capital</i> dan <i>green innovation</i> terhadap pada nilai perusahaan
4	Adinda Rindu Larasati, Nugroho Alimuljarto, Zul Azhar Pengaruh <i>Green Investment</i> Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.	<i>Green Invesment</i> (X1), ROA (X2), Nilai Perusahaan (Y)	Explanatory survey. Menggunakan data kuantitatif. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel.	• Secara parsial <i>green investment</i> tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. • <i>Return On Asset</i> secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. • <i>Economic Value Added</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. • Pengujian secara simultan menunjukkan hasil <i>Green Investment</i>, <i>Return On Asset</i>, dan <i>Economic Value Added</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	Ayu Wijayanti Yoseph Agus Bagus Budi N (2024) Dampak <i>Green</i>	<i>Green Governance</i> (X1) <i>Green Investment</i>	Penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder. Data penelitian didapat dari	• <i>Variabel Board Size</i>, <i>Board Independence</i>, dan <i>Green Investment</i> memberi pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan • <i>Chief Sustainability Officer</i> dan <i>Green Innovation</i>

	<i>Governance, Green Investment, Dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan</i>	(X2) <i>Green Innovation</i> (X3) Nilai Perusahaan (Y)	data laporan keuangan yang ada di situs resmi BEI (www.idx.co.id). Teknik purposive sampling untuk pemilihan sampel. Data dianalisis menggunakan E-Views.	tidak memberi pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
6	Fitriningsih Amalo Gayatri Nahdiyah Husen (2024) <i>The Role Of Financial Performance In Mediating The Relationship Between Green Innovation And Eco-Efficiency On Company Value</i>	<i>Green Innovation</i> (X1) <i>Eco-Efficiency</i> (X2) <i>Financial Performance</i> (Z) <i>Firm Value</i> (Y)	Penelitian kuantitatif dengan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Menggunakan teknik penelitian purposive sampling.	• Inovasi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ekoefisiensi • Kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. • Kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara inovasi hijau dan ekoefisiensi terhadap nilai perusahaan.
7	Liangchui Rahelliamelinda Jesica Handoko (2024) <i>Profitabilitas Sebagai Moderating Pengaruh Kinerja Esg, Green Innovation, Eco-Efficiency Terhadap Nilai Perusahaan</i>	ESG (X1) <i>Green Innovation</i> (X2) <i>Eco-Efficiency</i> (X3) <i>Profitabilitas</i> (Z) Nilai Perusahaan (Y)	Penelitian kuantitatif menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data. Menggunakan teknik purposive sampling pada perusahaan non-keuangan di BEI 2020-2022	• ESG berpengaruh positif • <i>Green innovation</i> tidak berpengaruh • <i>Eco-efficiency</i> berpengaruh negatif terhadap nilai • <i>Profitabilitas</i> memperlemah pengaruh kinerja ESG terhadap nilai perusahaan. • Profitabilitas memperkuat pengaruh green innovation dan <i>Eco-efficiency</i> terhadap nilai perusahaan

8	Rosyid & Srie Nuning Mulatsih (2024) <i>The Role Of Green Investment And Environmental Performance On Financial Performance With Moderation Of Company Size</i>	<i>Financial Performance</i> (Y) <i>Green Investment</i> (X1) <i>Environmental Performance</i> (X2) <i>Company Size</i> (Z)	Analisis regresi moderasi dengan data panel. Menggunakan metode purposive sampling pada perusahaan SRI KEHATI, PROPER, dan BEI 2018-2022	• Investasi hijau dan kinerja lingkungan menguntungkan kinerja keuangan perusahaan, tetapi ukuran perusahaan tidak. • Ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan namun tidak untuk <i>green investment</i>.
9	Sawung Prakoso & Lies Zulfiati (2024) Pengaruh biaya lingkungan, green innovation dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi	Biaya lingkungan (X1) <i>green innovation</i> (X2) dan keputusan investasi (X3) nilai perusahaan (Y0) <i>profitabilitas</i> (Z)	Strategi penelitian asosiatif kausal, metode penelitian kuantitatif, menggunakan teknik purposive sampling, data penelitian sekunder	• Biaya lingkungan dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. • <i>Green innovation</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, • <i>Profitabilitas</i> memoderasi biaya lingkungan dan green innovation terhadap nilai perusahaan.
10	Ni Made Indah Mentari & Kadek Indah Kusuma Dewi (2023) Moderasi CSR Disclosure Terhadap Pengaruh Green	<i>Green Investment</i> (X1) <i>CSR Disclosure</i> (Z) Nilai Perusahaan	Metode pengumpulan data menggunakan content analysis. menggunakan metode purposive sampling, Teknik	• <i>Green investment</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan • <i>CSR disclosure</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. • <i>CSR disclosure</i> tidak mampu memoderasi hubungan antara <i>green investment</i> dengan nilai perusahaan

	<i>Investment Pada Nilai Perusahaan</i>	(Y)	analisis menggunakan Moderating Regression Analysis (MRA).	
11	Shouwen Wang, Jawad Abbas, Muhammad Safdar Sial, Susana Álvarez-Otero, Lucian-Ionel Cioca (2022) <i>Achieving green innovation and sustainable development goals through green knowledge management: Moderating role of organizational green culture</i>	<i>Green Innovation</i> (X1) <i>Sustainable Development</i> (X2) <i>Green Knowledge Management</i> (Y) <i>Organizational Green Culture</i> (Z)	Penerapan teknik <i>non-probability convenience</i> sampling mengumpulkan data dari manajer dari perusahaan manufaktur dan jasa dari semua ukuran dan menganalisisnya melalui pemodelan persamaan struktural	• GKM memperkuat kapabilitas organisasi untuk mencapai inovasi ramah lingkungan dan SDG • Inovasi ramah lingkungan juga terbukti menjadi prediktor positif yang signifikan terhadap pembangunan berkelanjutan perusahaan (CSD). • OGC memperkuat hubungan antara GKM dan inovasi hijau untuk mencapai SDG. • Untuk semua ukuran organisasi manufaktur dan jasa, GKM dianggap sama pentingnya.
12	Hongwei Zhang, Yanmin Shao, Xiping Han, Hsu-Ling Chang (2022) <i>A road towards ecological development in China: The nexus between green investment, natural</i>	Investasi ramah lingkungan (X1) sumber daya alam (X2) inovasi teknologi ramah lingkungan	Model NRDL mensimulasikan pengaruh non-linier faktor independen terhadap variabel dependen, menggunakan data dari tahun 2000 hingga 2018	• Investasi ramah lingkungan, sumber daya alam, investasi teknologi ramah lingkungan, dan pembangunan ekonomi memiliki hubungan positif yang signifikan dalam jangka pendek dan jangka panjang dengan jejak ekologis.

	<i>resources, green technology innovation, and economic growth</i>	(X3) dan pertumbuhan ekonomi (X4) jejak ekologis (Y)		
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Persamaan	Perbedaan
- Menggunakan variabel yang sama yaitu <i>green innovation, green invesment</i>, nilai perusahaan - Menggunakan pendekatan kuantitatif	- Menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi - Menggunakan Indeks <i>IDX LQ45 Low Carbon Leaders</i> sebagai objek penelitian

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa tindakan suatu entitas harus sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat (Suchman, 1995). Teori ini, seperti yang dijelaskan oleh (Mousa *et al.*, 2015), menekankan hubungan dua arah antara perusahaan dan lingkungannya, di mana perusahaan dipengaruhi oleh ekspektasi masyarakat sekaligus dapat memengaruhi persepsi publik melalui tindakan yang dianggap sah.

Ghozali dan Chariri (2007)) mengemukakan bahwa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi dan kinerja yang berbasis lingkungan sebagai upaya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Pengungkapan ini berfungsi untuk menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga peduli terhadap dampaknya pada lingkungan dan masyarakat sekitar. Kontribusi ini dipandang sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan keberlanjutan jangka panjang perusahaan, karena dukungan dari masyarakat menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensinya. Reputasi yang baik ini, nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan (Afifah *et al.*, 2021). Semakin tinggi harga saham yang dimiliki, maka semakin besar pula nilai perusahaan yang dinilai oleh pasar. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah dipersepsikan mampu memberikan prospek keuntungan yang optimal bagi para pemegang sahamnya (Brigham & Houston, 2011).

2.2.2 Teori Stakeholder

Menurut Freeman (1984), teori pemangku kepentingan menguraikan bagaimana manajemen perusahaan dapat memenuhi dan mengawasi ekspektasi dari berbagai pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, argumen yang diajukan menunjukkan bahwa keberlanjutan suatu bisnis sangat bergantung pada dukungan yang diperoleh dari berbagai pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengambil langkah-langkah proaktif untuk mendapatkan dukungan tersebut, demi kelancaran operasional dan keberlangsungan bisnis mereka.

Manajemen perusahaan diharapkan dapat melaksanakan kegiatan yang penting bagi pemangku kepentingan dan menyampaikan hasilnya kepada mereka. Dukungan pemangku kepentingan sangat krusial bagi kemakmuran perusahaan, karena mereka dapat berperan sebagai pihak internal maupun eksternal yang mempengaruhi perusahaan (Ghozali, 2020). Kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan akan semakin besar apabila dukungan dari para pemangku kepentingan berhasil diperoleh secara kuat.

Dalam kerangka *stakeholder theory*, dipandang bahwa upaya maksimal harus dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi dan dukungan dari para pemangku kepentingan. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan guna mendapatkan dukungan tersebut, khususnya dari pemangku kepentingan eksternal adalah dengan diungkapkannya tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan. Informasi mengenai kegiatan operasional, dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan dan sosial, serta berbagai langkah yang telah dilakukan untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan perlu disampaikan secara terbuka. Dengan demikian, kelangsungan hidup perusahaan dapat dijaga dan dukungan jangka panjang dari para pemangku kepentingan dapat terus diperkuat (Lestari, 2023).

2.2.3 Signaling Theory

Menurut Brigham dan Houston (2020) *signaling theory* mencakup bagaimana perusahaan berupaya mengirimkan sinyal kepada investor mengenai prospek dan kinerja mereka melalui berbagai tindakan manajerial serta informasi keuangan. Tujuan dari sinyal ini adalah untuk menunjukkan kredibilitas, kualitas, atau prospek perusahaan kepada pihak eksternal. Informasi ini penting karena memberikan informasi yang mendalam tentang situasi saat ini serta proyeksi untuk masa yang akan datang, sehingga memungkinkan investor untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait investasi mereka (Pamungkas dan Puspaningsih, 2013). Bagi perusahaan, memberikan sinyal yang jelas dan konsisten sangat penting untuk menjaga hubungan dengan investor, meningkatkan reputasi pasar, dan memastikan kelancaran akses terhadap pendanaan.

Dalam konteks *green innovation* dan *green investment* artinya perusahaan mengirimkan sinyal kepada pasar bahwa perusahaan peduli terhadap keberlanjutan lingkungan. Investor dan konsumen dapat memandang perusahaan sebagai lembaga yang akuntabel, inovatif, dan berpotensi menghasilkan profitabilitas jangka panjang. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan, pada akhirnya nilai perusahaan akan meningkat.

2.2.4 Nilai Perusahaan

2.2.4.1 Definisi Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2017:233) nilai perusahaan didefinisikan sebagai kinerja perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham, di mana harga tersebut dibentuk berdasarkan mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Kegiatan permintaan dan penawaran ini dianggap sebagai cerminan nyata dari penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan secara menyeluruh. Penilaian tersebut dianggap objektif karena harga saham terbentuk melalui titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran, yang terjadi dalam transaksi jual beli surat berharga antara pihak emiten sebagai penjual dan investor sebagai pembeli. Proses terbentuknya harga ini dikenal sebagai *market equilibrium* atau ekuilibrium pasar. Sementara itu, oleh Yanti dan Darmayanti (2019), nilai perusahaan dipandang sebagai persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola sumber dayanya yang tercermin melalui harga sahamnya. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian pasar terhadap potensi pertumbuhan dan kinerja masa depan perusahaan direpresentasikan oleh fluktuasi harga saham yang tercatat di bursa. Selain itu, oleh Brigham dan Houston (2011), nilai perusahaan telah dianggap sebagai salah satu indikator penting yang mencerminkan pencapaian perusahaan secara menyeluruh. Nilai ini sering dijadikan dasar oleh investor dalam mengambil keputusan investasi, karena dianggap mampu merefleksikan tingkat pengembalian dan risiko yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan ialah hasil dari penilaian yang diberikan oleh masyarakat atau investor terhadap kinerja dan prospek pertumbuhan suatu

perusahaan yang tercermin melalui harga saham. Harga saham ini terbentuk dari mekanisme pasar yaitu interaksi antara permintaan dan penawaran di pasar modal yang mencerminkan persepsi riil para pelaku pasar mengenai sejauh mana keberhasilan dan potensi masa depan perusahaan dapat dicapai. Oleh karena itu, nilai perusahaan sering dianggap sebagai elemen krusial dalam menilai keberhasilan perusahaan, karena keberadaannya memiliki dampak langsung terhadap kesejahteraan para pemegang saham. Ketika harga saham perusahaan mengalami peningkatan, hal tersebut mencerminkan peningkatan nilai perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, perusahaan dapat dinilai telah berhasil memperoleh kepercayaan serta memenuhi ekspektasi positif yang ditujukan oleh investor.

2.2.4.2 Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan seberapa baik perusahaan dipandang oleh pasar dan investor. Menurut Brigham and Houston (2019:132) , *“the ratio of a stock’s market price to its book value gives another indication of how investors regard the company.companies that are well regarded by investors which means low risk and high growth-have high M/B ratios”*. Dalam penelitian ini, pengukuran terhadap nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan rasio *price to book value* (PBV), yaitu suatu rasio yang dihitung melalui perbandingan antara harga pasar per saham dengan nilai buku per saham. Melalui rasio ini, dapat diberikan gambaran mengenai seberapa besar apresiasi atau penilaian yang diberikan oleh pasar terhadap aset perusahaan jika dibandingkan dengan nilai aset yang telah dicatat secara historis dalam laporan keuangan (Hery, 2017). PBV menjadi indikator penting dalam menilai apakah saham perusahaan diperdagangkan dengan nilai lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan nilai buku asetnya.

