

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Kajian Teori*

2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Para pelaku bisnis bertanggung jawab atas masyarakat dan kelompok konstituen. Selain pemegang saham, kewajiban organisasi telah diperluas ke kelompok lain seperti pembeli, karyawan, pemasok, dan komunitas terdekat (Sari dan Gantino, 2022). Manajer harus menjelaskan kinerja lingkungan melalui pengungkapan informasi lingkungan untuk stakeholder sebagai akses untuk menuju keberlanjutan (Damas et al., 2021).

Peran pemangku kepentingan menjadi penting ketika perusahaan akan melakukan *Green Innovation* untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Ramadhany et al., 2021). Teori *stakeholder* dapat diterapkan dengan cara menerapkan strategi hijau di suatu perusahaan untuk menggambarkan citra kinerja lingkungan suatu perusahaan dengan baik guna menumbuhkan nilai perusahaan dengan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik serta peran regulator sebagai penentu tingkat batasan biaya lingkungan yang dihasilkan dan ketaatan terhadap regulasi lingkungan (Agustia et al., 2019). Hubungan teori *stakeholder* dengan biaya lingkungan adalah dengan bertambah besar biaya yang dibayarkan oleh perusahaan sehingga hal ini dianggap menjadi sinyal yang positif yang akan didapatkan oleh para pemangku kepentingan dan calon investor sebab hal ini membuktikan jika perusahaan sudah ataupun tengah melakukan tanggung jawab atau bentuk kepeduliannya terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Anggraeni, 2020).

2.1.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Signalling theory memprediksi bahwa perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi daripada yang diminta oleh investor. Perusahaan yang memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada investor dapat menurunkan asimetri informasi, karena kualitas informasi yang dimiliki oleh manajer dan perusahaan sama (Brigham dan Houston, 2019).

Menurut Jogiyanto (2019), *signalling theory* menekankan kepada pentingnya informasi

yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. *Green Innovation* juga dapat meningkatkan penilaian transparansi dan akuntabilitas perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat dan perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi pasar sesuai dengan teori sinyal (Apriandi dan Lastanti, 2023).

Hubungan antara teori sinyal dengan profitabilitas adalah laba atau keuntungan yang tinggi merupakan sinyal yang bagus sehingga dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, karena laba yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan berinvestasi (Levina dan Dermawan, 2019). Keuntungan yang di dapat juga mampu meningkatkan performa dari nilai perusahaan tersebut untuk dilirik oleh investor lain. Hubungan Informasi besar kecilnya biaya lingkungan dalam laporan keuangan dapat menjadi berita positif bagi *stakeholder* terkait sejauh mana perusahaan peduli terhadap lingkungan (Wulaningrum and Kusrihandayani, 2020). Informasi biaya lingkungan ini merupakan informasi tambahan yang dapat digunakan oleh *stakeholder* terutama investor untuk mengambil keputusan investasi (Hapsoro and Adyaksana 2020).

2.1.3 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Pengungkapan informasi dianggap sebagai pendekatan yang efektif untuk mengkomunikasikan kegiatan dan manajemen perusahaan mengenai perspektif untuk isu-isu lingkungan, sosial dan perusahaan lainnya, salah satunya dengan mengungkapkan informasi mengenai bagaimana perusahaan mengelola, menggambarkan, dan mengukur emisi gas rumah kaca yang dihasilkan, dengan harapan bahwa perusahaan berupaya memperoleh legitimasi operasi (Zhang et al., 2020). Menurut sudut pandang teori legitimasi, ketika suatu perusahaan dapat bertanggung jawab terhadap keadaan lingkungan dan sosial, maka akan muncul respon positif dari masyarakat. Dengan citra positif dari masyarakat, keberlangsungan perusahaan akan lebih terjamin (*going concern*), bahkan memiliki peluang untuk meningkatkan labanya, ketika laba naik maka nilai perusahaan akan meningkat.

Teori Stakeholder (*Stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah,

masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Teori legitimasi menekankan pada industri yang memiliki potensi besar penghasil emisi gas rumah kaca untuk melegitimasi kegiatan masyarakat, Menurut sudut pandang teori legitimasi, ketika suatu perusahaan dapat bertanggung jawab terhadap keadaan lingkungan dan sosial, maka akan muncul respon positif dari masyarakat. Dengan citra positif dari masyarakat, keberlangsungan perusahaan akan lebih terjamin (*going concern*), bahkan memiliki peluang untuk meningkatkan labanya, ketika laba naik maka nilai perusahaan akan meningkat.

