

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal

Teori yang dapat digunakan pada nilai perusahaan yaitu *Signaling Theory*. Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) mengemukakan bahwa sinyal atau isyarat merupakan upaya dari pihak pengirim (pemilik informasi) untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan tindakannya berdasarkan pemahaman terhadap sinyal yang diterimanya Susanto (2024).

Teori sinyal mengacu pada berbagai informasi yang berperan penting dalam membantu investor dalam menganalisis dan mempertimbangkan keputusan investasi. Informasi ini berfungsi sebagai indikator yang memberikan gambaran mengenai kondisi dan prospek suatu perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap potensi keuntungan dan risiko yang ada. Sinyal yang diberikan perusahaan dapat berupa laporan keuangan maupun laporan keberlanjutan perusahaan serta keunggulan perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Informasi ini berpengaruh terhadap semua pihak, baik internal maupun eksternal. Secara umum, informasi ini mencakup catatan perusahaan tentang masa lalu, kondisi saat ini, dan rencana yang akan datang. Dengan memahami sinyal-sinyal ini, investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan berdasarkan data yang akurat, sehingga mampu meminimalkan risiko serta memaksimalkan peluang Octavianingrum *et al.* (2024).

Teori sinyal merupakan salah satu landasan utama dalam pengungkapan nilai perusahaan, yang berperan dalam mengurangi asimetri informasi antara pihak internal perusahaan dan pemangku kepentingan eksternal. Menurut Suryati *et al.* (2022), teori ini menjelaskan bagaimana suatu entitas, baik manajemen

Perusahaan (agen) maupun pihak internal lainnya, menyampaikan informasi strategi yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan investor (prinsipal). Dalam konteks ini, tindakan yang diambil oleh manajemen bertujuan untuk mengkomunikasikan kondisi dan prospek perusahaan secara transparan, sehingga dapat mengurangi penutupan pasar. Sinyal yang diberikan dapat berupa laporan keuangan, kinerja operasional, kebijakan strategis serta pencapaian perusahaan yang mencerminkan potensi pertumbuhan. Reaksi pasar terhadap sinyal yang diterima bergantung pada apakah informasi tersebut bersifat positif atau negatif. Oleh karena itu, sinyal yang efektif menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

Dengan demikian, teori sinyal menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *integrated reporting*, *sustainable development goals*, dan *green innovation* dapat memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Melalui penyampaian informasi yang transparan dan akurat, perusahaan dapat menampilkan kinerja mereka dalam mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik dalam strategi bisnis. Informasi yang disampaikan melalui praktik ini diharapkan mampu membangun citra perusahaan sebagai entitas yang stabil, bertanggung jawab dan memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan. Dengan demikian, kepercayaan pasar terhadap perusahaan akan meningkat sehingga mampu mempengaruhi keputusan investasi secara positif dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan,

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hasil dari pencapaian yang diperoleh melalui kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan, yang terbentuk melalui perjalanan panjang sejak awal berdirinya hingga saat ini Han (2022). Nilai perusahaan ini tidak hanya menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam

mengelola sumber daya secara efisien tetapi juga berfungsi sebagai indikator utama dalam menentukan pergerakan harga saham di pasar modal. Menurut Susanto (2024), sebuah perusahaan dinilai memiliki nilai tinggi apabila kinerjanya optimal dan mampu menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan. Begitupun sebaliknya, jika nilai perusahaan rendah dapat mengidentifikasi adanya kesulitan dalam operasional atau strategi bisnis yang kurang efektif. Oleh karena itu, perusahaan harus tetap berupaya meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai di mata investor serta pemangku kepentingan lainnya.

Perusahaan dengan nilai yang tinggi menjadi harapan bagi para investor, karena nilai tersebut mencerminkan tingkat kesejahteraan yang dapat dinikmati oleh para pemegang saham. Menurut Suryati *et al.* (2022), peningkatan harga tertinggi yang melampaui nilai buku bersih menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola aspek fundamental keuangan perusahaan serta menjamin hilangnya operasionalnya dengan memperhatikan faktor lingkungan dan sosial. Perusahaan yang mampu menjaga dan meningkatkan nilai perusahaannya akan lebih menarik bagi investor, karena dianggap memiliki prospek jangka panjang yang stabil dan menguntungkan. Investor cenderung melihat perusahaan bernilai tinggi sebagai entitas yang mampu memberikan keseimbangan hasil investasi yang optimal sekaligus mengurangi risiko dipasar modal. Dengan demikian, semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari investasinya.