Semakin tinggi nilai PBV, semakin besar penghargaan pasar terhadap aset dan prospek perusahaan. PBV yang tinggi umumnya menunjukkan bahwa investor memiliki persepsi positif terhadap masa depan perusahaan dan bersedia membayar lebih dari nilai aset perusahaan. Ini menandakan bahwa perusahaan dipandang memiliki prospek pertumbuhan yang baik, pengelolaan yang efisien, atau posisi pasar yang kuat (Hani, 2015; Franita, 2018). Sebaliknya, PBV yang rendah dapat mencerminkan persepsi pasar yang kurang optimis terhadap potensi

perusahaan atau menunjukkan bahwa perusahaan mungkin mengalami tantangan dalam meningkatkan nilainya. Oleh karena itu, PBV sering digunakan untuk membandingkan nilai perusahaan dalam suatu industri atau sektor tertentu dan melihat sejauh mana perusahaan berhasil meningkatkan nilai bagi pemegang sahamnya (Kalsum & Oktavia, 2021) dan (Alhayra *et al.*, 2024)

$$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

2.2.4.3 Nilai Perusahaan dalam Perspektif Islam

Nilai perusahaan dalam perspektif Islam lebih dari sekadar harga pasar atau laba yang dihasilkan. Nilai perusahaan mencakup aspek etis, sosial, dan lingkungan yang selaras dengan ajaran Islam. Beberapa pandangan terkait nilai perusahaan dalam Islam adalah sebagai berikut: Nilai perusahaan diukur dari seberapa besar manfaat yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan. Dalam Islam, tujuan perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan tetapi juga untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat (*maqasid al-shariah*) (Hartiana, 2022) Misalnya, perusahaan yang membantu masyarakat melalui produk atau layanan yang bermanfaat atau yang menjaga lingkungan akan dianggap memiliki nilai yang tinggi. Dalam surah al-baqarah ayat 283 menunjukkan pentingnya amanah dalam pengelolaan harta. Adapun ayatnya berbunyi:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

“... Maka hendaklah orang yang dipercaya itu menunaikan amanat (yang diterimanya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...”

Perusahaan yang dikelola dengan baik, yang memegang amanah untuk memberikan nilai bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan, serta mematuhi prinsip-prinsip syariah, mencerminkan nilai tinggi dalam perspektif Islam. Perusahaan yang nilainya tinggi menurut Islam adalah perusahaan yang menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip syariah, termasuk menghindari riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian). Kepatuhan terhadap syariah mencerminkan integritas dan reputasi yang baik, yang meningkatkan kepercayaan investor serta pemangku kepentingan lainnya. Islam mendorong

pengelolaan perusahaan yang amanah dan transparan. Kejujuran dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan, praktik usaha yang etis, serta penghindaran dari praktik eksploitatif meningkatkan nilai perusahaan di mata syariah.

2.2.5 **Green Innovation**

2.2.5.1 Definisi *Green Innovation*

Menurut Kemp & Arundel (1998), *green innovation* didefinisikan sebagai suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh para pemangku kepentingan dengan tujuan untuk mengembangkan serta menerapkan proses produksi, produk, dan sistem manajemen yang ramah lingkungan. Melalui pendekatan ini, diupayakan agar dampak negatif terhadap lingkungan dapat dikurangi secara signifikan, sekaligus memungkinkan tercapainya tujuan-tujuan ekologis yang lebih berkelanjutan.. Selanjutnya menurut (Chen *et al.*, 2006) *green innovation*, yang juga dikenal sebagai *eco-innovation* merupakan inovasi serta kemajuan teknologi terkait produk yang dikembangkan untuk meminimalkan dampak buruk terhadap lingkungan, seperti mengurangi sampah, meningkatkan efisiensi energi, dan menerapkan teknologi ramah

Dengan menempatkan keberlanjutan sebagai inti strategi bisnis, perusahaan dapat membangun reputasi positif di mata konsumen, pemerintah, dan pemangku kepentingan, yang memberikan keunggulan kompetitif. Investor, baik domestik maupun asing, semakin tertarik pada perusahaan yang mengelola risiko lingkungan dan sosial dengan baik (Nopriyanto, 2024). Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan *green innovation* merupakan upaya perusahaan dan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan dan menerapkan produk, proses, serta sistem manajemen yang berfokus pada pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. Inovasi ini tidak hanya difokuskan pada peningkatan aspek teknologi dan efisiensi energi, tetapi juga telah diperluas cakupannya untuk mencakup upaya pencegahan polusi, penerapan sistem daur ulang yang lebih efektif, pengembangan desain produk yang ramah lingkungan, serta pengelolaan lingkungan perusahaan yang dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, berbagai dimensi lingkungan diupayakan untuk dapat

ditangani secara menyeluruh dalam rangka mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

2.2.5.2 Indikator *Green Innovation*

Green innovation didefinisikan sebagai bentuk inovasi yang difokuskan pada penerapan proses dan produk yang ramah lingkungan, yang dirancang untuk meningkatkan kinerja lingkungan sekaligus memperkuat pencapaian ekonomi perusahaan (Oduro *et al.*, 2022). Konsep ini menekankan pentingnya keberlanjutan dalam strategi bisnis, yang dievaluasi dengan menggunakan delapan item dari daftar periksa yang disusun oleh Setyawan dan Wijayanti (2023) & L, Rahelliamelinda dan J, Handoko (2024). Adapun aspek-aspek yang diukur meliputi:

1. Optimalisasi Sumber Daya

Mengurangi konsumsi air, energi, sumber daya alam sekaligus efisiensi dalam penggunaannya harus terus ditingkatkan.

2. Daur Ulang dan Teknologi Ramah Lingkungan

Memanfaatkan bahan daur ulang, penerapan teknologi ramah lingkungan serta pemanfaatan dan pengurangan limbah.

3. Kampanye Lingkungan

Mengadakan kegiatan kampanye yang berfokus pada kesadaran lingkungan.

4. Teknologi dan Peralatan Efisiensi Energi

Mengadopsi atau menyesuaikan peralatan untuk mengurangi konsumsi energi, air, dan produksi limbah.

5. Desain Produk yang Aman

Mengubah desain produk atau proses produksi agar risiko terpaparnya bahan berbahaya selama proses produksi dapat dikurangi sehingga menciptakan hasil yang lebih aman bagi lingkungan dan konsumen.

6. Kemasan Ramah Lingkungan

Pengembangan terhadap kemasan ramah lingkungan baik pada produk yang telah ada maupun pada produk baru, sebagai upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

7. Desain untuk Efisiensi Energi

Mendesain atau memodifikasi produk untuk meningkatkan efisiensi penggunaan energi.

8. Pengurangan Bahan Berbahaya

Mengurangi penggunaan bahan yang dapat menyebabkan polusi atau yang berpotensi berbahaya.

Menurut Setyawan dan Wijayanti (2023), dengan memenuhi item-item ini, perusahaan dapat lebih mudah mengukur implementasi *green innovation* dalam operasionalnya. Berdasarkan delapan indikator yang telah dirinci, telah dirumuskan oleh Setyawan dan Wijayanti (2023) pengukuran *green innovation* yang mencakup berbagai aspek inovasi ramah lingkungan yakni sebagai berikut:

$$GI = \frac{\text{Total Item yang Diungkapkan Perusahaan}}{\text{Total Item yang Dapat Diungkapkan}}$$

2.2.5.3 *Green Innovation* dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, *green innovation* atau inovasi ramah lingkungan dapat dipahami sebagai upaya yang sejalan dengan prinsip-prinsip tanggung jawab terhadap alam dan keberlanjutan hidup. Islam mengajarkan pentingnya menjaga alam sebagai amanah dari Allah, yang tercermin dalam konsep *khalifah* (kepemimpinan manusia di bumi) dan *maslahah* (kemaslahatan umum). Sebagai *khalifah*, manusia diberi tugas untuk mengelola alam secara bertanggung jawab dan menjaga keseimbangannya, menghindari kerusakan, dan mencari inovasi yang memberikan manfaat berkelanjutan.

Banyak ayat-ayat al-Qur'an dan hadis terkait dengan pengelolaan lingkungan, salah satunya dalam QS. Al-A'raf ayat 56 (Mutmainah et al, 2023):

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.”

Menjaga kelestarian alam merupakan bentuk tanggung jawab manusia kepada Allah SWT sebagai wujud syukur atas anugerah dan karunia yang telah diberikan-Nya. Sebagai makhluk yang diamanahi untuk mengelola bumi, manusia harus menjaga alam dari berbagai bentuk kerusakan agar tercipta keseimbangan yang dapat membawa manfaat bagi kesejahteraan umat manusia. Suhada dan Setyawan (2016) menegaskan bahwa melindungi lingkungan adalah tanggung jawab penting yang harus dipenuhi oleh setiap individu. Dengan menjaga keseimbangan alam, manusia turut berperan dalam mempertahankan keberlanjutan ekosistem yang memberikan dampak positif baik untuk sekarang atau masa depan.

Dalam perspektif Islam, upaya ini bukan sekadar kewajiban moral, tetapi juga bagian dari tugas spiritual sebagai *khalifah* atau pemimpin di bumi. Setiap tindakan yang mendukung kelestarian alam dapat bernilai ibadah karena merupakan bentuk pelaksanaan amanah dari Allah SWT. Menjaga lingkungan berarti menghormati ciptaan Allah dan berusaha untuk tidak merusak keseimbangan yang telah ditetapkan-Nya, sebagaimana tercermin dalam ajaran Al-Qur'an yang melarang tindakan perusakan (*fasad*). Dengan demikian, menjaga kelestarian alam adalah wujud nyata dari komitmen manusia dalam mengupayakan *maslahah* atau kebaikan bersama bagi seluruh makhluk hidup.

2.2.6 **Green Investment**

2.2.6.1 Definisi *Green Investment*

Green investment menurut IMF adalah investasi penting untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan polusi udara tanpa mengganggu proses bisnis perusahaan non-energi, baik investasi publik maupun swasta (Eyraud & Wane, 2011). Sedangkan menurut Zhang dan Berhe (2022), *green investment* didefinisikan sebagai pemanfaatan modal hijau yang berasal dari sektor publik maupun industri swasta, yang dialokasikan untuk mendukung barang dan jasa

berbasis lingkungan, seperti upaya pelestarian keanekaragaman hayati serta pencegahan degradasi iklim.. Dalam praktiknya, *green investment* bertujuan untuk mencapai keuntungan finansial sambil memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan. Banyak perusahaan atau organisasi yang menerapkan *green investment* untuk memenuhi standar keberlanjutan, memperlihatkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, serta menjaga reputasi di hadapan masyarakat yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan. Selain itu, *green investment* juga dipandang sebagai suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi eksternal dengan menunjukkan keseriusan mereka dalam mendukung agenda keberlanjutan dan perlindungan lingkungan jangka panjang (Wijayanti & Budi, 2024). Berdasarkan berbagai definisi di atas, *green investment* dapat disimpulkan sebagai investasi yang berfokus pada pendanaan proyek-proyek, barang, atau jasa yang mendukung keberlanjutan lingkungan dan bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem.

2.2.6.2 Indikator *Green Investment*

Pengukuran variabel investasi hijau (*green investment*) dalam penelitian ini mengikuti pendekatan yang digunakan oleh Khalid (2023) serta Zhang dan Berhe (2022). Variabel investasi hijau dihitung dengan membandingkan total dana yang digunakan untuk kegiatan investasi berorientasi lingkungan dengan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan pada akhir tahun. Rasio ini menggambarkan proporsi dana perusahaan yang dialokasikan untuk proyek atau inisiatif yang mendukung keberlanjutan dan kelestarian lingkungan dibandingkan keseluruhan asetnya. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi konsistensi perusahaan dalam mendukung praktik-praktik hijau melalui alokasi sumber daya, yang pada akhirnya dapat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan. Untuk menghitung rasio *green investment* dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

$$Green\ Investment = \frac{Biaya\ Investasi\ Hijau}{Total\ Aset}$$

2.2.6.3 *Green Investment* dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, investasi hijau (*green investment*) mencerminkan prinsip-prinsip yang selaras dengan ajaran Islam tentang pengelolaan alam dan

kesejahteraan masyarakat. Konsep ini didasarkan pada tanggung jawab untuk menjaga lingkungan sebagai amanah dari Allah, sebagaimana dinyatakan dalam firman Al-Qur'an bahwasanya manusia diangkat sebagai pemimpin atau khalifah di bumi untuk merawat dan melindunginya (QS. Al-Baqarah: 30)

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِیْفَةًۭۙ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا وَیَسْفِكُ الدِّمَآءَ
وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَۙ قَالَ نِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ

“Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, 'Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.' Mereka berkata, 'Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?' Dia berfirman, 'Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.'”

Etika lingkungan dalam Islam, yang menjadi dasar bagi konsep investasi hijau, berlandaskan prinsip-prinsip utama yang, jika dilanggar, dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara manusia dan alam. Prinsip-prinsip tersebut meliputi: *At-Tauhid* (mengesakan Allah SWT) dan *Al-Khilafah* (manusia sebagai wakil Allah di bumi). Tanggung jawab khilafah ini mencakup amanah untuk menjaga bumi, *I'mar al-Ardh* (memakmurkan bumi), serta *An-Nadhafah wa-l-Jamal* (menjaga kebersihan dan keindahan). Sebaliknya, Islam melarang tindakan yang merusak lingkungan seperti *al-fasad fi-l-ardh* (kerusakan di muka bumi), *israf* (berlebihan), *tabdzir* (pemborosan), dan *dharar* (kerusakan atau kejahatan) (Mohammad Hashim Kamali, 2010).

Dalam konteks bisnis dan keuangan Islam, *green investment* juga selaras dengan prinsip etis yang menghindari kegiatan yang merusak alam atau memanfaatkan sumber daya secara berlebihan. Melalui investasi ini, pembiayaan terhadap berbagai proyek yang berorientasi pada kelestarian lingkungan, seperti energi terbarukan, pengelolaan air bersih, serta teknologi yang dirancang untuk meminimalkan emisi karbon, telah didorong. Selain itu, *green investment* dalam Islam mengutamakan nilai-nilai seperti keadilan sosial dan keberlanjutan, investasi ini tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan keuntungan secara finansial, tetapi juga diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan Masyarakat.

