

Pengaruh Emisi Carbon Dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan

Fitriyah¹, Regina Deia Soeparyono²

Universitas Pamulang, Indonesia

dosen02472@unpam.ac.id¹, dosen02761@unpam.ac.id²

Submitted: 11th February 2026 | **Edited:** 24th April 2026 | **Issued:** 01st May 2026

Cited on: Fitriyah, F., & Soeparyono, R. D. (2026). Pengaruh Emisi Carbon Dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(2), 830-839.

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing global concern over environmental sustainability and its implications for corporate performance, particularly in carbon-intensive sectors such as energy. As stakeholders demand greater transparency and accountability, companies are expected to manage carbon emissions and adopt green innovation to enhance their value. This research aims to examine the effect of carbon emissions and green innovation on firm value, with additional consideration of carbon emission disclosure and media exposure. The study employs an associative quantitative approach using secondary data from 83 energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019–2023 period. The sampling method used is purposive sampling. Data were analyzed using panel data regression, along with model selection tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination, supported by EViews 12 software. The empirical results show that carbon emission disclosure does not have a significant effect on firm value. Similarly, green innovation is found to have no significant effect on firm value. Furthermore, the results of the F-test indicate that carbon emission disclosure and green innovation simultaneously do not have a significant effect on firm value. In addition, the coefficient of determination shows a very low explanatory power of the independent variables on firm value. These findings suggest that firm value in the energy sector is more strongly influenced by other factors outside the model, highlighting the need for further research to include additional variables that may better explain firm value dynamics.

Keywords: Carbon Emissions, Green Innovation, Firm Value, Environmental Disclosure, Media Exposure

PENDAHULUAN

Perubahan iklim dan isu keberlanjutan lingkungan telah menjadi perhatian utama dalam dunia bisnis global, khususnya bagi perusahaan yang beroperasi di sektor dengan intensitas karbon tinggi seperti sektor energi. Aktivitas operasional perusahaan yang menghasilkan emisi karbon berkontribusi terhadap pemanasan global dan degradasi lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian kinerja keuangan, tetapi juga memperhatikan dampak lingkungannya. Nilai perusahaan saat ini semakin dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan mengelola tanggung

jawab lingkungannya, seiring meningkatnya perhatian investor terhadap aspek Environmental, Social, and Governance (ESG) (Li et al., 2024).

Fenomena meningkatnya kesadaran terhadap isu lingkungan mendorong perusahaan untuk mengurangi emisi karbon dan meningkatkan transparansi melalui pengungkapan emisi karbon. Emisi karbon yang tinggi sering dikaitkan dengan risiko lingkungan dan potensi biaya tambahan yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini karena investor cenderung menghindari perusahaan yang memiliki risiko lingkungan tinggi. Penelitian menunjukkan bahwa emisi karbon dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan karena meningkatkan persepsi risiko dan menurunkan kepercayaan investor (Benkraiem et al., 2024). Namun, dalam praktiknya masih banyak perusahaan yang belum secara optimal mengelola dan melaporkan emisi karbonnya.

Selain pengelolaan emisi karbon, perusahaan juga didorong untuk melakukan green innovation sebagai upaya menciptakan nilai tambah sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan. Green innovation mencakup pengembangan produk, proses, maupun teknologi yang ramah lingkungan. Berdasarkan stakeholder theory, perusahaan yang mampu memenuhi harapan pemangku kepentingan melalui inovasi hijau cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi (Freeman, 2018). Selain itu, legitimacy theory menjelaskan bahwa perusahaan berusaha memperoleh legitimasi sosial melalui penerapan praktik ramah lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan (Suchman, 2019).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa green innovation memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Green innovation dapat meningkatkan efisiensi operasional, reputasi perusahaan, serta daya saing di pasar (Sinkin et al., 2022). Selain itu, pengungkapan emisi karbon juga dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Sulistiani dan Latrini, 2024). Dengan demikian, praktik keberlanjutan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan.