Oleh sebab itu perusahaan penghasil emisi karbon dan padat energi ditekankan untuk mengungkapkan informasi yang menggambarkan upaya penanganan dan penerapan kinerja lingkungan yang baik sebagai bentuk bukti aktivitas suatu perusahaan berjalan sesuai normanya (Apriandi dan Lastanti, 2023). Hubungan teori legitimasi dengan *green innovation* adalah suatu organisasi bisa selalu mempertahankan kedudukannya (*sustainable*) jika organisasi bisa menyeimbangkan antara proses bisnis dengan aturan norma yang ada (Rasyid dan Yuliandhari, 2018). Cara perusahaan dalam mencapai hal itu dengan membuat inovasi hijau dengan menciptakan metode atau cara baru yang paling efisien dan efektif dalam mengurangi dampak lingkungan yang disebabkan oleh proses bisnis (Damas et al., 2021).

2.1.4 Pengertian Biaya Lingkungan

Biaya lingkungan adalah biaya-biaya yang terjadi karena kualitas lingkungan yang buruk atau kualitas lingkungan yang buruk yang mungkin terjadi. Secara garis besar pengertian biaya lingkungan diklasifikasikan menjadi dua, yaitu: Biaya lingkungan implisit (*remedial cost*) dan Biaya lingkungan eksplisit (*externalities*) (Danyswara dan Hartono, 2020).

Biaya lingkungan mencakup dari keseluruhan biaya-biaya paling nyata (seperti limbah buangan), untuk mengukur ketidakpastian, biaya lingkungan pada dasarnya berhubungan dengan produk, proses, sistem, atau fasilitas penting untuk pengambilan keputusan manajemen yang baik (Pangestu, et al., 2022). Untuk mendapatkan sebuah kinerja lingkungan yang positif, perusahaan melaksanakan sebuah pengorbanan yaitu berbentuk biaya lingkungan. Bentuk usaha ini memang membutuhkan biaya yang banyak karena pengalokasian biaya untuk mengurangi konsekuensi lingkungan biasanya dihasilkan tergantung dari kegiatan operasi perusahaan (Sigalingging, 2019). Pada jangka panjang biaya lingkungan yang dibayarkan suatu perusahaan dianggap sebagai suatu investasi walaupun manfaatnya tidak dirasakan secara langsung saat biaya tersebut dikeluarkan. Namun, dalam jangka panjang diharap akan memberi manfaat pada masa mendatang (Karina dan Setiadi, 2020).

2.1.4.1 Klasifikasi Biaya Lingkungan

Secara garis besar pengertian biaya lingkungan diklasifikasikan menjadi dua (Fahira dan Yusrawati, 2018), yaitu :

1. Biaya lingkungan implisit (*remedial cost*)

Biaya ini tidak terkait secara langsung dengan proses produksi suatu perusahaan, tetapi merupakan kewajiban perusahaan untuk melakukan perbaikan terhadap lingkungannya. Yang termasuk dalam biaya lingkungan implisit adalah : biaya pencemaran tanah, biaya pencemaran air tanah, biaya pencemaran permukaan air, dan biaya pencemaran gas udara.

2. Biaya lingkungan eksplisit (*externalities*) Yang tergolong pada biaya ini adalah biaya pengurangan polusi udara, limbah, kerusakan tanaman, biaya pengobatan, dan lain-lain yang sudah sewajarnya menjadi tanggung jawab perusahaan. Dengan ini, maka biaya lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori :

a. Biaya Pencegahan Lingkungan (*environmental prevention costs*), yaitu biaya–biaya untuk aktifitas yang dilakukan untuk mencegah diproduksi limbah atau sampah yang dapat merusak lingkungan.

b. Biaya Deteksi Lingkungan (*environmental detection cost*), adalah biaya–biaya untuk aktifitas yang dilakukan untuk menentukan bahwa produk, proses, dan aktifitas, lain di perusahaan telah memenuhi standar lingkungan yang berlaku atau tidak.

c. Biaya Kegagalan Internal Lingkungan (*environmental internal failure cost*), adalah biaya–biaya untuk aktifitas yang dilakukan karena diproduksi limbah dan sampah, tetapi tidak dibuang ke lingkungan luar.

d. Biaya Kegagalan Eksternal Lingkungan (*environmental external failure*), adalah biaya–biaya untuk aktifitas yang dilakukan setelah melepas limbah atau sampah ke dalam lingkungan. Biaya kegagalan eksternal lingkungan juga dapat dibagi menjadi dua yaitu : 1) biaya kegagalan eksternal yang dapat direalisasi adalah biaya yang dialami dan dibayar oleh perusahaan. 2) biaya kegagalan eksternal yang tidak direalisasikan atau biaya sosial disebabkan oleh perusahaan, tetapi dialami dan dibayar oleh pihak-pihak diluar perusahaan.