2.2.7 Ukuran Perusahaan

2.2.7.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan konsep penting dalam analisis ekonomi dan bisnis, yang memberikan gambaran mengenai skala operasional suatu perusahaan. Menurut Hartono (2012), ukuran perusahaan dapat ditentukan melalui jumlah keseluruhan aset atau total harta yang dimiliki perusahaan. Biasanya pengukuran ini sering memakai logaritma natural untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas terhadap variasi yang ada, terutama ketika ada perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan. Dalam penjelasan Widiastari dan Yasa (2018), ukuran perusahaan diakui sebagai suatu skala yang memungkinkan perusahaan untuk diklasifikasikan berdasarkan sejumlah indikator, seperti total aktiva, nilai saham, serta jumlah penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengukuran ukuran perusahaan tidak hanya didasarkan pada keberadaan aset fisik, melainkan juga telah mencakup performa keuangan dan kekuatan posisi perusahaan di pasar.

Selanjutnya (Goh *et al*, 2020) menekankan pentingnya mempertimbangkan bidang bisnis ketika menentukan ukuran perusahaan. Mereka menunjukkan bahwa ukuran perusahaan disarankan untuk dinilai melalui indikator seperti total penjualan, total aset, dan rata-rata tingkat penjualan tahunan.. Dengan begitu, pemahaman mengenai ukuran perusahaan telah diperluas dari sekadar aspek tunggal menjadi penilaian multidimensional yang mencerminkan kompleksitas bisnis yang dijalankan. Berdasarkan berbagai pengertian yang telah dikemukakan, maka ukuran perusahaan dapat disimpulkan sebagai indikator yang digunakan untuk mengklasifikasikan skala operasional suatu perusahaan, baik besar maupun kecil. Ukuran ini telah diukur melalui beragam parameter seperti total aset, jumlah penjualan, nilai saham, serta indikator relevan lainnya. Dengan mempertimbangkan beragam aspek tersebut, ukuran perusahaan menghasilkan gambaran menyeluruh mengenai kapasitas operasional, performa finansial, dan posisi perusahaan dalam industri atau pasar yang dijalankan.

2.2.7.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dihitung berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak aset, yang menunjukkan stabilitas relatif yang lebih tinggi (Murwaningsari & Rachmawati, 2017). Sebagian besar perusahaan besar biasanya mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi, sehingga mereka memiliki aset yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil (Sucipto & Zulfa, 2021). Ukuran perusahaan juga memiliki dampak yang signifikan dalam penilaian investor ketika mengambil keputusan investasi, karena total aset umumnya lebih besar dibandingkan variabel keuangan lainnya. Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan menurut (Yanti dan Damayanti, 2019) & (Darniaty & Murwaningsari, 2022) dapat diilustrasikan sebagai berikut:

$$Size = Ln (Total Aset)$$

2.2.7.3 Ukuran Perusahaan dalam Perspektif Islam

Ukuran perusahaan dalam Islam tidak hanya dilihat dari besar kecilnya aset, penjualan, atau jumlah karyawan, tetapi juga dari bagaimana perusahaan itu berdampak yang positif terhadap kemakmuran masyarakat dan menjalankan kegiatan usahanya secara halal dan baik. Dalam penelitian (Hartiana, 2022) terbukti ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap maqashid syariah. Penelitian (Umiyati & Baiquni, 2018) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Artinya semakin tinggi *firm size* maka semakin berdampak positif terhadap lingkungan maupun sosial.

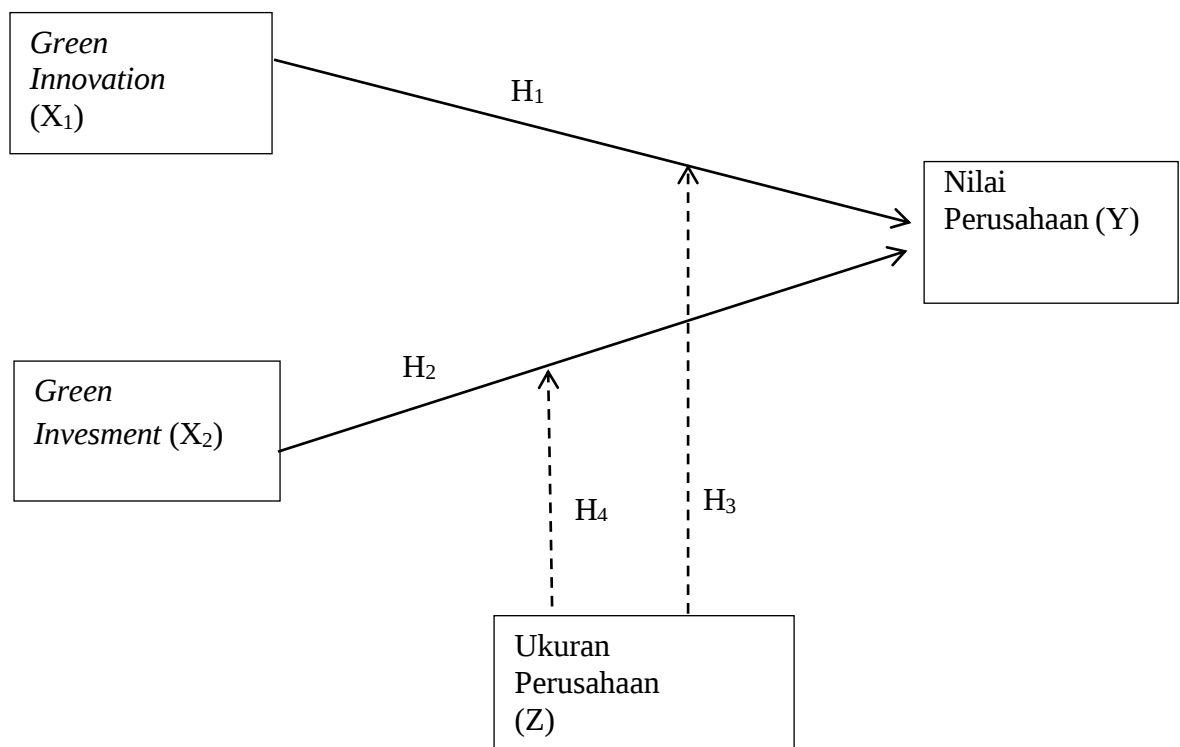
Dalam Islam, tanggung jawab terhadap lingkungan (khalifah) adalah kewajiban. Perusahaan besar dalam Islam adalah perusahaan yang menunjukkan komitmen dalam melindungi lingkungan dan memastikan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan dan tindakan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Ukuran perusahaan diukur dari kemampuannya untuk beroperasi secara berkelanjutan tanpa merusak keseimbangan lingkungan atau mengorbankan kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan, baik nilai maupun ukuran perusahaan dalam perspektif Islam mengedepankan kepatuhan terhadap

nilai-nilai etis, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan syariah. Aspek-aspek ini mencerminkan bahwa tujuan perusahaan dalam Islam tidak semata-mata terfokus pada laba finansial, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori yang telah dijadikan landasan serta hasil-hasil dari penelitian sebelumnya, kerangka konseptual dalam penelitian ini telah dirancang guna merepresentasikan hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam hal ini, pengaruh dari *green innovation* dan *green investment* terhadap nilai perusahaan (*firm value*) telah dijadikan fokus utama. Sementara itu, variabel ukuran perusahaan (*firm size*) telah ditetapkan sebagai variabel moderasi yang diasumsikan dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen tersebut. Guna memperjelas hubungan yang dimaksud, gambaran kerangka konseptual penelitian telah disusun sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Keterangan:

—————> : Pengaruh secara parsial

-----> : Pengaruh moderasi

2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian didefinisikan sebagai pernyataan tentatif mengenai hubungan antar variabel dalam studi kuantitatif yang memerlukan verifikasi empiris (Kerlinger & Lee, 2000). Berdasarkan kerangka teoritis dan konseptual yang telah dikembangkan, berikut hipotesis yang akan diuji :

H1: *Green innovation* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

(Damas *et al.*, 2021), (Prakoso & Zulfianti, 2024)

H2: *Green invesment* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

(Indriastuti, 2021), (Mentari & Dewi, 2023), (Wijayanti, 2024)

H3: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan *green innovation* terhadap nilai perusahaan.

(Yao *et al.*, 2019), (Anggraini & Gunawan, 2024)

H4: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan *green invesment* terhadap nilai perusahaan.

(Hidayah *et al.*, 2022), (Yanti, 2024) dan (Sun & Yang, 2022)

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.5 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori legitimasi, suatu entitas harus bertindak sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat agar mendapatkan dukungan sosial (Suchman, 1995). Legitimasi didefinisikan sebagai suatu sistem yang digunakan untuk mengelola aktivitas perusahaan dengan berorientasi pada kepentingan masyarakat luas, termasuk pemerintah dan kelompok-kelompok lokal. Oleh karena itu, operasional perusahaan disesuaikan dengan ekspektasi masyarakat, dengan menempatkan kepentingan publik sebagai prioritas dalam setiap kegiatan yang dijalankan (Anjani *et al.*, 2018). Dalam konteks ini, *green innovation* atau inovasi hijau, yang melibatkan pengembangan produk, proses, atau praktik berkelanjutan yang ramah lingkungan menjadi salah satu langkah strategis yang

dilakukan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi sosial (Prakoso & Zulfianti, 2024).. Melalui penerapan inovasi hijau secara konsisten, citra perusahaan cenderung dapat diperkuat karena persepsi positif yang dibentuk oleh masyarakat dan konsumen terhadap komitmen lingkungan yang ditunjukkan. Reputasi yang baik ini berperan dalam memperkuat loyalitas pelanggan dan menarik minat investor yang peduli terhadap keberlanjutan.

Implementasi *green innovation* berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebagaimana ditemukan dalam penelitian Agustia et al. (2019), inovasi hijau mampu meningkatkan nilai pasar perusahaan melalui efisiensi dalam proses produksi, yang berkontribusi pada profitabilitas. Tonay & Murwaningsari (2022), Yao et al. (2019), dan Amalo & Husen (2024), berhasil melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan strategi inovasi hijau tidak hanya digunakan untuk memenuhi tuntutan lingkungan, tetapi juga telah dimanfaatkan untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. Daya saing perusahaan pun dapat ditingkatkan melalui penerapan strategi ini serta nilai tambah bagi para pemangku kepentingan turut meningkat.

H1: Green innovation berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.5.6 Pengaruh *Green Investment* Terhadap Nilai Perusahaan

Green investment adalah upaya perusahaan untuk mengatasi masalah lingkungan, terutama terkait dampak lingkungan, dan untuk meminimalkan dampak negatif dari kegiatan bisnisnya (Adi & Wardi, 2022). Konsep ini menekankan pentingnya penyelarasan antara kegiatan bisnis perusahaan dengan norma serta nilai yang berlaku di masyarakat, agar peningkatan nilai perusahaan dapat didorong. Berdasarkan *legitimacy theory*, *green investment* menjadi bukti komitmen perusahaan dalam menjaga penerimaan publik, sehingga keberlangsungan perusahaan dapat terjaga (Mentari & Dewi, 2023).

Citra positif yang diperoleh melalui *green investment* dapat meningkatkan minat masyarakat dan investor dan memberi perusahaan kesempatan untuk menambah nilai melalui praktik pelestarian lingkungan, sehingga mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini akan berkontribusi pada

peningkatan kinerja perusahaan, yang berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian Wijayanti & Budi (2024), Rosyid & Mulatsih (2024), Murwaningsari & Rachmawati (2023), serta Jiang et al. (2022) dan Indriastuti & Chariri (2021) yang menunjukkan bahwa *green investment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2: Green invesment berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.5.7 Peran Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang beroperasi dalam industri berprofil tinggi umumnya berkontribusi lebih besar terhadap kerusakan lingkungan (Nuurhasanah & Haq, 2024). Berbeda dengan perusahaan yang memiliki profil rendah, perusahaan profil tinggi memiliki kegiatan operasional yang lebih terintegrasi dengan lingkungan, sehingga berisiko tinggi menimbulkan dampak negatif terhadap alam (Hidayah et al., 2022). Karena karakteristik aktivitasnya, perusahaan berprofil tinggi merasa harus bertanggung jawab penuh dalam pengelolaan lingkungan. Dengan risiko pencemaran yang lebih besar, mereka juga cenderung diawasi lebih ketat oleh masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Ketika terjadi kesalahan operasional, sorotan publik terhadap mereka biasanya lebih intens, berbeda dengan perusahaan kecil atau berprofil rendah yang dampaknya dianggap lebih minim dan kurang signifikan oleh masyarakat.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berperan penting dalam memoderasi hubungan antara *green innovation* dan nilai perusahaan. Penelitian mendukung pandangan ini, seperti yang dilakukan oleh Anggraini & Gunawan (2024), di mana diperlihatkan bahwa pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan dapat diperkuat oleh besar kecilnya ukuran perusahaan, didukung oleh (Yao et al., 2019).

H4: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan green innovation terhadap nilai perusahaan.

2.5.8 Peran Ukuran Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh *Green Investment* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori skala ekonomi, perusahaan besar memiliki keunggulan sumber daya yang memungkinkan mereka untuk mendanai investasi yang membutuhkan modal besar, termasuk investasi hijau (Puspita & Hartono, 2018). Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya memiliki modal lebih besar, tetapi juga kapasitas yang lebih baik dalam mengelola risiko yang terkait dengan inisiatif hijau. Dengan skala ekonomi yang lebih besar, perusahaan mampu menyerap risiko finansial yang lebih tinggi dan mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk proyek berkelanjutan yang mungkin tidak dapat dilakukan oleh perusahaan kecil.

Penerapan investasi hijau di perusahaan besar memiliki dampak yang signifikan pada citra mereka di mata publik dan investor. Ketika perusahaan besar berhasil menunjukkan komitmen pada inisiatif ramah lingkungan, masyarakat cenderung memberikan respon positif, meningkatkan persepsi dan reputasi perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang berorientasi terhadap lingkungan. Reputasi yang baik ini tidak hanya menarik minat pelanggan, tetapi juga menciptakan minat investor yang semakin besar. Dukungan investor yang meningkat membawa keuntungan strategis bagi perusahaan besar, karena tingginya minat investor berpotensi meningkatkan likuiditas saham dan memberikan akses lebih luas pada pendanaan. Dengan aliran modal yang lebih stabil dan minat investasi yang tinggi, perusahaan dapat memanfaatkan situasi ini untuk meningkatkan kinerja keuangan, misalnya, melalui peningkatan laba dan efisiensi operasional. Kinerja finansial yang membaik ini secara tidak langsung berpengaruh pada peningkatan *firm value* di pasar. Didukung oleh beberapa penelitian seperti yang dilakukan Hidayah et al. (2022), (Arafah & Dewi, 2023), Sun & Yang (2022), Wijayanti (2024), Yanti, (2024), serta Chariri et al. (2018), yang menunjukkan bahwa skala perusahaan menyumbang peran besar dalam memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan.