Terdapat beberapa konsep dalam pembagian nilai perusahaan menurut Febriyanti (2021) sebagai berikut :

1. Nilai nominal merupakan nilai yang secara resmi tercantum dalam anggaran dasar perusahaan dan digunakan sebagai acuan dalam akuntansi di neraca serta pada surat saham kolektif.

2. Nilai pasar merupakan harga saham yang terbentuk melalui mekanisme penawaran dan permintaan di pasar modal, yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek perusahaan.
3. Nilai intrinsik menggambarkan potensi fundamental suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan, yang didasarkan pada analisis keuangan, prospek bisnis, serta faktor internal dan eksternal lainnya.
4. Nilai buku suatu perusahaan diperoleh dengan mengurangi total kewajiban dari total aset kemudian membagi hasilnya dengan jumlah saham yang beredar, sehingga mencerminkan nilai ekuitas perusahaan secara akuntansi.
5. Nilai likuidasi adalah estimasi nilai bersih yang dapat diperoleh dari penjualan seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban, yang dihitung serupa dengan nilai buku berdasarkan neraca saat likuidasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, nilai perusahaan yang diukur melalui indikator nilai pasar saham sangat bergantung pada peluang investasi yang tersedia. Peluang investasi yang menjanjikan mencerminkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan, yang pada akhirnya memberikan sinyal positif kepada investor. Sinyal ini akan meningkatkan minat pasar, mendorong kenaikan harga saham dan pada akhirnya memperkuat harga saham.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut Octavianingrum *et al.* (2024):

1. Profitabilitas

Profitabilitas menjadi faktor menarik bagi investor karena menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola operasionalnya. Profitabilitas yang tinggi membuat perusahaan lebih menarik bagi investor, karena mampu meningkatkan permintaan terhadap sahamnya dan berkontribusi pada kenaikan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham yang lebih tinggi.

2. Kebijakan Dividen

Kebijakan pembagian dividen suatu perusahaan menjadi cerminan dari kemampuannya dalam mengelola laba untuk memberikan keuntungan bagi para pemegang saham. Investor sering kali memandang kebijakan dividen sebagai indikator kesehatan finansial perusahaan, karena dividen yang stabil mencerminkan peningkatan profitabilitas serta prospek pertumbuhan yang baik. Keputusan perusahaan dalam menetapkan kebijakan dividen dapat mempengaruhi persepsi pasar dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

3. Kebijakan Utang

Kebijakan utang merupakan aspek penting bagi perusahaan karena berhubungan langsung dengan pendanaan strategis yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Penggunaan utang yang optimal dapat membantu perusahaan memperluas usaha dan meningkatkan profitabilitas, namun jika tidak dikelola dengan baik, dapat meningkatkan risiko finansial. Oleh karena itu, keseimbangan antara utang dan ekuitas sangat penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan.

2.2.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio *Tobin's Q*, yaitu sebagai berikut :

1. *Tobin's Q*

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan analisis *Tobin's Q*. *Tobin's Q* digunakan untuk mengukur perbandingan antara nilai pasar perusahaan dan nilai buku total asetnya Alda (2024). Rasio ini tidak hanya mencerminkan aspek fundamental perusahaan, tetapi juga sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap perusahaan berdasarkan beberapa faktor yang diamati oleh pihak eksternal, termasuk investor. Adapun rumus *Tobin's Q* sebagai berikut :

$$\text{Tobin's } Q = \frac{(\text{MVE} + \text{DEBT})}{\text{TA}}$$

Keterangan :

Q : Nilai perusahaan

MVE : Nilai pasar ekuitas (harga saham penutupan x jumlah saham yang beredar pada akhir tahun)

DEBT : Total hutang perusahaan

TA : Total aset perusahaan

2. *Price Book Value* (PBV)

Salah satu indikator penting dalam menilai kondisi keuangan perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV). PBV mencerminkan bagaimana pasar menilai suatu perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya. Pada perusahaan yang memiliki manajemen yang baik dan prospek yang menjanjikan, PBV umumnya berada di atas angka 1, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV, semakin besar nilai yang diberikan investor terhadap perusahaan, karena rasio ini mencerminkan tingkat kepercayaan dan optimisme pasar terhadap prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan Octavianingrum et al. (2024). Jika nilai dari PBV lebih besar dari, maka rasio ini dianggap menguntungkan. Adapun rumus *Price Book Value* sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{harga saham lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