2.1.4.2 Tahapan Penilaian Biaya Lingkungan

Menurut Meiyana dan Aisyah (2019), penilaian siklus hidup didefinisikan oleh tiga tahapan normal yaitu :

1. Analisis persediaan

Analisis ini menyebutkan jenis dan jumlah input bahan baku dan energi yang dibutuhkan serta pelepasan ke lingkungan yang dihasilkan dalam bentuk residu padat, cair dan gas. Analisis ini mencakup seluruh siklus hidup produk.

2. Analisis Dampak

Menilai pengaruh lingkungan dari beberapa desain bersaing dan menyediakan peringkat relatif dari pengaruh-pengaruh tersebut.

3. Analisis Lingkungan

Penilaian dampak lingkungan dalam istilah operasional dan keuangan menetapkan tahap untuk langkah terakhir, yaitu mencari cara mengurangi dampak lingkungan dari alternatif-alternatif yang dipertimbangkan atau dianalisis. Langkah inilah yang berhubungan dengan sistem pengendalian organisasi. Perbaikan kinerja lingkungan dari produk dan proses yang ada merupakan tujuan keseluruhan dari sistem pengendalian lingkungan.

2.1.4.3 Pengertian *Green Innovation*

Inovasi dapat diartikan sebagai pemikiran tentang ide-ide baru yang inovatif dalam kegiatan yang menghasilkan barang baru, penerapan proses baru, atau pendirian perusahaan baru karena suatu perusahaan tidak akan eksis lama jika tidak berinovasi dalam operasionalnya (Zhang et al., 2020). Inovasi ramah lingkungan digambarkan sebagai teknologi atau peralatan baru yang digunakan dalam kegiatan bisnisnya untuk menghasilkan produk baru dengan konsumsi energi yang efisien dan mengurangi polusi atau menggunakan barang-barang limbah daur ulang untuk menghasilkan barang-barang yang ramah lingkungan (Husnaini dan Tjahjadi, 2021). *Green innovation* menjadi konsep populer dalam beberapa tahun terakhir karena merupakan solusi atas pemanasan global dan kerusakan lingkungan yang terus menerus menjadi ancaman serius terhadap populasi (Zheng et al., 2021).

Inovasi hijau atau dikenal dengan *green innnovation* adalah proses produksi, praktik, sistem ataupun teknik yang dimodifikasi dalam mengurangi dampak buruk kepada lingkungan yang akan dihasilkan oleh perusahaan (Agustia et al., 2019). Perusahaan yang mengimplementasikan *green innovation* akan dianggap bertanggungjawab terhadap

lingkungan dan dapat memanfaatkan sumber dayanya secara efisien, hal ini akan membuat meningkatnya kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Informasi teknologi hijau terbukti mempengaruhi harga saham (Xie et al., 2022). *Green innovation* yang dilakukan perusahaan akan mengeluarkan sumber daya keuangan yang cukup besar sehingga dapat menyebabkan penurunan elastisitas keuangan perusahaan, penurunan ini akan memaksa perusahaan meninggalkan beberapa kegiatan produksi dan investasi yang menguntungkan (Yao et al., 2019).

2.1.5 Pengertian Keputusan Investasi

Keputusan investasi modal (*capital investment decision*) merupakan investasi jangka panjang untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang, dimana berkaitan dengan proses perencanaan, penetapan tujuan, pengaturan pendanaan, serta penggunaan kriteria tertentu untuk memilih aset jangka Panjang. Sehingga dalam setiap masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang (Sutrisno, 2019).

Keputusan investasi merupakan keputusan yang paling penting di antara ketiga bidang keputusan keuangan yang lainnya (keputusan pendanaan dan kebijakan dividen). Hal ini, karena keputusan mengenai investasi akan berpengaruh langsung terhadap besarnya profitabilitas investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu-waktu berikutnya (Riyanto, 2020).