H4: Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan green investment terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini telah ditetapkan sebagai penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif, sebagaimana telah dijelaskan oleh Sugiyono (2020), didefinisikan sebagai suatu metode yang dilandaskan pada filsafat positivisme dan dianggap sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena kaidah ilmiah telah dipenuhi secara konkret, terukur, obyektif, rasional, serta sistematis. Dalam pendekatan ini, data yang digunakan disajikan dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik agar hasilnya dapat diuji secara empiris dan obyektif.

Selain itu, pendekatan penelitian deskriptif juga telah diterapkan dalam penelitian ini. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2020), penelitian deskriptif merupakan suatu metode yang dilaksanakan untuk mengetahui nilai dari satu atau lebih variabel mandiri (*independen*), tanpa melakukan perbandingan ataupun menghubungkannya secara langsung dengan variabel lain. Dengan pendekatan ini, pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik masing-masing variabel dapat diperoleh secara sistematis.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Galeri Investasi Pojok Bursa Efek Indonesia, yang berlokasi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144. Pengumpulan data keuangan dilakukan dengan cara mengakses laporan keuangan perusahaan yang telah tergabung dalam Indeks *LQ45 Low Carbon Leaders*, baik melalui situs resmi masing-masing perusahaan maupun melalui portal resmi Bursa Efek Indonesia di laman www.idx.ac.id.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) populasi dapat diartikan sebagai suatu

wilayah generalisasi yang di dalamnya terkandung objek atau subjek dengan karakteristik dan jumlah tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terindeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* pada tahun 2022-2023 yang berjumlah 37 perusahaan.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), sampel dijelaskan sebagai bagian dari populasi yang dijadikan sebagai sumber data dalam suatu penelitian. Dengan demikian, sampel diposisikan sebagai representasi dari keseluruhan populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini, pemilihan sampel telah dilakukan dengan menerapkan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Kriteria yang telah digunakan untuk menetapkan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang secara konsisten tercantum dalam indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* selama periode tahun 2022 hingga 2023.

Tabel 3.1 Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
2	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
3	BBCA	Bank Central Asia Tbk.
4	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
5	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
6	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
7	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.
8	BRPT	Barito Pacific Tbk.
9	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
10	EXCL	XL Axiata Tbk.
11	INCO	Vale Indonesia Tbk.

12	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
13	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk.
14	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk.
15	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.
16	TOWR	Sarana Menara Nusantara Tbk.
17	UNTR	United Tractors Tbk.

Sumber: *Evaluasi Indeks IDX, 2024*

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dipahami sebagai metode yang diterapkan untuk memilih sebagian anggota dari suatu populasi penelitian guna dijadikan sebagai sumber data. Penerapan teknik ini dimaksudkan untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan yang mungkin dihadapi peneliti selama proses pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini, teknik *purposive sampling* telah digunakan, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pada pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria tersebut meliputi perusahaan-perusahaan yang secara konsisten termasuk dalam indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* selama dua tahun berturut-turut, yaitu periode 2022 hingga 2023.

- a. Perusahaan terindeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* periode 2022-2023= 37 perusahaan
- b. Perusahaan terindeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* secara berturut-turut selama periode 2022-2023 dan mengungkapkan biaya investasi hijau= 17 perusahaan

Berdasarkan penerapan kriteria tersebut, sebanyak 17 perusahaan telah teridentifikasi memenuhi syarat dan dipilih sebagai sampel penelitian.

3.4 Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan sebagai data sekunder. *Secondary data* diartikan sebagai informasi yang telah dikumpulkan dan didokumentasikan oleh pihak lain atau dari sumber-sumber yang telah

tersedia sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2018). Dalam konteks penelitian ini, data diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang termasuk dalam indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* selama periode 2022 hingga 2023. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id, yang menyediakan akses terhadap informasi keuangan dan publikasi resmi perusahaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Dokumentasi adalah catatan mengenai peristiwa yang telah terjadi (Sugiyono, 2022). Tujuan dari penggunaan teknik ini adalah untuk mempelajari atau mengkaji literatur-literatur yang relevan, termasuk jurnal, buku, penelitian sebelumnya, serta sumber-sumber lain yang berhubungan dengan topik penelitian. Penghimpunan data dilaksanakan dengan mengunduh dan menganalisis laporan keuangan dari perusahaan yang terdaftar Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* tahun 2022-2023 melalui situs resmi www.idx.co.id.

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan komprehensif mengenai objek yang diteliti. Melalui kajian literatur, peneliti dapat mengumpulkan data historis yang berguna untuk analisis lebih lanjut. Data keuangan dari perusahaan yang tersedia di BEI memberikan gambaran yang jelas mengenai kinerja dan kondisi keuangan sektor makanan dan minuman selama periode tertentu. Dengan mengakses sumber data resmi dan terpercaya, penelitian ini memastikan validitas data yang dikumpulkan.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022), definisi operasional dijelaskan sebagai suatu penjelasan yang diberikan terhadap variabel dengan menetapkan makna serta menentukan tindakan atau prosedur tertentu yang diperlukan guna mengukur variabel tersebut. Dengan kata lain, melalui definisi operasional, ditunjukkan bagaimana suatu variabel dapat diidentifikasi dan diukur secara sistematis dalam sebuah penelitian. Dalam studi ini, definisi operasional dijabarkan melalui tabel deskripsi operasional variabel, yang disusun untuk memberikan kejelasan terkait

indikator serta metode pengukuran setiap variabel yang digunakan.. Berikut tabel deskripsi operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Pengukuran
Variabel Dependen		
Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan hasil dari penilaian masyarakat atau investor terhadap kinerja dan prospek pertumbuhan perusahaan, yang tercermin melalui harga saham di pasar modal. Harga saham ini terbentuk dari mekanisme permintaan dan penawaran, yang mencerminkan persepsi pasar secara riil tentang keberhasilan dan potensi perusahaan.	$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$ (Kalsum & Oktavia, 2021) dan (Alhayra et al., 2024)
Variabel Independen		
Green Innovation	<i>Green innovation</i> merupakan upaya perusahaan dan para pemangku kepentingan dalam mengembangkan dan menerapkan produk, proses, serta sistem manajemen yang berfokus pada pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.	1. Optimalisasi sumber daya: Mengurangi konsumsi air, energi, sumber daya alam sekaligus efisiensi dalam penggunaannya harus terus ditingkatkan. 2. Daur ulang dan teknologi ramah lingkungan: Memanfaatkan bahan daur ulang, penerapan teknologi ramah lingkungan serta pemanfaatan dan pengurangan limbah. 3. Kampanye lingkungan: Mengadakan kegiatan kampanye yang berfokus pada kesadaran lingkungan. 4. Teknologi dan peralatan efisiensi energi: Mengadopsi atau menyesuaikan peralatan untuk mengurangi konsumsi energi, air, dan produksi limbah.

		5. Desain produk yang aman: Mengubah desain produk atau proses produksi agar risiko terpaparnya bahan berbahaya selama proses produksi dapat dikurangi sehingga menciptakan hasil yang lebih aman bagi lingkungan dan konsumen. 6. Kemasan ramah lingkungan: Pengembangan terhadap kemasan ramah lingkungan baik pada produk yang telah ada maupun pada produk baru, sebagai upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. 7. Desain untuk efisiensi energi: Mendesain atau memodifikasi produk untuk meningkatkan efisiensi penggunaan energi. 8. Pengurangan Bahan Berbahaya: Mengurangi penggunaan bahan yang dapat menyebabkan polusi atau yang berpotensi berbahaya. $GI = \frac{\text{Total Item yang Diungkapkan Perusahaan}}{\text{Total Item yang Dapat Diungkapkan}}$ Setyawan & Wijayanti (2023) dan L, Rahelliamelinda & J, Handoko (2024)
Green Invesment	Green investment dapat disimpulkan sebagai investasi yang berfokus pada pendanaan proyek-proyek, barang, atau jasa yang mendukung keberlanjutan lingkungan dan bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem.	$\text{Green Invesment} = \frac{\text{Biaya Investasi Hijau}}{\text{Total Aset}}$ Khalid (2023) dan Zhang & Berhe (2022)
Variabel Moderasi		
Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan adalah suatu indikator yang digunakan untuk mengklasifikasikan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan.	$\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$ (Yanti & Damayanti, 2019) dan (Darniaty & Murwaningsari, 2022)

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

3.8 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis hubungan antar variabel, metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Melalui metode ini, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat diprediksi secara simultan. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *IBM Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 27*, guna memastikan analisis data dilakukan secara akurat dan efisien.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan sebagai tahap awal untuk menyajikan dan menggambarkan data yang telah diperoleh dalam bentuk yang ringkas dan informatif. Dalam teknik ini, data dipaparkan sebagaimana adanya tanpa dilakukan generalisasi yang bersifat inferensial. Informasi yang disajikan mencakup jumlah data, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum dari masing-masing variabel penelitian, sehingga karakteristik umum dari data dapat dipahami secara menyeluruh.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah data dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Pengujian ini penting dilakukan agar model regresi yang digunakan tidak menyimpang dari asumsi dasar statistik. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa variabel dependen maupun independen memiliki pola distribusi yang sesuai dengan kaidah regresi linear.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini diterapkan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi yang tinggi atau hubungan yang sangat kuat antar variabel independen dalam model regresi. Dengan dilakukannya uji multikolinearitas, dapat diketahui apakah variabel-variabel independen yang digunakan bersifat bebas satu sama lain atau justru memiliki redundansi, yang berpotensi

mengganggu validitas hasil estimasi dalam model.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2022), heteroskedastisitas adalah ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Dengan kata lain, heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konstan di seluruh nilai variabel independen.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Sugiyono (2022), autokorelasi diartikan sebagai adanya ketergantungan antara residual pada suatu observasi dengan residual pada observasi sebelumnya dalam suatu model regresi. Dengan kata lain, kondisi ini ditandai ketika residual tidak bersifat independen, sehingga nilai kesalahan dari satu periode dipengaruhi oleh nilai kesalahan di periode sebelumnya. Keberadaan autokorelasi menunjukkan bahwa asumsi klasik mengenai independensi residual telah dilanggar, yang pada akhirnya dapat mengganggu validitas hasil estimasi dalam analisis regresi.

3.8.3 Analisis Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t atau dikenal sebagai *uji signifikansi individual* digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Melalui uji ini, dapat diketahui apakah suatu variabel independen memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Penilaian signifikansi didasarkan pada nilai probabilitas (*p-value*) dari hasil pengujian, di mana pengaruh suatu variabel independen dianggap signifikan apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Dengan demikian, keputusan mengenai pengaruh individual setiap variabel independen dapat ditentukan secara objektif berdasarkan nilai statistik tersebut.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menilai signifikansi model regresi secara keseluruhan, yaitu dengan melihat apakah semua variabel independen yang digunakan secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, uji F dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi (p-value) dari uji tersebut lebih kecil dari 0,05. Apabila syarat tersebut terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun memiliki kemampuan menjelaskan variabel dependen secara kolektif melalui variabel-variabel independennya.

c. Uji Koefisien Determinasi (R-Squared)

Menurut Sugiyono (2022), koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi linear. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Interpretasi nilai R^2 dijelaskan sebagai berikut:

$R^2 = 0$: Tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

$0 < R^2 < 0.5$: Menunjukkan hubungan yang lemah.

$0.5 < R^2 < 0.75$: Menunjukkan hubungan sedang antara

$0.75 < R^2 < 1$: Menunjukkan hubungan kuat

$R^2 = 1$: Seluruh variasi pada variabel dependen sepenuhnya dijelaskan oleh variabel independen.

3.8.4 Uji MRA

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) diterapkan untuk mengetahui sejauh mana variabel moderasi berperan dalam memperkuat atau memperlemah

hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dalam metode ini, pengaruh interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi dianalisis guna melihat apakah kehadiran variabel moderasi (M) mengubah arah ataupun kekuatan hubungan antara X dan Y. Uji MRA menjadi penting ketika penelitian ingin menguji apakah efek dari X terhadap Y bersifat bergantung pada kondisi atau karakteristik tertentu yang diwakili oleh variabel M.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 (X_1 \times Z) + \beta_4 (X_2 \times Z) + e$$

Y= Nilai perusahaan

X1= Green innovation

X2= Green investment

Z= Ukuran perusahaan

α = Konstanta

β = Slope

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Dalam menghadapi tantangan global terkait perubahan iklim dan keberlanjutan lingkungan, dunia bisnis kini dituntut untuk lebih bertanggung jawab terhadap dampak ekologis dari aktivitasnya. Salah satu langkah konkret dalam mendukung transisi hijau di Indonesia adalah melalui pengembangan indeks saham yang berorientasi pada lingkungan. Penelitian ini berfokus terhadap perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders*, sebuah indeks yang diluncurkan dengan tujuan mendorong perusahaan menerapkan praktik bisnis berkelanjutan dan pengurangan emisi karbon oleh perusahaan.

Indeks *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* ialah turunan dari indeks yang telah ada sebelumnya yaitu LQ45, yang memprioritaskan perusahaan dengan intensitas karbon rendah dan mengecualikan perusahaan dari industri batu bara. Melalui indeks ini, diupayakan agar eksposur terhadap intensitas emisi karbon dapat ditekan hingga minimal 50% lebih rendah dibandingkan dengan indeks induknya, yaitu LQ45. dengan metode pemilihan dan pembobotan berdasarkan emisi sektor dan praktik keberlanjutan (www.idx.co.id). Perusahaan dalam indeks ini juga dikenal memiliki kapitalisasi pasar besar dan likuiditas tinggi, menjadikannya objek yang representatif untuk penelitian ini.