Namun demikian, hasil penelitian terkait pengaruh emisi karbon dan green innovation terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menemukan bahwa emisi karbon tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, terutama pada industri dengan tingkat emisi tinggi (Nabila dan Wardhani,

2025). Selain itu, terdapat fenomena *greenwashing*, di mana perusahaan hanya menunjukkan citra ramah lingkungan tanpa implementasi nyata, yang justru dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Torelli et al., 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh emisi karbon dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur terkait keberlanjutan dan kinerja perusahaan di pasar berkembang.

LANDASAN TEORI

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan (*firm value*) merupakan konsep yang menggambarkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek suatu perusahaan, yang tercermin dalam harga saham serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas di masa depan. Secara umum, nilai perusahaan diartikan sebagai nilai sekarang dari seluruh arus kas masa depan yang diharapkan, dengan mempertimbangkan risiko yang melekat pada aktivitas perusahaan (Rahayu, 2024). Selain itu, nilai perusahaan juga dipandang sebagai indikator utama yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham, karena berkaitan erat dengan bagaimana pasar menilai kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan (Noviyanti dan Rahmawati, 2025). Dalam praktik empiris, nilai perusahaan sering diukur menggunakan indikator berbasis pasar seperti *Price to Book Value (PBV)* atau *Tobin's Q*, yang mencerminkan perbandingan antara nilai pasar dan nilai buku perusahaan (Muliasari et al., 2024). Dengan demikian, nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan, tetapi juga oleh faktor non-keuangan seperti inovasi, tata kelola, dan keberlanjutan yang semakin relevan dalam konteks bisnis modern.

Pengungkapan Emisi Carbon

Pengungkapan emisi karbon (*carbon emission disclosure*) merupakan bentuk pelaporan yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi terkait jumlah, sumber, serta pengelolaan emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari aktivitas operasionalnya. Informasi ini umumnya disajikan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan sebagai bagian dari transparansi perusahaan terhadap dampak lingkungan.

Pengungkapan emisi karbon mencakup aspek kuantitatif dan kualitatif, seperti tingkat emisi, risiko perubahan iklim, konsumsi energi, serta strategi dan kebijakan perusahaan dalam mengurangi emisi karbon (Wardhani et al., 2026). Selain itu, pengungkapan ini juga dipandang sebagai mekanisme akuntabilitas perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap komitmen lingkungan perusahaan (Yusuf, 2021). Dalam konteks negara berkembang, praktik pengungkapan emisi karbon masih terus berkembang dan menjadi indikator penting dalam menilai kinerja lingkungan perusahaan, meskipun tingkat pengungkapannya masih bervariasi antar perusahaan (Wahyuningrum et al., 2025). Dengan demikian, pengungkapan emisi karbon tidak hanya berfungsi sebagai alat pelaporan, tetapi juga sebagai strategi perusahaan dalam membangun legitimasi dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Green Innovation

Green innovation (inovasi hijau) merupakan suatu konsep inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menghasilkan produk, proses, maupun teknologi yang ramah lingkungan serta mampu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Green innovation tidak hanya berfokus pada peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, tetapi juga pada upaya efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan limbah, dan penurunan emisi polutan dalam aktivitas operasional (Kemp dan Pontoglio, 2019). Selain itu, green innovation juga mencakup penerapan teknologi bersih, pengembangan produk berkelanjutan, serta perubahan proses bisnis yang mendukung keberlanjutan lingkungan jangka panjang (Eiadat et al., 2021). Dalam konteks perusahaan modern, green innovation dianggap sebagai strategi penting untuk meningkatkan daya saing sekaligus memenuhi tuntutan pemangku kepentingan terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan (Chen et al., 2023). Dengan demikian, green innovation tidak hanya memberikan manfaat ekologis, tetapi juga berpotensi meningkatkan reputasi, efisiensi operasional, dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam perspektif stakeholder theory, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga dituntut untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan melalui praktik bisnis yang berkelanjutan, termasuk pengelolaan lingkungan. Pengungkapan emisi karbon menjadi bentuk transparansi perusahaan dalam