3. *Price Earning Ratio* (PER)

PER merupakan salah satu indikator keuangan yang digunakan untuk menilai suatu perusahaan dengan membandingkan harga saham perusahaan dengan laba per lembar saham. PER mencerminkan proyeksi terhadap pertumbuhan laba di masa depan. Semakin tinggi nilai PER, semakin besar keyakinan investor bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang kuat dan prospek keuntungan yang menjanjikan di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa

investor bersedia membayar lebih untuk setiap unit laba yang dihasilkan oleh perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Adapun rumus PER sebagai berikut :

$$\text{PER} = \frac{\text{harga pasar saham}}{\text{laba per lembar saham}}$$

Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Tobins' Q*, yang dikembangkan oleh James Tobin. Rasio ini dianggap sebagai indikator yang komprehensif dalam menilai nilai perusahaan karena membandingkan nilai pasar aset perusahaan dengan biaya pengantiannya.

2.3 *Integrated Reporting*

2.3.1 *Definisi Integrated Reporting*

Dalam pedoman IIRC (2021), menyatakan bahwa *Integrated reporting* merupakan suatu proses yang mengubah cara berfikir organisasi tentang model bisnis mereka dan cara menciptakan nilai secara berkelanjutan oleh sebuah organisasi tentang penetapan nilai dari waktu ke waktu serta komunikasi tentang aspek-aspek yang berkontribusi dalam menciptakan nilai. Dengan *integrated reporting*, laporan keuangan tidak hanya fokus pada informasi keuangan tetapi juga menyertakan informasi non-keuangan sebagai pelengkap yang tentunya memberikan manfaat dan nilai tambah bagi perusahaan.

Tujuan dari *integrated reporting* berdasarkan IIRC (2021) adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh lingkungan eksternal terhadap perusahaan
2. Hubungan dan sumber daya yang digunakan dan dipengaruhi oleh perusahaan
3. Bagaimana perusahaan berinteraksi dengan modal dan lingkungan eksternal untuk menciptakan nilai.

Integrated reporting dibangun dengan konsep *capital stewardship* yang didefinisikan sebagai pendekatan strategi dalam mengelola berbagai bentuk capital guna menciptakan nilai bagi perusahaan dalam jangka panjang Indriani (2021). IIRC mengelompokkan *capital* sebagai berikut :

1. Modal finansial (*Financial Capital*), merupakan kumpulan dana yang tersedia untuk digunakan organisasi dalam memproduksi barang dan jasa dan diperoleh melalui pembiayaan, seperti hutang, ekuitas, atau hibah, atau dihasilkan melalui operasi atau investasi.
2. Modal produksi (*Manufactured Capital*), merupakan benda fisik yang digunakan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa.
3. Modal intelektual (*Intellectual Capital*), merupakan aset tak berwujud yang berbasis organisasi dan pengetahuan.
4. *Human Capital*, adalah kompetensi, kapasitas, dan pengalaman yang memotivasi karyawan untuk berinovasi.
5. *Social and Relationship Capital*, merupakan hubungan kelompok yang dibangun baik di dalam maupun diluar organisasi untuk meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat.
6. *Natural Capital*, merupakan sumber daya yang menyediakan barang dan jasa guna meningkatkan kemakmuran perusahaan.

2.3.2 Prinsip-prinsip *Integrated Reporting*

Berdasarkan IIRC (2021), terdapat prinsip-prinsip panduan dalam pengungkapan informasi perusahaan melalui *integrated reporting*. Adapun prinsip-prinsipnya sebagai berikut :

1. Fokus strategis dan orientasi masa depan, sebuah laporan terintegrasi harus memberikan pemahaman mendalam tentang strategi organisasi, yang berkaitan dengan penggunaan modal yang menciptakan nilai dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.
2. Konektivitas informasi, sebuah laporan terintegrasi harus memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan, kombinasi dan ketergantungan

antara elemen yang mempengaruhi kemampuan organik untuk menciptakan nilai secara bertahap.