Dalam penelitian ini, data awal terdiri dari 45 perusahaan yang termasuk dalam *IDX LQ45 Low Carbon Leaders* untuk periode November 2022 hingga Juni 2024. Setelah dilakukan seleksi berdasarkan kriteria *purposive sampling* yakni ketersediaan data tahunan secara lengkap selama periode 2020 hingga 2023, serta laporan tahunan yang memuat informasi terkait variabel penelitian, jumlah sampel akhir yang layak dianalisis adalah sebanyak 17 perusahaan.

Perusahaan-perusahaan dalam indeks ini dipilih karena telah menunjukkan komitmen terhadap prinsip keberlanjutan dan pengurangan dampak lingkungan. Hal ini membuatnya relevan untuk mengkaji sejauh mana *green innovation* dan *green investment* yang diterapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan, baik melalui efisiensi, pengurangan risiko lingkungan, maupun peningkatan reputasi. Selain itu, ukuran perusahaan juga dimasukkan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini, dengan pertimbangan bahwa perusahaan berskala besar umumnya memiliki sumber daya dan kapasitas yang lebih memadai dalam mengimplementasikan strategi hijau secara lebih efektif dan berkelanjutan.

4.1.2 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terdapat 17 perusahaan yang tergabung dalam IDX LQ45 Low Carbon Leaders periode 2022–2023, diperoleh gambaran umum mengenai variabel-variabel penelitian, yaitu *green innovation* (X1), *green investment* (X2), nilai perusahaan (Y), dan ukuran perusahaan (M).

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	34	.50	.75	.6287	.10429
X2	34	.00	.02	.0011	.00408
Y	34	.21	7.38	2.2953	1.60404
M	34	17.11	21.50	18.9312	1.45988
Valid N (listwise)	34				

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel *green innovation*, nilai minimum sesungguhnya adalah sebesar 0,0000002, namun dalam output SPSS disajikan sebagai 0,00 karena keterbatasan jumlah digit desimal yang ditampilkan. Nilai

maksimum untuk variabel ini adalah 0,02, dengan rata-rata sebesar 0,0011 dan standar deviasi sebesar 0,00408. Rata-rata yang sangat kecil ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat inovasi hijau perusahaan dalam indeks tersebut masih sangat rendah. Meski terdapat aktivitas inovasi hijau, nilainya sangat kecil sehingga hampir mendekati nol, mencerminkan bahwa perusahaan di dalam sampel ini belum mengoptimalkan inovasi berbasis lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Variasi antar perusahaan juga relatif kecil, sebagaimana tercermin rendahnya nilai standar deviasi.

Variabel *green investment* memiliki nilai minimum sebesar 0,50 dan maksimum sebesar 0,75, dengan rata-rata sebesar 0,6287 dan standar deviasi sebesar 0,10429. Nilai dari rata-rata mengindikasikan perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam sampel telah mengalokasikan sekitar 62,87% investasi mereka pada kegiatan yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Standar deviasi yang relatif kecil mengindikasikan bahwa tingkat *green investment* antar perusahaan tidak terlalu bervariasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tingkat komitmen terhadap investasi hijau yang relatif konsisten.

Selanjutnya, untuk variabel nilai perusahaan, nilai minimum yang diperoleh adalah 0,21 dan nilai maksimum mencapai 7,38, dengan rata-rata sebesar 2,2953 dan standar deviasi sebesar 1,60404. Nilai dari rata-rata tersebut mengindikasikan secara umum perusahaan dalam indeks ini memiliki nilai perusahaan yang cukup baik. Namun, rentang nilai yang cukup lebar dan standar deviasi yang besar mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan antar perusahaan dalam hal nilai pasar mereka. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor internal seperti strategi investasi dan inovasi hijau, serta faktor eksternal seperti kondisi industri dan ekonomi makro, kemungkinan besar turut mempengaruhi nilai perusahaan secara berbeda-beda.

Variabel ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan logaritma natural dari total aset menunjukkan nilai minimum sebesar 17,11 dan maksimum sebesar 21,50, dengan rata-rata sebesar 18,9312 dan standar deviasi sebesar 1,45988. Hal ini menandakan bahwa ukuran perusahaan dalam sampel ini tergolong besar, sesuai dengan karakteristik perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 yang

memang terdiri dari perusahaan-perusahaan dengan kapitalisasi pasar besar dan likuiditas tinggi. Standar deviasi yang sedang menunjukkan adanya variasi dalam ukuran perusahaan, meskipun secara umum mereka berada dalam kisaran ukuran yang cukup homogen.

Secara keseluruhan, hasil analisis statistik deskriptif ini menggambarkan bahwa perusahaan-perusahaan dalam *IDX LQ45 Low Carbon Leaders 2022–2023* menunjukkan komitmen yang cukup konsisten terhadap green investment, namun masih kurang dalam hal inovasi hijau. Selain itu, nilai perusahaan bervariasi cukup lebar, sementara ukuran perusahaan cenderung seragam namun tetap menunjukkan adanya perbedaan yang moderat. Hasil ini memberikan indikasi awal mengenai hubungan potensial antara *green investment*, *green innovation*, nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang dapat mempengaruhi kekuatan hubungan tersebut.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan guna mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal. Normalitas distribusi residual dianggap sebagai salah satu prasyarat penting dalam analisis regresi agar hasil estimasi yang diperoleh bersifat valid dan tidak mengandung bias. Menurut Ghazali (2018), uji normalitas pada residual dapat dilakukan melalui *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test*, dengan dasar ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, maka data residual berdistribusi normal.
- Jika *Asymp. Sig.* < 0,05, maka residual tidak terdistribusi normal.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

Tabel 4.2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.36592521
Most Extreme Differences	Absolute		.116
	Positive		.051
	Negative		-.116
Test Statistic			.116
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.282
	99% Confiden ce Interval	Lower Bound	.270
		Upper Bound	.293

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dapat dilihat dalam tabel, nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data residual dalam model ini terdistribusi secara normal, Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, dan model regresi dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

4.1.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018), pengujian multikolinearitas merupakan suatu metode untuk mengidentifikasi ada tidaknya keterkaitan (korelasi tinggi) di antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Dalam model regresi yang ideal, variabel independen seharusnya bersifat bebas satu sama lain agar tidak mengganggu estimasi parameter dalam model. Pengujian ini umumnya dilakukan

dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Adapun batasannya adalah nilai tolerance $> 0,1$ Nilai VIF < 10 . Apabila seluruh variabel independen memenuhi kedua syarat tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.939	1.065
	X2	.985	1.015
	M	.947	1.056
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel di atas, diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam model memiliki nilai *tolerance* yang melebihi angka 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang berada di bawah angka 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah terbebas dari indikasi multikolinearitas. Dengan kata lain, hubungan kuat antar variabel bebas tidak ditemukan, sehingga masing-masing variabel independen dapat diasumsikan menjelaskan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, secara tersendiri tanpa terjadi tumpang tindih informasi. Kondisi ini mendukung validitas interpretasi regresi, karena kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap model dapat dinilai secara lebih akurat. tindh.

4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan (homoskedastik) atau mengalami perubahan (heteroskedastik). Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung gejala heteroskedastisitas, sehingga distribusi varians error tetap konstan di seluruh nilai prediktor. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Spearman Rho, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai Sig. < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			X1	X2	M	Unstandardi zed Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	-.029	-.230	-.129
		Sig. (2- tailed)		.872	.190	.467
		N	34	34	34	34
	X2	Correlation Coefficient	-.029	1.00 0	-.171	.103
		Sig. (2- tailed)	.872		.334	.560
		N	34	34	34	34
	M	Correlation Coefficient	-.230	-.171	1.000	.146
		Sig. (2- tailed)	.190	.334		.409
		N	34	34	34	34
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.129	.103	.146	1.000

		Sig. (2-tailed)	.467	.560	.409	.
		N	34	34	34	34

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) antara residual dengan X1, X2, dan M lebih besar dari 0,05 ($X1 = 0,467$; $X2 = 0,560$; $M = 0,409$). Ini berarti tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas dalam regresi linier berganda telah terpenuhi.

4.1.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan (korelasi) antara residual dalam suatu model regresi. Autokorelasi umumnya terjadi pada data time series, tetapi juga bisa muncul dalam data panel. Model yang baik tidak mengandung autokorelasi. Menurut Ghazali (2018), pengujian autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW). Kriteria umumnya adalah:

- Jika DW berada di antara nilai dU dan 4-dU, maka tidak terjadi autokorelasi.
- Jika $DW < dL$ atau $> 4-dL$, maka terdapat autokorelasi.

Tabel 4.5 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.889 ^a	.791	.770	.38379	1.490

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh angka DW sebesar 1,490, dengan nilai batas atas (dU) yaitu 1,436 dan 4-dU yaitu 2,564. Karena nilai DW ada dalam rentang tersebut ($1,436 < 1,490 < 2,564$), maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak ditemukan gejala autokorelasi pada model yang digunakan. Dengan

terpenuhinya uji ini, model regresi menjadi lebih valid untuk digunakan dalam pengujian hipotesis

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda dilakukan untuk melihat sejauh mana variabel independen yaitu *green innovation* (X1) dan *green investment* (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y) sehingga dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel terhadap Y ketika variabel lain dianggap konstan (Sugiyono, 2022).

Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.041	2.774		.375	.710		
	X1	6.298	.661	.820	9.528	.000	.939	1.065
	X2	-.035	.022	-.136	-1.616	.117	.985	1.015
	M	-1.616	.905	-.153	-1.785	.084	.947	1.056
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

$$Y = 1.041 + 6.298 - 0.035 - 1.616$$

- Nilai konstanta 1.041 berarti bahwa ketika variabel independen bernilai 0, nilai Y adalah 1.041 atau tanpa pengaruh variabel independent nilai variabel dependent adalah 1.041.
- Green innovation* (X1) sebesar 6,298 mengindikasikan bahwa peningkatan 1 satuan dalam inovasi hijau akan berdampak ke peningkatan nilai dari perusahaan yaitu 6,298, pada asumsinya variabel lain tetap konstan.

- c. *Green invesment* (X2) adalah -0,035 indikasinya adalah jika variabel lain tetap konstan, setiap peningkatan satu unit dalam investasi hijau menghasilkan penurunan -0,035 dalam nilai dari perusahaan.
- d. Ukuran perusahaan (M) sebesar -1,616 berarti bahwa untuk nilai perusahaan menurun sebesar -1,616 untuk setiap pertambahan ukuran perusahaan

4.1.4.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi, yang dilambangkan dengan R^2 (R Square), merupakan ukuran statistik dalam regresi linier yang menunjukkan sejauh mana variabel-variabel independen dapat menjelaskan mampu menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilainya berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, semakin tinggi kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 0, maka kemampuan prediksi model terhadap variabel dependen sangat rendah.

Tabel 4.7 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.791	.770	.38379
a. Predictors: (Constant), M, X2, X1				

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Analisis regresi menghasilkan *R-squared* 0,791 dan *R-squared* yang disesuaikan menjadi 0,770. Temuan ini menunjukkan bahwa sebesar 79,1% variasi pada variabel dependen, yakni nilai dari perusahaan (Y), dapat dijelaskan secara substansial oleh keberadaan variabel-variabel independen yang terdapat dalam model regresi, menunjukkan kontribusi signifikan dari variabel bebas terhadap perubahan nilai dari perusahaan., yaitu *green innovation* (X1), *green investment* (X2), dan ukuran perusahaan (M). Sementara itu, sisanya 20,9% bisa dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Tingkat R^2 yang tinggi ini

mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya prediksi yang kuat dan dapat diandalkan dalam menjelaskan variabel yang diteliti.

4.1.4.3 Uji T (Uji Parsial)

Tabel 4.8 Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.041	2.774		.375	.710		
	X1	6.298	.661	.820	9.528	.000	.939	1.065
	X2	-.035	.022	-.136	-1.616	.117	.985	1.015
	M	-1.616	.905	-.153	-1.785	.084	.947	1.056
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel 4.8 memperlihatkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel *green innovation* (X1) adalah $0.000 < 0.05$, yang mengindikasikan bahwa inovasi hijau berpengaruh signifikan terhadap nilai dari perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H1 dinyatakan diterima. Temuan ini mengisyaratkan bahwa nilai dari perusahaan di pasar berpotensi meningkat apabila perusahaan menerapkan inovasi yang berbasis pada prinsip-prinsip ramah lingkungan.

Variabel *investasi hijau* (X2) memiliki nilai signifikansi yaitu $0.117 > 0.05$ serta dengan cara parsial tidak berpengaruh signifikan kepada nilai dari perusahaan, maka hipotesis H2 ditolak. Secara teoritis, nilai dari perusahaan dapat meningkat melalui *green investment*, namun dalam konteks penelitian ini, investor mungkin tidak menganggap investasi hijau sebagai informasi yang penting untuk keputusan investasi jika perusahaan tidak melaporkannya dengan benar.

4.1.4.4 Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.9 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.732	3	5.577	37.866	.000 ^b
	Residual	4.419	30	.147		
	Total	21.151	33			

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai F hitung sebesar 37.866 yang lebih besar dari F tabel 2.92 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan *green innovation*, *green investment*, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, meskipun tidak semua variabel berpengaruh secara parsial, namun secara bersama-sama ketiganya memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan.

4.1.4 Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Pengujian MRA bertujuan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan (M) memoderasi pengaruh *green investment* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan:

Tabel 4.10 Uji MRA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.640	2.826		.226	.823
	X1	5.518	.734	.719	7.523	.000

	X2	-.078	.037	-.300	-2.120	.043
	M	-1.250	.928	-.118	-1.348	.188
	X1M	.155	.105	.140	1.481	.150
	X2M	.087	.050	.251	1.737	.093
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Ketiga

Nilai signifikansi antara *green innovation* (X1) dan ukuran perusahaan (M), yang diwakili oleh variabel interaksi X1*M dalam model *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel X1*M adalah 0,150, yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan kriteria pengujian, hasilnya tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara *green innovation* dan nilai perusahaan. Maka dari itu, hipotesis H3 ditolak dan H0 diterima. Keberhasilan *green innovation* dalam meningkatkan nilai perusahaan tidak bergantung pada besar kecilnya perusahaan. Artinya, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil memiliki peluang yang sama untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui penerapan inovasi hijau. Bahkan, perusahaan kecil yang konsisten, inovatif, dan memiliki arah strategis yang jelas dalam mengembangkan inovasi berbasis lingkungan tetap dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaannya di mata investor.