menunjukkan tanggung jawab lingkungan, yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap risiko dan prospek perusahaan. Selain itu, green innovation dipandang sebagai strategi perusahaan dalam menciptakan produk dan proses yang ramah lingkungan sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan daya saing. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon dan green innovation dapat meningkatkan nilai perusahaan karena memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai komitmen keberlanjutan perusahaan (Akib et al., 2025; Nabila dan Wardhani, 2025).

Selanjutnya, berdasarkan legitimacy theory, perusahaan berupaya memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan menyesuaikan aktivitas operasionalnya terhadap norma dan nilai lingkungan yang berlaku. Dalam konteks ini, emisi karbon yang tinggi dapat menurunkan legitimasi perusahaan, sedangkan green innovation dapat memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hubungan simultan antara pengungkapan emisi karbon dan green innovation terhadap nilai perusahaan juga diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan reputasi perusahaan (Sari et al., 2025; Fitri dan Putra, 2025). Dengan demikian, kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor keberlanjutan lingkungan yang tercermin melalui emisi karbon dan inovasi hijau, baik secara parsial maupun simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berfokus pada data berbentuk angka untuk menganalisis hubungan antar variabel. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 83 perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu (1) perusahaan sektor energi yang secara konsisten terdaftar di BEI selama periode 2019–2023, dan (2) perusahaan yang menerbitkan annual report dan sustainability report secara lengkap selama periode pengamatan tersebut. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel sebanyak 16 perusahaan yang memenuhi seluruh persyaratan penelitian.

Data penelitian ini merupakan data panel yang terdiri dari kombinasi data cross-section, yaitu 16 perusahaan, dan data time series selama lima tahun pengamatan, yaitu 2019 hingga 2023. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu dua variabel independen berupa emisi karbon (X1) dan green innovation (X2), serta satu variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y). Untuk menganalisis pengaruh antar variabel, digunakan metode regresi data panel yang dilengkapi dengan pemilihan model estimasi, uji-t, uji-F, serta koefisien determinasi. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak EViews 12, yang digunakan karena memiliki kemampuan dalam mengolah dan menganalisis data panel secara efektif dan akurat.

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model. Hasil uji normalitas dengan Central Limit Theory menunjukkan nilai signifikansi $80 > 30$, maka data terdistribusi normal. Uji multikolinearitas memperlihatkan nilai koefisien korelasi masing-masing variabel bebas kurang dari 0.8 yaitu sebesar 1.000000 X1 dan 0.393609 X2 pada masing-masing variabel bebasnya ($1.000000 < 0.8$) dan ($0.393609 < 0.8$). Hal ini berarti model tidak terjadi multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan grafik residual tidak ada yang melewati batas (500 dan -500) (Napitupulu et al., 2021), maka Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Uji autokorelasi menghasilkan nilai Durbin-Watson 0.860982 diantara -2 sampai 2, artinya tidak ada autokorelasi.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu Pengungkapan Emisi Karbon (X1) dan Green Innovation (X2), dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (Y). Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai R-squared sebesar 0,060638 dan Adjusted R-squared sebesar -0,024759. Nilai R-squared tersebut menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 6,06%. Sementara itu, nilai Adjusted R-squared yang bernilai negatif mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan observasi, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen menjadi sangat lemah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kontribusi Pengungkapan Emisi Karbon dan Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan relatif kecil. Sisanya, yaitu sekitar 93,94% berdasarkan R-squared (dan secara penyesuaian bahkan lebih besar pada Adjusted R-squared), dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada sektor energi lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kondisi pasar, maupun faktor eksternal lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Uji Parsial (t-Test)

Hasil pengujian parsial (uji t) pada variabel Pengungkapan Emisi Karbon (X1) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0,234140 dengan nilai t-tabel sebesar 1,99006 serta nilai probabilitas sebesar 0,8170 pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai t-statistik lebih kecil dari t-tabel ($0,234140 < 1,99006$) dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 ($0,8170 > 0,05$). Hal ini berarti secara statistik tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan Emisi Karbon tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial.