3. Hubungan pemangku kepentingan, sebuah laporan terintegrasi harus memberikan pemahaman sifat dan kualitas hubungan organisasi dengan pemangku kepentingan, termasuk pemahaman, mempertimbangkan dan merespon kebutuhan dan kepentingan.
4. Materialitas, sebuah laporan yang terintegritas harus mengungkapkan informasi tentang hal-hal yang berdampak pada kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai jangka pendek, menengah dan panjang.
5. Ringkas, sebuah laporan yang terintegritas harus ringkas namun mencakup strategi, tata kelola, kinerja, dan prospek tanpa informasi yang kurang relevan.
6. *Reability and Completeness*, sebuah laporan yang terintegritas harus mencakup semua hal yang material, baik positif maupun negatif secara seimbang tanpa kesalahan material.
7. Keandalan dan kelengkapan, sebuah laporan yang terintegritas harus mencakup informasi yang konsisten dari waktu ke waktu dan mencakup seluruh hal yang material secara seimbang.

2.3.3 Elemen *Integrated Reporting*

Dalam pengungkapan laporan terintegrasi, IIRC (2021) menjelaskan terdapat 8 elemen yang terdiri dari 31 indikator yang dapat dijadikan acuan dalam tolak ukur. 8 elemen *integrated reporting* sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Elemen *Integrated Reporting*

No	Elemen	Indikator
1	Tinjauan organisasi dan Lingkungan Eksternal	1. Aktivitas utama yang dilakukan oleh perusahaan. 2. Visi dan misi organisasi. 3. Sturuktur kepemilikan dan operasi 4. Budaya, etika, dan prinsip perusahaan. 5. Faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan.

2	Tata kelola	1. Struktur kepemimpinan organisasi (seperti dewan direksi) 2. Keterampilan dan keragaman anggota dewan (seperti pendidikan dan pengalaman). 3. Tindakan manajemen dalam mengambil keputusan strategis. 4. Mekanisme untuk menangani masalah mengenai etika dan integritas.
3	Model bisnis	1. Deskripsi model bisnis. 2. Diagram elemen utama model bisnis. 3. Identifikasi pemangku kepentingan yang terlibat dalam model bisnis.
4	Risiko dan peluang	1. Identifikasi risiko dan peluang yang dihadapi perusahaan. 2. Hubungan antara risiko dan peluang dalam periode jangka pendek, menengah, dan panjang
5	Strategi dan alokasi sumber daya	1. Tujuan perusahaan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. 2. Strategi untuk mencapai tujuan tersebut. 3. Alokasi sumber daya untuk melaksanakan strategi. 4. Dampak strategi mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai.
6	Kinerja	1. Informasi kualitatif tentang bagaimana tujuan strategis dapat dicapai. 2. Informasi kuantitatif mengenai hasil keuangan. 3. Informasi tentang pencapaian yang tidak berkaitan dengan uang seperti sosial dan lingkungan. 4. Respons terhadap umpan balik pemangku kepentingan. 5. Hubungan antara kinerja saat ini dan sebelumnya. 6. Bagaimana regulasi mempengaruhi kinerja perusahaan. 7. Inovasi dan perbaikan yang terus terjadi.
7	Perspektif	1. Harapan perusahaan tentang perubahan lingkungan eksternal. 2. Akibat dari perubahan tersebut pada perusahaan.

		3. Kesiapsiagaan perusahaan untuk mengatasi masalah dan ketidakpastian di masa depan.
8	Dasar penyusunan dan penyajian	1. Metode yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja laporan. 2. Kesesuaian dengan standar pelaporan yang digunakan. 3. Informasi yang membantu membandingkan periode sebelumnya.

2.4 Sustainable Development Goals

2.4.1 Definisi *Sustainable Development Goals*

Sustainable development goals dikenal dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yaitu serangkaian kegiatan yang dibuat oleh perserikatan bangsa-bangsa (PBB) sebagai panduan bagi seluruh negara untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. *Sustainable development goals* disepakati oleh 194 negara dan disahkan melalui sidang umum PBB pada september 2015 di New York, Amerika Serikat. *Sustainable Development Goals* merupakan proses transformasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia, mencakup pengembangan sumber daya, orientasi investasi, pengembangan teknologi dan perubahan kelembagaan baik saat ini maupun di masa depan. Penerapan *Sustainable development goals* di perusahaan-perusahaan dilakukan untuk menginformasikan kepada pemangku kepentingan tentang aktivitas bisnis yang mendukung pembangunan berkelanjutan. Dengan menerapkan SDGs perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap isu-isu lingkungan dan sosial yang ada saat ini.