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi adalah sebuah sikap dalam penentuan penanaman modal perusahaan bisa digabungkan ke dalam investasi jangka pendek berupa investasi ke dalam kas, surat-surat berharga jangka pendek, piutang, dan persediaan ataupun investasi jangka panjang dalam bentuk tanah, gedung, kendaraan, mesin, peralatan, produksi, dan aset tetap lainnya. Dan investasi juga merupakan komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang ditentukan pada saat ini, dengan tujuan menggapai sejumlah keuntungan atau laba di masa yang akan datang (Tandelilin, 2019).

2.1.6 Pengertian Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan keuangan, maka para manajerial keuangan membutuhkan gagasan untuk menentukan tujuan yang harus dicapai (Sugeng, 2020). Nilai perusahaan merupakan rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan keadaan di pasar. Rasio ini dapat membagikan uraian kepada pihak manajemen industri terhadap keadaan pelaksanaan yang hendak dilaksanakan serta akibatnya pada waktu yang akan datang (Fahmi, 2019). Nilai perusahaan sebagai pandangan investor pada tingkat

keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Perusahaan memiliki tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan kekayaan (Tanaya dan Wiyanto, 2022). Sehingga mendapatkan pengertian nilai perusahaan sebagai berikut :

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat pencapaian perusahaan yang terkait dengan harga saham dan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Nilai perusahaan menggambarkan nilaisaat ini dari pendapatan yang diharapkan pada masa depan dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan (Hapsoro dan Adyaksana, 2020). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirangkum kesimpulan bahwa nilai perusahaan (*company value*) ialah suatu nilai yang bisa digunakan buat mengukur tingkatan kepentingan suatu industri dilihat dari sudut pandang sebagian pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai suatu industri dari harga sahamnya. Dalam penelitian ini menggunakan proksi *price book to value* sebagai cerminan dari nilai perusahaan.

Nilai buku (*book value*) per lembar saham menunjukkan aset bersih (*net asset*) yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham. Karena aset bersih adalah sama dengan total ekuitas pemegang saham, maka nilai buku per lembar saham adalah total ekuitas dibagi dengan jumlah saham yang beredar (Jogiyanto, 2019). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, dan Houston, 2019). *Price to book value* adalah salah satu indikator yang digunakan investor untuk melihat keadaan atau posisi finansial suatu perusahaan. *Price book to value* digunakan untuk menilai apakah suatu perusahaan memiliki masa depan cerah untuk berinvestasi (Darmadji dan Fakhruddin, 2019).

2.1.7 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas menjadi upaya penting yang harus dicapai entitas pada periode tersebut. Umumnya rasio ini bisa dijadikan bahan evaluasi mengenai kinerja suatu entitas. Sebab profitabilitas sebagai tolak ukur dalam menilai kinerja keuangan apakah baik atau buruk (Kasmir, 2019). Hal ini sangat diperhatikan karena untuk mengetahui seberapa jauh tingkat investasi yang akan dilakukan mempunyai potensi memberikan imbal balik yang sesuai keinginan investor (Indrarini, 2019). Perusahaan harus dalam keadaan menghasilkan profit untuk menarik perhatian para penanam modal. Sehingga mendapatkan pengertian profitabilitas sebagai berikut :

Rasio Profitabilitas adalah ratio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, hubungannya dengan penjualan, aset maupun laba dan

modal sendiri (Sujarweni, 2020). Berdasarkan pengertian profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar sebuah perusahaan mampu menghasilkan laba dengan menggunakan semua faktor perusahaan yang ada didalamnya untuk menghasilkan laba yang maksimal. Rasio profitabilitas ini yang biasanya dijadikan bahan pertimbangan investor dalam menanamkan sahamnya disuatu perusahaan. Menurut Sutrisno, (2019) *operating profit margin* (OPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional di sini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