Sementara itu, hasil pengujian parsial pada variabel Green Innovation (X2) menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0,981989 dengan nilai t-tabel sebesar 1,99006 serta nilai probabilitas sebesar 0,3368 pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai t-statistik juga lebih kecil dari t-tabel ($0,981989 < 1,99006$) dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 ($0,3368 > 0,05$). Dengan demikian, secara statistik Green Innovation tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_2) ditolak. Kesimpulannya, Green Innovation tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dalam penelitian ini.

Uji Simultan (F-Test)

Hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F-statistic sebesar 0,710071 dengan nilai F-tabel sebesar 2,72 serta nilai probabilitas sebesar 0,502533 pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai F-statistic lebih kecil dari F-tabel ($0,710071 < 2,72$) dan nilai probabilitas lebih besar dari

0,05 ($0,502533 > 0,05$). Kondisi ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Pengungkapan Emisi Karbon (X1) dan Green Innovation (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_4) ditolak. Artinya, secara bersama-sama variabel independen dalam penelitian ini belum mampu menjelaskan atau memengaruhi perubahan pada nilai perusahaan secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang lebih dominan dalam memengaruhi nilai perusahaan pada sektor energi selama periode penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara teoritis, menurut legitimacy theory, perusahaan seharusnya memperoleh legitimasi dari masyarakat melalui transparansi informasi lingkungan, termasuk pengungkapan emisi karbon. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pasar belum sepenuhnya merespons pengungkapan emisi karbon sebagai sinyal positif dalam penilaian perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya kualitas pengungkapan atau masih terbatasnya perhatian investor terhadap aspek lingkungan dibandingkan dengan faktor keuangan. Implikasinya, perusahaan di sektor energi tidak dapat hanya mengandalkan pengungkapan emisi karbon untuk meningkatkan nilai perusahaan, tetapi perlu memperkuat aspek lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan investor.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa green innovation juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan stakeholder theory, green innovation seharusnya mampu meningkatkan nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pemangku kepentingan melalui inovasi ramah lingkungan. Namun, dalam konteks penelitian ini, green innovation belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi green innovation di perusahaan sektor energi mungkin masih bersifat jangka panjang dan belum memberikan dampak finansial langsung yang dapat direspons oleh pasar. Implikasinya, perusahaan perlu memastikan bahwa inovasi hijau tidak hanya bersifat simbolik, tetapi benar-benar menghasilkan efisiensi dan nilai ekonomis yang dapat meningkatkan persepsi investor.