2. Pengujian Hipotesis Keempat

Nilai signifikansi *green investment* (X2) terhadap nilai perusahaan (Y) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Dalam model ini, digunakan variabel interaksi X2*M yang merupakan hasil perkalian antara *green innovation* dan ukuran perusahaan. Dari hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 1,737 dengan nilai signifikansi sebesar 0,093, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan kriteria

pengambilan keputusan, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hubungan tidak signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara green innovation dan nilai perusahaan. Maka, hipotesis H3 ditolak dan H0 diterima. Meskipun nilai koefisien regresi interaksi antara *green innovation* dan ukuran perusahaan menunjukkan arah positif, namun karena pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik, maka tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa besar kecilnya perusahaan dapat memperkuat hubungan antara inovasi hijau dan peningkatan nilai perusahaan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji MRA, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan *green investment* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan-perusahaan dalam *IDX LQ45 Low Carbon Leaders 2022–2023*.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa green innovation berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t-hitung 9.528 ($> t$ -tabel 2.042) dan signifikansi 0.000 (< 0.05), sehingga H1 diterima dan H0 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa implementasi inisiatif hijau seperti pengembangan energi terbarukan, peningkatan efisiensi energi, dan pengelolaan limbah yang lebih baik secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dalam price to book value (PBV), menunjukkan bahwa pasar memberikan respons positif terhadap praktik berkelanjutan yang diterapkan perusahaan.

Secara teoritis, hasil ini mendukung *signaling theory* (Brigham & Houston, 2020), yang menjelaskan bahwa keputusan perusahaan untuk berinvestasi dan berinovasi dalam kegiatan berkelanjutan merupakan sinyal positif yang dikirim kepada investor. Sinyal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek jangka panjang yang baik, komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan, serta keseriusan dalam menjaga reputasi dan legitimasi di mata

publik. Dengan kata lain, *green innovation* bukan sekadar tindakan filantropis, melainkan strategi bisnis yang meningkatkan kepercayaan pasar dan membuka peluang pendanaan yang lebih luas.

Dari perspektif teori legitimasi, *green innovation* juga dapat dipahami sebagai respons strategis perusahaan untuk mendapatkan dukungan sosial dan regulatif dari pemangku kepentingan (Suchman, 1995; Mousa et al., 2015). Ketika perusahaan menunjukkan komitmen nyata terhadap pelestarian lingkungan, maka masyarakat dan investor cenderung memberikan “lisensi sosial” yang memperkuat posisi perusahaan di pasar. Legitimasi ini secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan karena reputasi dan keberlanjutan menjadi faktor penting dalam evaluasi risiko dan potensi jangka panjang. Hasil tersebut konsisten dengan hasil penelitian Prakoso & Zulfianti (2024), Tonay & Murwaningsari (2022), Damas et al., (2021), dan Cahyaningtias et al., (2022) yang menyimpulkan bahwa *green innovation* memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Investasi ini terbukti meningkatkan efisiensi energi, mengurangi limbah, serta membuka peluang inovasi baru yang bernilai ekonomi tinggi.

Lebih lanjut ketika perusahaan mengkomunikasikan strategi inovasi dengan baik, maka publik dan investor dapat lebih mudah memahami dampak positif dari *green innovation* terhadap keberlanjutan dan profitabilitas. Dalam konteks Indonesia, di mana pemerintah telah menerapkan regulasi seperti POJK No. 51 Tahun 2017 dan mendorong pelaporan keuangan berkelanjutan, *green innovation* menjadi strategi adaptif yang selaras dengan kebijakan nasional. Hal ini juga menciptakan peluang insentif seperti pembiayaan hijau dan *green bonds*, yang semakin memperkuat pengaruh positif *green investment* terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *green innovation* merupakan salah satu elemen strategis dalam membangun keunggulan kompetitif jangka panjang. Melalui peningkatan efisiensi operasional, reputasi, dan legitimasi sosial, perusahaan yang menerapkan *green innovation* secara konsisten memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

Dalam perspektif Islam, inovasi yang membawa manfaat bagi lingkungan adalah bentuk ibadah dan tanggung jawab sosial. Sebagaimana disebutkan dalam QS. Ar-Rum: 41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari akibat perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”

Ayat ini menunjukkan bahwa menjaga lingkungan melalui inovasi adalah upaya untuk mencegah kerusakan yang ditimbulkan oleh aktivitas industri. Green innovation menjadi salah satu bentuk tanggung jawab sebagai khalifah untuk menjaga bumi agar tetap layak huni bagi generasi berikutnya. Maka, perusahaan yang menerapkan green innovation tidak hanya mendapatkan legitimasi sosial, tetapi juga berkah spiritual dan kepercayaan pasar, yang bermuara pada peningkatan nilai perusahaan.

4.2.2 Pengaruh *Green Investment* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil regresi awal menunjukkan bahwa variabel *green investment* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai t hitung sebesar $-1.616 < \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 2.042272$ nilai signifikansi sebesar $0.117 > 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa mempertimbangkan faktor lain, investasi hijau belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara langsung. Temuan ini mendukung studi Larasati et al. (2024) dan Prakoso & Zulfiati (2024), yang menyatakan bahwa *green investment* sering kali tidak langsung menghasilkan dampak keuangan yang signifikan dalam jangka pendek, serta cenderung belum menjadi perhatian utama investor karena kurangnya standar yang jelas dan pengungkapan yang terbuka di Indonesia.

Namun, setelah dilakukan regresi ulang melalui uji *Moderated Regression Analysis (MRA)*, ditemukan bahwa variabel *green investment* (X2) menjadi berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0,05$. Artinya, ketika variabel moderasi (ukuran perusahaan) dimasukkan ke dalam model, pengaruh *green investment* terhadap nilai perusahaan meningkat dan menjadi signifikan. Perubahan ini menunjukkan bahwa *green investment* memiliki pengaruh tersembunyi (*latent effect*) yang sebelumnya tidak terlihat karena tidak adanya variabel kontekstual dalam model. Ketika

variabel ukuran perusahaan dimasukkan, model menjadi lebih akurat dalam menangkap konteks pengaruh *green investment* yaitu bahwa investasi hijau baru benar-benar menunjukkan dampak positif pada nilai perusahaan jika dilakukan dalam konteks perusahaan dengan kapasitas yang lebih besar.

Secara teoritis, hal ini sejalan dengan *signaling theory* (Brigham & Houston, 2020) dan teori legitimasi (Suchman, 1995), yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki kekuatan lebih besar dalam mengirimkan sinyal positif kepada pasar melalui praktik keberlanjutan seperti *green investment*. Perusahaan besar umumnya memiliki sistem pelaporan yang lebih transparan, reputasi yang telah terbentuk, serta daya tahan yang lebih kuat dalam menanggung biaya investasi jangka panjang, sehingga sinyal keberlanjutan mereka lebih dipercaya oleh investor (Puspita & Hartono, 2018).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mentari & Dewi (2023) dan Wijayanti & Budi (2024) yang menyatakan bahwa *green investment* cenderung memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan jika dilakukan oleh perusahaan berskala besar. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat hubungan positif antara *green investment* dan nilai perusahaan karena skala ekonomi, kapasitas manajerial, dan visibilitas pasar yang lebih tinggi. Dengan demikian, hasil regresi ulang menunjukkan bahwa *green investment* sebenarnya memiliki potensi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan namun efeknya baru terlihat ketika diperhitungkan jika didukung oleh ukuran perusahaan, yang memungkinkan optimalisasi strategi keberlanjutan secara efektif dan efisien.

Dalam perspektif Islam, *green investment* mencerminkan nilai-nilai yang sejalan dengan ajaran agama tentang tanggung jawab manusia terhadap alam. Islam menekankan bahwa manusia adalah khalifah di bumi, sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Baqarah: 30, yang mengamanahkan manusia untuk menjaga dan memelihara bumi dari kerusakan.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

“Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, 'Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.' Mereka berkata, 'Apakah Engkau hendak

menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?' Dia berfirman, 'Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.'"

Etika lingkungan dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip seperti *tauhid* (pengakuan terhadap keesaan Allah), *khilafah* (tanggung jawab sebagai pemimpin bumi), dan *i'mar al-ardh* (memakmurkan bumi). Islam juga melarang segala bentuk kerusakan lingkungan seperti *fasad*, *israf* (berlebihan), dan *tabdzir* (pemborosan) (Kamali, 2010). *Green investment* mencerminkan nilai-nilai maqashid syariah dalam menjaga hifdz al-bi'ah (pelestarian lingkungan). Perusahaan besar yang melakukan green investment sesungguhnya sedang menunaikan amanah sosial dan spiritual, tidak hanya sekadar berorientasi pada keuntungan finansial.

4.2.3 Pengaruh *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan bahwa interaksi antara *green innovation* dan ukuran perusahaan (X1M) memiliki nilai t hitung $1.481 <$ dari t tabel 2.04841 dan signifikansi sebesar $0,150 (> 0,05)$. Hal ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi secara signifikan pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis H3 ditolak.

Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian Tonay & Murwaningsari (2022) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan justru dapat memperlemah pengaruh *green innovation* karena perusahaan besar menghadapi birokrasi lebih kompleks dan respon pasar yang cenderung konservatif. Meskipun menurut teori skala ekonomi, perusahaan besar lebih siap dalam pendanaan inovasi (Puspita & Hartono, 2018), nyatanya keunggulan tersebut tidak cukup untuk memperkuat hubungan antara *green innovation* dan nilai perusahaan. Ketidaksignifikanan interaksi X1M menunjukkan bahwa perusahaan besar tidak secara otomatis memperoleh dampak lebih besar dari *green innovation* terhadap nilai perusahaan dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar memang memiliki lebih banyak sumber daya, tetapi juga dihadapkan pada tantangan struktural, seperti birokrasi

yang kompleks, perubahan sistem produksi berskala besar, serta resistensi internal terhadap perubahan (Tonay & Murwaningsari, 2022).

Lebih lanjut, meskipun menurut teori skala ekonomi, perusahaan besar memiliki kapasitas modal dan teknologi yang lebih kuat untuk membiayai green innovation (Puspita & Hartono, 2018), skala saja tidak cukup. Tanpa dukungan strategi manajerial yang efektif, inovasi hijau dapat terjebak sebagai program simbolik atau kosmetik, yang tidak benar-benar diintegrasikan dalam inti operasional perusahaan. Maka dari itu, ukuran perusahaan bukanlah jaminan bahwa green innovation akan berdampak signifikan pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan.

Dalam ajaran Islam, nilai sebuah perbuatan bukan diukur dari besar kecilnya lembaga yang melakukannya, tetapi dari niat dan manfaat yang dihasilkan. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Zalzalah: 7–8:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

“Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa mengerjakan kejahatan seberat zarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.”

Ayat ini menjadi bukti bahwa dalam Islam, tindakan sekecil apapun yang membawa manfaat bagi lingkungan dan umat manusia tetap mendapat balasan. Maka dari itu, perusahaan kecil sekalipun yang menerapkan *green innovation* secara konsisten dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata publik dan investor, tanpa bergantung pada ukuran asetnya.

4.2.4 Pengaruh *Green Invesment* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan bahwa interaksi antara *green investment* dan ukuran perusahaan (X2M) memiliki nilai t hitung $1.737 < t \text{ tabel } 2.04841$ dan signifikansi sebesar $0,093 > 0,05$. Dengan

demikian, ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh green investment terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis H4 ditolak.

Dalam kerangka *signaling theory* Brigham & Houston (2020), *green investment* dipandang sebagai sinyal positif kepada investor, bahwa perusahaan memiliki orientasi jangka panjang dan komitmen kuat terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, secara logis, *green investment* seharusnya meningkatkan persepsi positif pasar terhadap perusahaan dan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Namun, dalam konteks hasil ini, pengaruh ukuran perusahaan ternyata tidak cukup kuat untuk mendorong hal tersebut. Perusahaan besar yang memiliki skala, sumber daya, dan eksposur pasar yang lebih besar, tidak secara otomatis membuat *green investment* mereka dianggap lebih kredibel dibandingkan perusahaan kecil.

Selain itu, banyak *green investment* yang baru menunjukkan manfaatnya dalam jangka panjang. Biaya awal dari investasi hijau yang tinggi seringkali menjadi beban dalam jangka pendek, terutama ketika manfaat ekonominya belum langsung terlihat. Temuan ini juga mendukung studi Rosyid & Mulatsih (2024), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara green investment dan kinerja perusahaan. Mereka menemukan bahwa dalam banyak kasus, keputusan investor terhadap nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh transparansi pelaporan, efektivitas program, dan kualitas implementasi dibandingkan skala perusahaan itu sendiri.

Meskipun teori skala ekonomi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki kemampuan lebih dalam mendanai proyek jangka panjang dan memperoleh efisiensi biaya (Puspita & Hartono, 2018), dalam praktiknya keunggulan tersebut belum tentu memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui green investment, terutama jika tidak didukung oleh pengelolaan yang efektif, keterlibatan pemangku kepentingan, dan strategi komunikasi yang baik (Mentari & Dewi, 2023). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan bukanlah faktor penentu yang memperkuat atau memperlemah pengaruh green investment terhadap nilai perusahaan secara signifikan.

Dari sudut pandang Islam, perusahaan besar juga memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap lingkungan dan masyarakat. Mereka memiliki sumber daya dan pengaruh yang luas, sehingga setiap keputusan investasi mereka memiliki dampak yang besar pula terhadap ekosistem sosial dan lingkungan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah: 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh bulir; pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki.”