Tujuan dari *Sustainable Development Goals* yaitu mencerminkan global untuk mencapai pembangunan berkelanjutan yang menyeluruh dan merata di seluruh dunia. Tujuan dari SGD's adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 2 17 Tujuan *Sustainable Development Goals*

	Tujuan 1: Tanpa kemiskinan. Mengakhiri segala bentuk kemiskinan di mana pun.
	Tujuan 2: Tanpa Kelaparan Mengilangkan Kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan gizi yang baik, serta meningkatkan pertanian berkelanjutan
	Tujuan 3: Kehidupan Sehat Dan Sejahtera Menjamin kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan seluruh penduduk semua usia.
	Tujuan 4: Pendidikan Berkualitas Menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan merata serta meningkatkan kesempatan belajar sepanjang hayat untuk semua.
	Tujuan 5: Kestaraan Gender Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan kaum perempuan.
	Tujuan 6: Air Bersih Dan Sanitasi Layak Menjamin ketersediaan serta pengelolaan air bersih dan sanitasi yang berkelanjutan untuk semua.
	Tujuan 7: Energi Bersih Dan Terjangkau Menjamin akses energi yang terjangkau, andal, berkelanjutan, dan modern untuk semua.
	Tujuan 8: Pekerjaan Layak Dan Pertumbuhan Ekonomi Meningkatkan pertumbuhan ekomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk semua.
	Tujuan 9: Industri, Inovasi Dan Infrastruktur Membangun infrastruktur yang tangguh meningkatkan industri inklusi dan berkelanjutan, serta mendorong inovasi.

	Tujuan 10: Berkurangnya Kesenjangan Mengurangi kesenjangan intra dan antarnegara.
	Tujuan 11: Kota Dan Permukiman Yang Berkelanjutan Menjadikan kota dan permukiman inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.
	Tujuan 12: Konsumsi dan Produksi yang bertanggung jawab Menjamin pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan.
	Tujuan 13: Penanganan Perubahan iklim Mengambil tindakan cepat untuk mengatasi perubahan iklim dan dampaknya.
	Tujuan 14: Ekosistem Lautan Melestarikan dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya kelautan dan samudera untuk pembangunan berkelanjutan.
	Tujuan 15: Ekosistem Daratan Melindungi, merestorasi, dan meningkatkan pemanfaatan berkelanjutan ekosistem daratan, mengelola hutan secara lestari, menghentikan penggurunan, memulihkan degradasi lahan, serta menghentikan kehilangan keanekaragaman hayati.
	Tujuan 16: Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh Menguatkan masyarakat yang inklusif dan damai untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses keadilan untuk semua, dan membangun kelembagaan yang efektif, akuntabel, dan inklusif di semua tingkatan.
	Tujuan 17: Kemitraan untuk Mencapai Tujuan Menguatkan sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan.

Sumber : Lampiran Peraturan Presiden No 59 Tahun 2017.

2.4.2 Elemen *Sustainable Development Goals*

Program SDGs memiliki 4 elemen pengungkapan yang terdiri dari 17 indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur Pratiwi *et al.* (2023). 4 elemen tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 3 Elemen *Sustainable Development Goals*

Elemen	Indikator
Pilar pembangunan sosial	1. Tanpa Kemiskinan 2. Tanpa Kelaparan 3. Kehidupan Sehat Dan Sejahtera 4. Pendidikan Berkualitas 5. Kesetaraan Gender
Pilar pembangunan ekonomi	1. Energi Bersih Dan Terjangkau 2. Pekerjaan Layak Dan Pertumbuhan Ekonomi 3. Industri, Inovasi Dan Infrastruktur 4. Berkurangnya Kesenjangan 5. Kemitraan untuk Mencapai Tujuan
Pilar pembangunan lingkungan	1. Air Bersih Dan Sanitasi Layak 2. Kota Dan Permukiman Yang Berkelanjutan 3. Konsumsi dan Produksi yang bertanggung jawab 4. Penanganan Perubahan iklim 5. Ekosistem Lautan 6. Ekosistem Daratan
Pilar pembangunan hukum dan tata kelola	1. Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh

2.5 *Green Innovation*

2.5.1 Definisi *Green Innovation*

Green Innovation adalah pendekatan strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam seluruh aktivitas operasionalnya, mulai dari proses produksi hingga distribusi produk. Pendekatan ini mencakup pengembangan metode inovatif yang lebih ramah lingkungan, seperti optimalisasi penggunaan sumber daya, pengurangan bahan berbahaya, serta penerapan langkah-langkah pencegahan terhadap polusi dan dampak negatif lingkungan. Dengan menerapkan *green innovation*.

Perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan kontribusi terhadap ekosistem dan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang Fanda *et al.* (2024).

Green Innovation lebih dari sekedar bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, *Green Innovation* juga berfungsi sebagai strategi bisnis yang dapat memperkuat daya saing perusahaan di pasar global. Menurut Hidayanita (2023), *Green Innovation* memungkinkan perusahaan untuk terus berinovasi dan memproduksi tanpa mengorbankan kelestarian lingkungan. Selain itu, inovasi berbasis lingkungan ini telah berkembang menjadi salah satu instrumen utama dalam menciptakan pertumbuhan industri yang berkelanjutan. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan, perusahaan yang menerapkan Green Innovation memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan, meningkatkan nilai merek, serta memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

2.5.2 Jenis *Green Innovation*

Octavianingrum *et al.* (2024) mengemukakan bahwa terdapat 2 jenis *Green Innovation* yang digunakan yaitu sebagai berikut :

1. *Green Process Innovation*

Green Process Innovation merupakan inovasi ramah lingkungan dalam proses produksi yang berfokus pada pengurangan emisi polusi, pencemaran limbah, serta dampak negatif terhadap lingkungan. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah menerapkan sistem produksi yang lebih ramah lingkungan dengan cara meminimalkan beban serta mengoptimalkan efisiensi sumber daya. Amalia (2020) mengemukakan bahwa implementasi *Green Process Innovation* dapat didukung melalui penggunaan peralatan baru atau modifikasi pada peralatan yang sudah ada guna meningkatkan kinerja produksi yang berkelanjutan. Dengan mengadopsi *Green Process Innovation*, perusahaan tidak hanya mampu mengurangi dampak lingkungan tetapi juga memperoleh keunggulan kompetitif di pasar. Inovasi ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya produksi, serta

menciptakan produk yang lebih diminati oleh konsumen yang peduli terhadap keingintahuan. Selain itu, keberhasilan dalam menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan serta menarik minat investor yang semakin mempertimbangkan faktor keinginan dalam keputusan investasi mereka.

2. *Green Product Innovation*

Green Product Innovation merupakan inovasi produk perusahaan yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan produksi dengan tetap menjaga lingkungan seperti melakukan daur ulang produk, pengurangan serta pemilihan bahan baku, proses produksi, penggunaan, pengurangan konsumsi energi dan pencegahan polusi yang mampu mengurangi dampak lingkungan. Amalia (2020) mengemukakan bahwa *Green product innovation* bertujuan untuk menciptakan, memodifikasi desain dan mengembangkan produk agar lebih ramah lingkungan dengan menggunakan bahan-bahan yang dapat terurai selama proses produksi sehingga mengurangi pencemaran lingkungan dan meningkatkan efisiensi energi. Manfaat dari *green product innovation* adalah mampu menghemat penggunaan sumber daya alam dan energi, mengurangi bahan beracun pada saat melakukan produksi, meminimalkan polusi dan limbah, serta meminimalkan dampak yang dapat merugikan lingkungan selama melakukan produksi barang. Perusahaan yang melakukan inovasi produk ramah lingkungan dapat mengembangkan peluang pasar baru dan mencapai keberhasilan produk ramah lingkungan baru bagi perusahaan.

2.5.3 Elemen *Green Innovation*

Green innovation memiliki 4 indikator pengungkapan dalam pengukuran *green innovation* Fanda *et al.* (2024). 4 indikator tersebut sebagai berikut :

1. Penerapan teknologi baru dalam kegiatan produksi untuk mengurangi energi, air dan limbah.
2. Penggunaan bahan ramah lingkungan yang tidak menimbulkan polusi atau berbahaya.

3. Penggunaan kemasan produk yang ramah lingkungan.
4. Bahan-bahan yang dapat didaur ulang atau direkondisi.

2.6 Penelitian terdahulu

Penelitian sebelumnya berfungsi untuk memperluas dan memperdalam berbagai teori yang akan digunakan dalam kajian penelitian ini. Penelitian ini tidak terlepas dari studi-studi sebelumnya yang telah dilakukan dan dijadikan sebagai pedoman dalam pelaksanaannya.