Secara simultan, pengungkapan emisi karbon dan green innovation juga tidak

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut belum menjadi faktor utama dalam penilaian pasar terhadap perusahaan sektor energi. Berdasarkan signaling theory, informasi yang disampaikan perusahaan seharusnya menjadi sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Namun, hasil ini menunjukkan bahwa sinyal terkait keberlanjutan belum cukup kuat untuk memengaruhi nilai perusahaan. Implikasinya, perusahaan perlu mengintegrasikan strategi keberlanjutan dengan kinerja keuangan agar dapat memberikan dampak yang lebih nyata terhadap nilai perusahaan. Selain itu, investor di pasar negara berkembang seperti Indonesia masih cenderung lebih fokus pada faktor finansial dibandingkan faktor lingkungan dalam menilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel pengungkapan emisi karbon dan green innovation belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor keberlanjutan lingkungan yang diukur dalam penelitian ini belum menjadi pertimbangan utama dalam penilaian perusahaan oleh pasar. Selain itu, secara simultan kedua variabel tersebut juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi nilai perusahaan di sektor energi. Hasil ini mengindikasikan bahwa implementasi praktik keberlanjutan seperti pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau masih belum sepenuhnya memberikan dampak ekonomis yang nyata. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengintegrasikan strategi keberlanjutan dengan kinerja finansial agar dapat meningkatkan persepsi pasar dan menciptakan nilai perusahaan yang lebih optimal di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, A., Majiding, N. C., Utami, S., Utami, D., & Ramadhani, M. W. (2025). The Effect of Green Innovation, Carbon Emission Disclosure, and Environmental Costs on Company Value. *KURS: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 10(1), 38–46.
- Benkraiem, R., et al. (2024). Carbon emissions and firm value: Evidence from European markets. *Energy Economics*, 132(4), 107215–107230.
- Chen, Y., Huang, J., & Li, X. (2023). Green innovation and corporate sustainability performance: Evidence from emerging economies. *Journal of Cleaner Production*,

389, 136120.

- Eiadat, Y., Kelly, A., & Roche, F. (2021). Green innovation practices and environmental performance: A firm-level analysis. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 1890–1903.
- Fitri, A. N., & Putra, V. D. C. (2025). The Effect of Carbon Emission Disclosure, CSR Disclosure, and Eco-efficiency on Firm Value. *E-Jurnal Akuntansi*, 35(11), 1–18.
- Freeman, R. E. (2018). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Kemp, R., & Pontoglio, S. (2019). The innovation effects of environmental policy instruments : A review of the literature. *Ecological Economics*, 159, 126–137.
- Li, T., et al. (2024). ESG and firm value: The mediating role of stakeholder engagement. *Technological Forecasting and Social Change*, 198(2), 122345–122360.
- Muliasari, N. K., Hamin, D. I., & Pongoliu, Y. I. D. (2024). Determinasi nilai perusahaan: Bukti empiris kebijakan hutang dan ukuran perusahaan pada perusahaan sektor aneka industri periode 2019–2024. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 3(2), 145–160.
- Nabila, T., & Wardhani, N. K. (2025). The Influence of Carbon Emission Disclosure and Green Innovation on Firm Value with Profitability as a Moderating Variable. *Golden Ratio of Auditing Research*, 6(1), 312–326.
- Noviyanti, V., & Rahmawati, I. D. (2025). Intellectual capital and firm value: Evidence from Indonesian companies. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 5(1), 25–39.
- Rahayu, F. S. (2024). Kajian pustaka: Nilai perusahaan (Firm's value). *ResearchGate Publication*, 2(1), 1–10.
- Sari, N. M., Indriasih, D., & Firmansyah, F. (2025). Carbon Emission Disclosure, Green Innovation, Stakeholder Pressure, ISO 14001, dan GCG terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 23(2), 137–157.
- Sinkin, C., et al. (2022). Green innovation and firm performance: Evidence from emerging markets. *Journal of Cleaner Production*, 356(3), 131876–131890.
- Suchman, M. C. (2019). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Sulistiani, N. W., & Latrini, M. Y. (2024). The effect of carbon emission disclosure on firm value in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(2), 123–138.
- Torelli, R., et al. (2020). Greenwashing and firm value: The moderating role of corporate governance. *Business Strategy and the Environment*, 29(4), 1483–1498.
- Wahyuningrum, I. F. S., Agustina, L., Ihlashul'amal, M., Jati, K. W., Sularsih, S., Anwar, S., & Sriningsih, S. (2025). Carbon Emission Disclosure and Its Impact on Developing Countries. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 23(2), 472–486.
- Wardhani, N. K., Supriyanti, E., & Liu, L. (2026). The Role of Corporate Green Accounting in Carbon Emission Disclosure: Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Risk and Financial Management*, 19(3), 176.
- Yusuf, M. (2021). Determinan Carbon Emission Disclosure di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 17(1), 131–157.