Ayat ini menggambarkan bahwa investasi yang dilakukan dengan niat baik termasuk investasi yang berorientasi keberlanjutan akan memberikan manfaat yang jauh lebih besar, dalam artian tidak penting apakah ukuran perusahaan tersebut besar atau kecil selagi mau berinvestasi dalam kebaikan maka akan mendapatkan balasan berlipat ganda dari Allah. Sesuai dengan hasil uji yang menghasilkan ukuran tidak memoderasi *green invesment* terhadap nilai perusahaan. Karena sejatinya perusahaan yang melakukan *green investment* sedang menunaikan amanah keberlanjutan secara syariah untuk kebaikan umat dan pelestarian alam, sekaligus memberikan nilai tambah bagi para investor dan seluruh *stakeholder*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis (MRA)* yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang tergabung dalam indeks IDX LQ45 Low Carbon Leaders periode 2020–2023, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. *Green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi ramah lingkungan yang diterapkan perusahaan, baik dalam proses produksi maupun pengembangan produk, dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang aktif mengembangkan inovasi hijau cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi, persepsi pasar yang lebih positif, serta keunggulan dalam menghadapi tantangan lingkungan dan regulasi.
2. *Green investment* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun investasi pada proyek-proyek hijau merupakan bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampaknya belum dirasakan secara langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena manfaat dari investasi hijau bersifat jangka panjang, atau belum sepenuhnya terkomunikasikan dan dipahami oleh pemangku kepentingan selama periode pengamatan.
3. Ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Baik perusahaan berskala besar maupun kecil, *green innovation* tetap memberikan pengaruh yang sama terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa faktor kunci keberhasilan inovasi terletak pada kualitas implementasi dan konsistensi, bukan hanya pada besar kecilnya sumber daya yang dimiliki perusahaan.

4. Ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh green investment terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa skala perusahaan tidak menjadi penentu dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh green investment terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan besar sekalipun belum tentu mampu mengoptimalkan potensi investasi hijau jika tidak didukung oleh strategi yang tepat, sistem pelaporan yang transparan, serta kesadaran pasar terhadap pentingnya investasi lingkungan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, disarankan untuk terus mendorong praktik *green innovation* karena terbukti memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, agar *green investment* juga berdampak nyata, perusahaan perlu mengelola dan mengomunikasikan proyek hijau secara lebih transparan dan terukur kepada para pemangku kepentingan.
2. Bagi investor, hasil ini menunjukkan pentingnya memperhatikan aspek inovasi lingkungan dalam menilai prospek jangka panjang perusahaan. *Green innovation* dapat dijadikan indikator keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.
3. Bagi pemerintah dan regulator, diharapkan dapat memberikan insentif serta memperkuat regulasi keberlanjutan agar perusahaan terdorong untuk mengembangkan dan melaporkan aktivitas *green innovation* dan *green investment secara terbuka*.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah rentang tahun penelitian agar dapat menangkap pengaruh *green innovation* dan *green investment* secara lebih komprehensif, terutama karena dampak dari praktik keberlanjutan cenderung bersifat jangka panjang. Dengan periode pengamatan yang lebih panjang, tren dan pola perubahan nilai perusahaan akibat kebijakan hijau akan lebih terlihat secara akurat. Selain itu, penambahan tahun juga dapat meningkatkan validitas hasil dan memberikan gambaran yang lebih stabil atas pengaruh antar variabel

DAFTAR PUSTAKA

- A Chariri dan Ghozali, I. (2007). “*Teori Akuntansi*”. Semarang: Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Adi, S., & Wardi, A. (2022). Apa Yang Meningkatkan Kinerja Lingkungan Perusahaan? Model Konseptual Berbasis Investasi Hijau Dan Tata Kelola Perusahaan. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 237-250.
- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346-364.
- Agustia, D., T. Sawarjuwono, dan W. Dianawati., (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 DOI: 10.32479/ijeep.7438
- Alhayra, A. R., Tangngisulu, J., & Fajriah, Y. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2669-2680.
- Amalo, F., & Husen, G. N. (2024). The Role of Financial Performance in Mediating the Relationship Between Green Innovation and Eco-Efficiency on Company Value. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3939-3945.
- Anggraini, C. L. ., & Gunawan , J. . (2024). Board of Commissioners’ Proportion, Green Innovation, and Carbon Disclosure in Enhancing Firm Value: The Role of Firm Size . *Jurnal Akuntansi*, 16(2), 313–326.
<https://doi.org/10.28932/jam.v16i2.9431>
- Anjani, Nadya., dan Astika, Ida B P. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Likuiditas Perusahaan

Kempsebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*
Vol.24.2.Agustus

Arafah, Andhika, and Rosiyana Dewi. 2023. “Pengaruh Kinerja Lingkungan, Green Corporate Governance, Leverage, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Integritas Laporan Keuangan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol”. *AkMen JURNAL ILMIAH* 20 (1):26-38.
<https://doi.org/10.37476/akmen.v20i1.3497>

Blanco, B., Guillamón-Saorín, E., & Guiral, A. (2013). Do Non-socially Responsible Companies Achieve Legitimacy Through Socially Responsible Actions? The Mediating Effect of Innovation. *Journal of Business Ethics*, 117, 67–83. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1503-3>

Brigham, EF & Houston, JF (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (II)*. Edisi ke 11. Jakarta : Salemba Empat.

Brigham, EF, & Houston, JF (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Edisi Ke-14)*. Salemba Empat.

Brown and Deegan. 1998. The Public Disclosure Of Environmental Performance Information – A Dual Test Of Media Agenda Setting Theory And Legitimacy Theory. *Accounting & Business Riset*, Vol. 29, No.1,pp 21-41. Winter Issue.

Cahyaningtyas, S. R., Isnaini, Z., & Ramadhani, R. S. (2022). Green Corporate Social Responsibility: Green Innovation Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 6(2), 87–108. <https://doi.org/10.29303/jaa.v6i2.137>

Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9025-5>

CNN Indonesia. *Bangladesh Juara Dunia Polusi Udara 2023, Cek Peringkat Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240319132156->

[641-1076122/bangladesh-juara-dunia-polusi-udara-2023-cek-peringkat-indonesia](https://doi.org/10.25105/jmat.v8i2.9742)

Damas, D., Maghviroh, R. EL, & Meidiyah, M. (2021). Pengaruh Eco-Efficiency Green Inovation 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>

Darniaty, W. A., & Murwaningsari, E. 2022. Pengaruh Pengungkapan Risiko Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Moderating. *Jurnal Ekonomi, Manajemen*, 8114.
<http://journal.ibs.ac.id/index.php/JEMP/article/view/232%0Ahttp://journal.ibs.ac.id/index.php/JEMP/article/viewFile/232/206>

Eyraud, L., & Wane, A. 2011. Who ' S Going Green And Why ? Trends And Determinants Of Green Investment

Fabiola, V. P., & Khusnah, H. (2022). The Influence of Green Innovation and Financial Performance on Competitive Advantage and Firm Value in the Years2015-2020. *Media Mahardhika Journal*, 20(2), 295–303.
<https://doi.org/10.29062/Mahardika.V20i2.346>

Franita, Riska. 2018. Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan: Studi Untuk Perusahaan Telekomunikasi. Medan: AQLI.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stokholder approach*. Pitman

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2020). 25 *Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis* (edisi reguler). Semarang: Yoga Pratama

Global Carbon Project. (2023). Diakses dari <https://globacarbonproject.org>

Goh, Thomas S., et al. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitasterhadap Agresivitas Pajak Pada

Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2018." *Methosika*, vol. 3, no. 1, 2019, doi:10.46880/jsika. v3i1.42.

Kementrian Keuangan. (2024). *Implementasi Green Finance*. Diakses dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3656-implementasi-green-finance.html>

Hani, S. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Umsu Press

Harmono, (2017), “*Manajemen Keuangan*”. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta

Hery. 2017. Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini

Hidayah, R., Suryandari, D., Suryarini, T., Sukirman, Kayati, IN, Dinassari, R., & Rohmah, FT. (2022). The role of firm size on environmental performance in the developing country. <https://doi.org/10.22495/cbsrv3i1art12>

<https://tafsirweb.com/1049-surat-al-baqarah-ayat-283.html>

Husnaini, W., & Tjahjadi, B. (2021). Quality management, green innovation and firm value: Evidence from indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(1), 255–262. <https://doi.org/10.32479/ijeep.10282>

Indriastuti, M. and Chariri, A. 2021. The Role of Green Investment and Corporate Social Responsibility Investment on Sustainable Performance. *Cogent Business & Management*. Vol.8 No.1. Pp. 1-21.

Jiang, K., Chen, Z. and Chen, F. 2022. Green Creates Value: Evidence from China. *Journal of Asian Economics*. Vol. 78

Jogiyanto Hartono. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi ke 11)*. Yogyakarta: BPFE.

Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. *Jadi Tuan Rumah World Water Forum ke-10 pada Tahun 2024, Indonesia Fokus pada Enam Tema Bahasan dan Program Kerja Sama yang Konkrit*. Diakses dari <https://maritim.go.id>

Kemp, R., & Arundel, A. (1998). SURVEY INDICATORS FOR ENVIRONMENTAL INNOVATION. Idea Paper, 8

Kompas.com. "RI Masuk 10 Besar Negara Penghasil Emisi Sepanjang 2023", Diakses dari <https://lestari.kompas.com/read/2024/06/25/170000786/ri-masuk-10-besar-negara-penghasil-emisi-sepanjang-2023>

Larasati, A. R. (2023). *Pengaruh Green Investment Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan).

Larasati, A. R., Arimuljarto, N., & Azhar, Z. (2024). PENGARUH GREEN INVESTMENT DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2022. *JURNAL MANAJEMEN PRATAMA*, 1(1)

Mousa, et. al., G. A. (2015). Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes. *International Journal of Business and Statistical Analysis*, 2(1), 41–53. <https://doi.org/10.12785/ijbsa/020104>

Muchlis, M. (2024). PENGARUH GREEN INNOVATION DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 103-122.

Murwaningsari, E. and Rachmawati, S. 2023. The Effect of Green Banking and Green Investment on Firm Value with Eco-Efficiency as Moderation. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*. Vol. 4 No. 2. Pp. 141-150.

- Murwaningsari, E., & Rachmawati, S. 2017. The Influence of Capital Intensity and Investment Opportunity Set toward Conservatism with Managerial Ownership as Moderating Variable. *Journal of Advanced Management Science*, 5(6), 445–451. <https://doi.org/10.18178/joams.5.6.445-451>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1-12.
- 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>
- Oduro, S., Maccario, G., & De Nisco, A. (2022). Green Innovation: A Multidomain Systematic Review. *European Journal of Innovation Management*, 25(2), 567–591.
- Permatasari, M. P., & Setyastrini, P. (2019). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditinjau dari teori legitimasi dan teori stakeholder. *Jurnal akuntansi dan perpajakan*, 5(1), 29-43.
- Prakoso, S., & Zulfiati, L. (2024). Pengaruh biaya lingkungan, green innovation dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 33(1), 1-20
- Puspita & Hartono. 2018. Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Animal Feed di BEI Periode 2012-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen* Hal 1-8 Vol 6 No 1. Universitas Negeri Surabaya.
- Putriani, R. M. (2019). *Pengaruh Green Investment Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt. Bank X (Persero), Tbk. Periode 2011-2017* (Doctoral dissertation, STIE Ekuitas)
- Rahelliamelinda, L., & Handoko, J. (2024). Profitabilitas Sebagai Moderating Pengaruh Kinerja Esg, Green Innovation, Eco-Efficiency Terhadap Nilai Perusahaan. *JURNAL INFORMASI, PERPAJAKAN, AKUNTANSI, DAN KEUANGAN PUBLIK*, 19(1), 145-170.

- Rosyid, R., & Mulatsih, S. N. (2024). THE ROLE OF GREEN INVESTMENT AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE ON FINANCIAL PERFORMANCE WITH MODERATION OF COMPANY SIZE. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 62-76.
- Roza M, & Maulana, R. (2022). Pengaruh Green Innovation Terhadap Firm Value Dengan Environmental Management Accounting Sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i2.3325>
- Setyawan, G. D., & Wijayanti, R. (2023). The Moderation Role of Financial Performance in the Relationship Between Green Innovation and Firm Value. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1, 1231–1241
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sucipto, H., & Zulfa, U. 2021. Pengaruh Good Corporate Governance, Financial Distress Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 4(1), 12–22. <https://doi.org/10.26533/jad.v4i1.737>
- Suhada, Bambang & Setyawan, Dharma. 2016. Narasi Islam dan Green Economics dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam, *Kontekstualita*, 31. 1.
- Sun, Y., & Yang, F. (2022). Does Green Investment Improve the Comprehensive Performance of Enterprises? A Study on Large and Medium-Sized Steel Enterprises in China. *Sustainability (Switzerland)*, 14(23). <https://doi.org/10.3390/su142315642>
- Tonay, C., & Murwaningsari, E. (2022). Pengaruh Green Innovation dan Green Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 24(2), 283-294.

- Umiyati, U., & Baiquni, M. D. (2018). Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap Islamic social reporting pada bank umum syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 6(1), 85-104.
- Wang, S., Abbas, J. Sial, MS., Otero, SA., Cioca, LI. Achieving green innovation and sustainable development goals through green knowledge management: Moderating role of organizational green culture, *Journal of Innovation & Knowledge*, Volume 7, Issue 4, 2022, 100272, ISSN 2444-569X, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100272>.
(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X2200107X>)
- Wijayanti, A., & Budi N, Y. A. B. (2024). Dampak Green Governance, Green Investment, Dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 535-544. <http://dx.doi.org/10.25105/jet.v4i1.19387>
- Yanti dan Damayanti. (2019). Pengaruh profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 4, 2019
- 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*, 4(5), 679-692.
- Yao, Q., Liu, J., Sheng, S., & Fang, H. (2019). Does eco-innovation lift firm value? The contingent role of institutions in emerging markets. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 34(8), 1763–1778.
<https://doi.org/10.1108/JBIM-06-2018-0201>
- Yuliandhari, W. S., Saraswati, R. S., & Rasid Safari, Z. M. (2023). Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 7(2), 1526–1539.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1301>
- Yusnia, W., Hidayah, N., & Utami, P. S. (2024). EFEKTIVITAS IMPLEMENTASI GREEN FINANCE, GREEN INVESTMENT, DAN ENVIRONMENT COST DALAM MENINGKATKAN NILAI

PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 12(2), 323-338.