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu

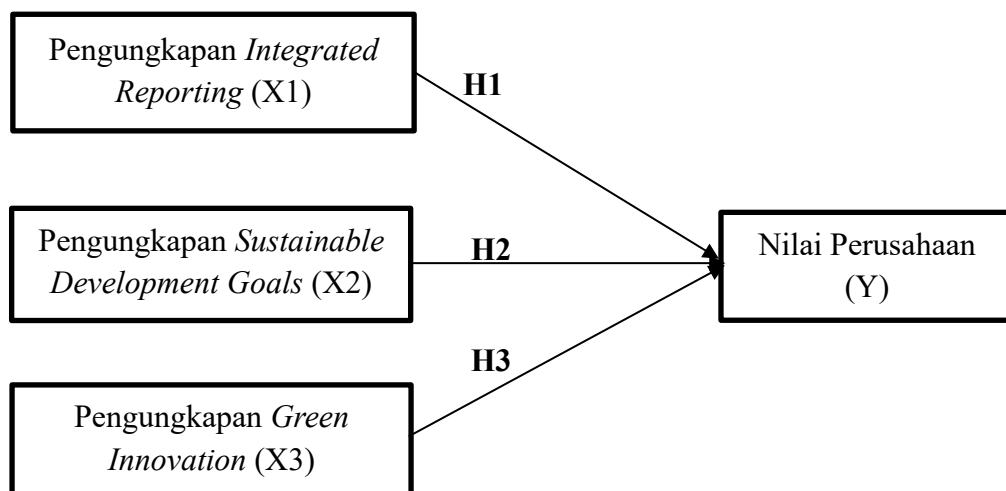
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Octavianingrum <i>et al.</i> (2024)	Pengaruh Pengungkapan <i>Integrated Reporting</i> dan <i>Green Innovation</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Y : Nilai Perusahaan X : <i>Integrated Reporting</i> dan <i>Green Innovation</i>	Pengungkapan <i>integrated reporting</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, <i>green innovation</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan pengungkapan <i>integrated reporting</i> dan <i>green innovation</i> berpengaruh pada nilai perusahaan secara bersamaan.
2.	Selema and Bayangkara (2024)	Pengaruh Pengungkapan Elemen <i>Integrated Reporting</i> dalam Laporan Tahunan terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI	Y : Nilai Perusahaan X : Elemen <i>Integrated Reporting</i>	Penerapan elemen-elemen laporan teintegrasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3.	Suryati <i>et al.</i> (2022)	Pengaruh <i>Green Competitive Advantage</i> dan Pelaporan Terintegrasi Terhadap Nilai perusahaan.	Y : Nilai Perusahaan X : <i>Green Competitive Advantage</i> dan Pelaporan Terintegrasi	<i>Green Competitive Advantage</i> berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pelaporan terintegrasi mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
4.	Fanda <i>et al.</i> (2024)	Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, <i>Eco-Efficiency</i> , dan <i>Green Innovation</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	Y : Nilai Perusahaan X : Emisi Karbon, <i>Eco-Efficiency</i> , dan <i>Green Innovation</i>	<i>Eco-efficiency</i> dan <i>Green innovation</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5.	Tonay <i>et al.</i> (2022)	Pengaruh <i>Green Innovation</i> dan <i>Green Intellectual Capital</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi	Y : Nilai Perusahaan X : <i>Green Innovation</i> dan <i>Green Intellectual Capital</i> Z : Ukuran Perusahaan	<i>Green Intellectual capital</i> secara simultan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. <i>Green innovation</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan memperlemah pengaruh <i>Green Intellectual Capital</i> pada nilai perusahaan.
6.	Damas <i>et al.</i> (2021)	Pengaruh <i>Eco-efficiency</i> , <i>Green Innovation</i> , dan <i>Carbon</i>	Y : Nilai Perusahaan X : <i>Eco-Efficiency</i> ,	<i>Eco-efficiency</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. <i>Green Innovation</i>