Zhang, H., Shao, Y., Han, X., Chang, H.L. *A road towards ecological development in China: The nexus between green investment, natural resources, green technology innovation, and economic growth*, Resources Policy, Volume 77, 2022, 102746, ISSN 0301-4207, <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.102746>.
(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301420722001945>)

Zhang, Y., & Berhe, H. M. (2022). The impact of green investment and green marketing on business performance: the mediation role of corporate social responsibility in ethiopia's chinese textile companies. *Sustainability* (Switzerland), 14(7). <https://doi.org/10.3390/su14073883>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama : Hanif Rahmawati
Tempat, tanggal lahir : Blitar, 24 April 2003
Alamat : Desa Banggle RT 01/06 Kec, Kanigoro, Kab, Blitar
Nomor HP : 085648795327
Email : hanifrahmawati24@gmail.com

Pendidikan Formal

2008-2009 : TK Al Hidayah Banggle 03
2009-2015 : MI Miftahul Huda 02 Papungan
2015-2018 : MTsN 02 Blitar
2018-2021 : MAN Kota Blitar
2021-2025 : Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik
Ibrahim Malang

Lampiran 2 Data Penelitian

Kode Saham	X1 (<i>Green Innovation</i>)	X2 (<i>Green Investment</i>)	Y (Nilai Perusahaan)	M (Ukuran Perusahaan)	X1*M	X2*M
AKRA	0.625	0.0002207	2.56	17.12	10.70	0.00378
	0.75	0.0001322	2.62	17.23	12.92	0.00228
ANTM	0.625	0.0000425	2.01	17.33	10.83	0.00074
	0.625	0.0000355	1.34	17.57	10.98	0.00062
BBCA	0.75	0.0000615	4.72	21.00	15.75	0.00129
	0.75	0.0000615	4.73	21.07	15.80	0.00130
BBNI	0.5	0.0000266	1.25	20.75	10.38	0.00055
	0.625	0.0000208	1.32	20.81	13.00	0.00043
BBRI	0.5	0.0000422	0.21	21.35	10.67	0.00090
	0.5	0.0000419	0.26	21.40	10.70	0.00090
BBTN	0.5	0.0004148	0.66	19.81	9.91	0.00822
	0.5	0.0003512	0.57	19.90	9.95	0.00699
BMRI	0.625	0.0000011	2.00	21.41	13.38	0.00002
	0.625	0.0000114	2.14	21.50	13.44	0.00024
BRPT	0.75	0.0001836	4.48	18.79	14.09	0.00345
	0.75	0.0000756	7.38	18.87	14.15	0.00143
EMTK	0.625	0.0000613	1.76	17.61	11.01	0.00108
	0.5	0.0001399	1.04	17.57	8.79	0.00246
EXCL	0.5	0.0000017	1.04	18.28	9.14	0.00003
	0.5	0.0000002	1.00	18.29	9.14	0.00000
INCO	0.75	0.0075685	3.69	17.54	13.15	0.13275
	0.625	0.0229803	2.02	17.63	11.02	0.40505
KLBF	0.75	0.0008003	4.85	17.12	12.84	0.01370
	0.75	0.0008500	3.57	17.11	12.84	0.01455
MEDC	0.625	0.0001648	1.64	18.50	11.56	0.00305
	0.625	0.0001652	1.59	18.56	11.60	0.00307
PGAS	0.625	0.0000831	1.62	18.54	11.58	0.00154
	0.5	0.0001102	1.02	18.44	9.22	0.00203
TLKM	0.75	0.0001365	2.87	19.43	14.57	0.00265
	0.75	0.0001624	2.9	19.48	14.61	0.00316
TOWR	0.75	0.0000034	3.90	18.00	13.50	0.00006
	0.75	0.0000122	3.07	18.04	13.53	0.00022
UNTR	0.5	0.0017329	1.15	18.76	9.38	0.03251
	0.5	0.0019442	1.06	18.85	9.43	0.03665

Data Green Innovation

Kode Saham	Item yang diungkapkan	Item yang dapat diungkapkan	<i>Green Innovation</i>
AKRA	5	8	0.625
	6	8	0.75
ANTM	5	8	0.625
	5	8	0.625
BBCA	6	8	0.75
	6	8	0.75
BBNI	5	8	0.625
	5	8	0.625
BBRI	5	8	0.625
	5	8	0.625
BBTN	4	8	0.5
	4	8	0.5
BMRI	5	8	0.625
	5	8	0.625
BRPT	6	8	0.75
	6	8	0.75
EMTK	5	8	0.625
	4	8	0.5
EXCL	4	8	0.5
	4	8	0.5
INCO	6	8	0.75
	5	8	0.625
KLBF	6	8	0.75
	6	8	0.75
MEDC	5	8	0.625
	5	8	0.625
PGAS	5	8	0.625
	4	8	0.5
TLKM	5	8	0.625
	5	8	0.625
TOWR	6	8	0.75
	6	8	0.75
UNTR	4	8	0.5
	4	8	0.5

Data Green Investment

Kode Saham	Total Aset	Biaya Investasi Hijau	Green Innovation
AKRA	27.187.608.000.000	6.000.000.000	0.00022069
	30.254.623.000.000	4.000.000.000	0.00013221
ANTM	3.363.727.100.000.000	142.930.000.000	0.00004249
	4.285.132.900.000.000	152.120.000.000	0.00003550
BBCA	1.314.731.674.000.000	80.900.000.000	0.00006153
	1.408.107.010.000.000	86.600.000.000	0.00006150
BBNI	1.029.836.868.000.000	27.350.000.000	0.00002656
	1.086.663.986.000.000	22.600.000.000	0.00002080
BBRI	1.865.639.010.000.000	78.800.000.000	0.00004224
	1.965.007.030.000.000	82.300.000.000	0.00004188
BBTN	402.148.312.000.000	166.800.000.000	0.00041477
	438.749.736.000.000	154.100.000.000	0.00035123
BMRI	1.992.544.687.000.000	2.155.015.000	0.00000108
	2.174.219.449.000.000	24.750.000.000	0.00001138
BRPT	144.198.776.000.000	26.480.000.000	0.00018364
	156.700.693.000.000	11.840.000.000	0.00007556
EMTK	44.469.025.000.000	2.727.708.979	0.00006134
	42.891.250.000.000	5.999.675.239	0.00013988
EXCL	87.277.780.000.000	150.000.000	0.00000172
	87.688.084.000.000	20.000.000	0.00000023
INCO	41.445.345.000.000	313.679.121.354	0.00756850
	45.174.499.000.000	1.038.123.337.072	0.02298030
KLBF	27.241.313.000.000	21.800.000.000	0.00080026
	27.057.568.000.000	23.000.000.000	0.00085004
MEDC	108.082.276.000.000	17.812.742.852	0.00016481
	115.303.335.000.000	19.051.925.786	0.00016523
PGAS	112.182.254.000.000	9.326.209.652	0.00008313
	101.885.643.000.000	11.225.500.000	0.00011018
TLKM	275.192.000.000.000	37.570.000.000	0.00013652
	287.042.000.000.000	46.629.687.782	0.00016245
TOWR	65.625.136.000.000	225.000.000	0.00000343
	68.418.946.000.000	836.270.000	0.00001222
UNTR	140.478.220.000.000	243.440.000.000	0.00173294
	154.028.248.000.000	299.460.000.000	0.00194419

Data Nilai Perusahaan

Nama Perusahaan	Ekuitas	Saham Beredar	Harga saham	Nilai Buku Per Saham	PBV
AKRA	10.968.862	20.073	1.400	546.4	2.56
	11.262.624	20.073	1.475	561.1	2.63
ANTM	23.712.043	24.031	1.985	986.7	2.01
	30.643.195	24.031	1.705	1275.2	1.34
BBCA	221.018.606	122.042	8.550	1811.0	4.72
	242.356.256	122.042	9.400	1985.8	4.73
BBNI	135.815.715	18.462	9.225	7356.5	1.25
	150.131.014	36.924	5.375	4065.9	1.32
BBRI	299.294.011	12.700	4.940	23566.5	0.21
	311.363.556	13.894	5.725	22409.9	0.26
BBTN	25.909.354	12.700	1.350	2040.1	0.66
	30.479.152	13.894	1.250	2193.7	0.57
BMRI	229.678.786	46.200	9.925	4971.4	2.00
	260.852.784	92.400	6.050	2823.1	2.14
BRPT	15.799.500	93.747	755	168.5	4.48
	16.883.930	93.747	1.330	180.1	7.38
EMTK	35.814.426	61.242	1.030	584.8	1.76
	34.680.257	61.242	590	566.3	1.04
EXCL	25.643.146	12.468	2.140	2056.7	1.04
	26.360.361	13.128	2.000	2007.9	1.00
INCO	19.133.140	9.936	7.100	1925.6	3.69
	21.230.810	9.936	4.310	2136.8	2.02
KLBF	20.187.540	46.875	2.090	430.7	4.85
	21.162.752	46.875	1.610	451.5	3.57
MEDC	15.572.600	25.136	1.015	619.5	1.64
	18.285.430	25.136	1.155	727.5	1.59
PGAS	26.341.970	24.242	1.760	1086.6	1.62
	26.988.540	24.242	1.130	1113.3	1.02
TLKM	129.258.000	99.062	3.750	1304.8	2.87
	135.744.000	99.062	3.950	1370.3	2.88
TOWR	14.400.568	51.015	1.100	282.3	3.90
	16.456.392	51.015	990	322.6	3.07
UNTR	84.698.121	3.730	26.075	22707.3	1.15
	79.250.552	3.730	22.625	21246.8	1.06

Data Ukuran Perusahaan

Kode Saham	Total Aset	Firm Size
AKRA	27.187.608	17.12
	30.254.623	17.23
ANTM	33.637.271	17.33
	42.851.329	17.57
BBCA	1.314.731.674	21.00
	1.408.107.010	21.07
BBNI	1.029.836.868	20.75
	1.086.663.986	20.81
BBRI	1.865.639.010	21.35
	1.965.007.030	21.40
BBTN	402.148.312	19.81
	438.749.736	19.90
BMRI	1.992.544.687	21.41
	2.174.219.449	21.50
BRPT	144.198.776	18.79
	156.700.693	18.87
EMTK	44.469.025	17.61
	42.891.250	17.57
EXCL	87.277.780	18.28
	87.688.084	18.29
INCO	41.445.345	17.54
	45.174.499	17.63
KLBF	27.241.313	17.12
	27.057.568	17.11
MEDC	108.082.276	18.50
	115.303.335	18.56
PGAS	112.182.254	18.54
	101.885.643	18.44
TLKM	275.192.000	19.43
	287.042.000	19.48
TOWR	65.625.136	18.00
	68.418.946	18.04
UNTR	140.478.220	18.76
	154.028.248	18.85

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS

Hasil Analisis Deskriptif Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	34	.50	.75	.6287	.10429
X2	34	.00	.02	.0011	.00408
Y	34	.21	7.38	2.2953	1.60404
M	34	17.11	21.50	18.9312	1.45988
Valid N (listwise)	34				

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36592521
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.051
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^e	Sig.	.282
	99% Confidence Interval	Lower Bound .270
		Upper Bound .293

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			X1	X2	M	Unstandar dized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	-.029	-.230	-.129
		Sig. (2-tailed)	.	.872	.190	.467
		N	34	34	34	34
	X2	Correlation Coefficient	-.029	1.000	-.171	.103
		Sig. (2-tailed)	.872	.	.334	.560
		N	34	34	34	34
	M	Correlation Coefficient	-.230	-.171	1.000	.146
		Sig. (2-tailed)	.190	.334	.	.409
		N	34	34	34	34
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.129	.103	.146	1.000
		Sig. (2-tailed)	.467	.560	.409	.
		N	34	34	34	34

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.791	.770	.38379	1.490

a. Predictors: (Constant), M, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.889 ^a	.791	.770	.38379	.791	37.866	3	30	.000

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan , Green Innovation, Green Investment

Hasil Uji F

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.041	2.774		.375	.710		
	X1	6.298	.661	.820	9.528	.000	.939	1.065
	X2	-.035	.022	-.136	-1.616	.117	.985	1.015
	M	-1.616	.905	-.153	-1.785	.084	.947	1.056

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji T

ANOVA^a

Model		Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.732		3	5.577	37.866	.000 ^b
	Residual	4.419		30	.147		
	Total	21.151		33			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), M, X2, X1

Hasil Uji MRA
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.640	2.826		.226	.823
	X1	5.518	.734	.719	7.523	.000
	X2	-.078	.037	-.300	-2.120	.043
	M	-1.250	.928	-.118	-1.348	.188
	X1M	.155	.105	.140	1.481	.150
	X2M	.087	.050	.251	1.737	.093

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 4 Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210501110223
Nama : Hanif Rahmawati
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Farahiyah Sartika, M.M
Judul Skripsi : PENGARUH *GREEN INNOVATION* DAN *GREEN INVESMENT* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS *IDXLQ45 LOW CARBON LEADERS*

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	27 September 2024	Konsultasi judul skripsi, hasil bimbingan diputuskan judul penelitian adalah Pengaruh Green Innovation dan Green Invesment Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	10 Oktober 2024	Konsultasi terkait pemilihan objek penelitian, bimbingan melalui chat dengan pengajuan beberapa objek, hasilnya objek yang akan digunakan adalah Indeks LQ45 Low Carbon Leaders	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	12 November 2024	Konsultasi bab 1-3, bimbingan dilaksanakan offline dan banyak revisi yang harus dilakukan mulai dari tata penulisan dan kurangnya pembahasan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	19 November 2024	Pengumpulan revisi bab 1-3, hasilnya masih ada sedikit revisi terkait format	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	26 November 2024	Pengumpulan revisi akhir	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	26 November 2024	Revisi Akhir	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

7	28 Februari 2025	Konsultasi terkait sampel penelitian, terdapat sedikit perubahan	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	14 April 2025	Konsultasi terkait olah data dan analisis hasil penelitian	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	25 April 2025	Konsultasi hasil olah data penelitian	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	1 Mei 2025	Konsultasi bab 4&5 sekaligus penentuan rumah jurnal sinta 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	4 Mei 2025	ACC file jurnal yang akan disubmit di Jurnal Ecogen Sinta 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	5 Mei 2025	Submit artikel di Jurnal Ecogen Sinta 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
13	9 Mei 2025	Konsultasi turnitin skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
14	18 Mei 2025	Konsultasi akhir skripsi (Bab 1-5 dan format)	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 18 Mei 2025

Dosen Pembimbing



Farahiyah Sartika, M.M

Lampiran 5 Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Hanif Rahmawati
NIM : 210501110223
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : **PENGARUH GREEN INNOVATION DAN GREEN INVESMENT TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS
IDX LQ45 LOW CARBON LEADERS**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	21%	13%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Mei 2025

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M