		<i>Emission Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Moderasi	<i>Green Innovation, dan Carbon Emission Disclosure</i>	berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. <i>Carbon Emission Disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja Lingkungan memperkuat pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja Lingkungan tidak memoderasi pengaruh <i>Green Innovation</i> terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja Lingkungan tidak memoderasi pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan.
7.	Dianty (2023)	Pengaruh Kualitas Pengungkapan <i>Sustainable Development Goals</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Skala Industri sebagai Variabel Moderating.	Y : Nilai Perusahaan X : <i>Sustainable Development Goals</i> Z : Skala Industri	<i>Sustainable Development Goals</i> Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.
8.	Sanyoto and Mulyani (2024)	Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Non-Finansial Tahun 2021-2023).	Y : Nilai Perusahaan X : Pengungkapan Lingkungan (tujuan Pembangunan Berkelanjutan)	Tujuan Pembangunan Berkelanjutan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.7 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menguji ada tidaknya hubungan antara variabel dependden yaitu nilai perusahaan, variabel independen yaitu *Integrated Reporting* dan *Green Innovation*. Adapun hasil uraian tersebut maka peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.8 Bangunan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh Pengungkapan *Integrated Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Integrated reporting merupakan cara yang ringkas dan terpadu untuk mengkomunikasikan mengenai strategi, tata kelola, kompensasi, kinerja, dan prospek ke depannya yang dapat mendorong penciptaan nilai pada jangka pendek, menengah maupun jangka panjang Wahyuni *et al.* (2021). *Integrated reporting* berfungsi sebagai alat bagi manajemen untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan perusahaan dengan memberikan informasi nonkeuangan yang membantu investor dalam menilai dan memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai perusahaan.

Integrated reporting (IR) mendorong pelaporan yang lebih terkoordinasi serta pendekatan yang lebih efisien dalam pelaporan dan tujuan perusahaan untuk

meningkatkan kualitas informasi yang diakses oleh penyedia modal keuangan, sehingga memungkinkan alokasi modal yang lebih efisien dan produktif sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan IIRC (2021). Ketika nilai perusahaan meningkat, maka pandangan investor terhadap perusahaan pun menjadi lebih baik.

Dengan terungkapnya laporan terintegrasi ini, diharapkan kepercayaan mitra dapat meningkat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Octavianingrum *et al.* (2024) mengungkapkan bahwa *Integrated reporting* terbukti memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan dari uraian di atas maka peneliti mengembangkan hipotesis yaitu sebagai berikut :

H1 : Pengungkapan *Integrated reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.8.2 Pengaruh *Sustainable Development Goals* Terhadap Nilai Perusahaan

Sustainable Development Goals merupakan proses perubahan yang meningkatkan pemenuhan kebutuhan manusia, mulai dari pengembangan sumber daya, arah investasi, arah pengembangan teknologi hingga perubahan kelembagaan pada masa kini hingga masa mendatang. Penerapan SDGs dalam perusahaan dapat memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan, karena tujuan-tujuan tersebut menawarkan manfaat bagi masyarakat. kontribusi perusahaan terhadap SGD tidak hanya berfokus pada kegiatan tanggung jawab sosial, tetapi juga diharapkan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkan indikator ekonomi dalam *sustainable development goals* dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dianty (2023) dan Sanyoto and Mulyani (2024) mengungkapkan bahwa *sustainable development goals* berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Dan dari uraian di atas maka peneliti mengembangkan hipotesis adalah sebagai berikut :

H2 : *Sustainable development goals* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.8.3 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan

Green Innovation bukan hanya merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin peka terhadap isu-isu lingkungan Tonay et al. (2022). *Green innovation* merujuk pada pengembangan produk atau proses yang efisien dalam penggunaan energi, mengurangi pencemaran, mendaur ulang limbah, merancang produk yang ramah lingkungan, serta pengelolaan lingkungan perusahaan di bidang manajemen lingkungan.

Green innovation menjadi strategi bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan, terutama ketika diterapkan secara konsisten dalam proses bisnis. Perusahaan yang fokus pada pengembangan *green innovation* mampu bersaing lebih baik karena memenuhi ketentuan lingkungan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Melalui pendekatan ini, perusahaan juga dapat meminimalkan kemungkinan biaya di masa depan yang diakibatkan oleh kegagalan dalam memenuhi standar lingkungan yang diperlukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Octavianingrum et al. (2024) menyatakan bahwa *Green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Green Innovation* berharap dapat meningkatkan efisiensi, efisiensi biaya, membuka peluang pasar baru yang luar biasa dan dapat mengurangi dampak buruk terhadap iklim. Dan dari uraian di atas maka peneliti mengembangkan hipotesis adalah sebagai berikut

H3 : *Green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.