2.2 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini telah dilakukan tahapan untuk mereview bersumber dari penelitian-penelitian terdahulu, baik dari jurnal nasional maupun jurnal internasional untuk dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini. Sehingga beberapa penelitian telah dilakukan yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh terhadap nilai perusahaan dan mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu, et al., (2023), membahas tentang pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi. Selanjutnya populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang masuk dalam subsektor pertambangan Tahun 2019-2021 yang secara rutin melaporkan posisi keuangannya kepada Bursa Efek Indonesia. Selanjutnya metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software SPSS*. Sehingga memberikan hasil penelitian seperti : biaya lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kinerja lingkungan tidak dapat memoderasi pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriandi, et al., (2022), membahas tentang pengaruh biaya lingkungan dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*. Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang

berdasarkan pada filsafat positif dengan menggunakan pengolahan data dengan menggunakan *smartpls* versi 3. Sehingga mendapatkan hasil penelitian seperti : biaya lingkungan dan *good corporate governance* (gcg) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memediasi pengaruh biaya lingkungan dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Damas et al., (2021), membahas tentang pengaruh *eco-efficiency*, *green innovation* dan *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan kinerja lingkungan sebagai moderasi. Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2019 dan model analisis data menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Sehingga memberikan hasil penelitian sebagai berikut ini : *eco-efficiency* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. *green innovation* dan *carbon emission disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. kinerja lingkungan memperkuat pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan. kinerja lingkungan tidak memoderasi pengaruh *green innovation* dan *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriandi dan Lastanti. (2023), membahas tentang pengaruh *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, *green innovation*, *financial performance* dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019-2021. Kemudian model analisis data menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *financial performance* dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Eco-efficiency* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Carbon emission* dan *green innovation* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, (2022), membahas tentang moderasi makro ekonomi dalam pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan sektor keuangan di bursa efek indonesia. Sampel Penelitian 11 perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis *structural equation modelling* (SEM) dengan bantuan aplikasi *smartpls* 3. Sehingga menghasilkan penelitian seperti : keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. makro ekonomi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. makro ekonomi tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dengan arah hubungan positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Saleh, (2020), membahas tentang menganalisis pengaruh kebijakan hutang, profitabilitas, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan

dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 16 perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan sampel sebanyak 6 perusahaan. Data dianalisis menggunakan *statistical package for the social sciences* (spss). Sehingga memberikan hasil penelitian sebagai berikut ini : kebijakan hutang berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, keputusan investasi berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak mampu memoderasi pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen tidak mampu memoderasi pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati dan Vitaningrum, (2021), membahas tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kemudian populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terlisting di BEI 2015-2019, data dianalisis menggunakan *statistical package for the social sciences* (spss). Sehingga mendapatkan hasil penelitian seperti : likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khotimah, et al., (2023), membahas tentang pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kemudian populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terlisting di BEI 2015-2019 terdapat 18 perusahaan, data dianalisis menggunakan *statistical package for the social sciences* (spss). Sehingga menghasilkan penelitian membahas tentang kebijakan hutang serta profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada variabel nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhang, et al., (2020), membahas tentang inovasi hijau dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan tingkat menengah dan tinggi, kemudian pengungkapan informasi lingkungan dan sosial dapat berdampak positif terhadap nilai perusahaan, selanjutnya efek interaksi antara inovasi hijau dan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan bersifat substitusi efeknya, yang secara bertahap akan melemah seiring dengan meningkatnya nilai perusahaan. Makalah ini mengusulkan hal yang relevan departemen harus mengarahkan dana hijau ke perusahaan-perusahaan yang mempunyai keterbatasan modal untuk mengatasi masalah ini dana yang dikucurkan untuk CSR dan inovasi ramah lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zheng, et al., (2021), membahas tentang hubungan kointegrasi dua arah antara kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dan inovasi ramah lingkungan perusahaan dengan panel yang terdiri dari 770 perusahaan terdaftar di Tiongkok selama tahun 2011-2020. Zheng, et al., (2021), menemukan bahwa terdapat hubungan dua

arah jangka panjang antara kinerja ESG dan keluaran inovasi ramah lingkungan perusahaan. Kinerja ESG memberikan hubungan sebab akibat jangka pendek dan jangka panjang dengan keluaran inovasi ramah lingkungan. Uji kointegrasi panel dan estimasi vecm juga mendukung bahwa kinerja esg bergerak seiring dengan keluaran inovasi ramah lingkungan untuk industri ramah lingkungan, sementara kinerja esg hanya menunjukkan hubungan jangka panjang dengan keluaran paten penemuan ramah lingkungan untuk industri polusi. Temuan Zheng, et al., (2021), memberikan nilai penting bagi pembuat kebijakan dan perusahaan untuk mengusulkan strategi efektif guna merangsang inovasi ramah lingkungan dan meningkatkan skor esg.

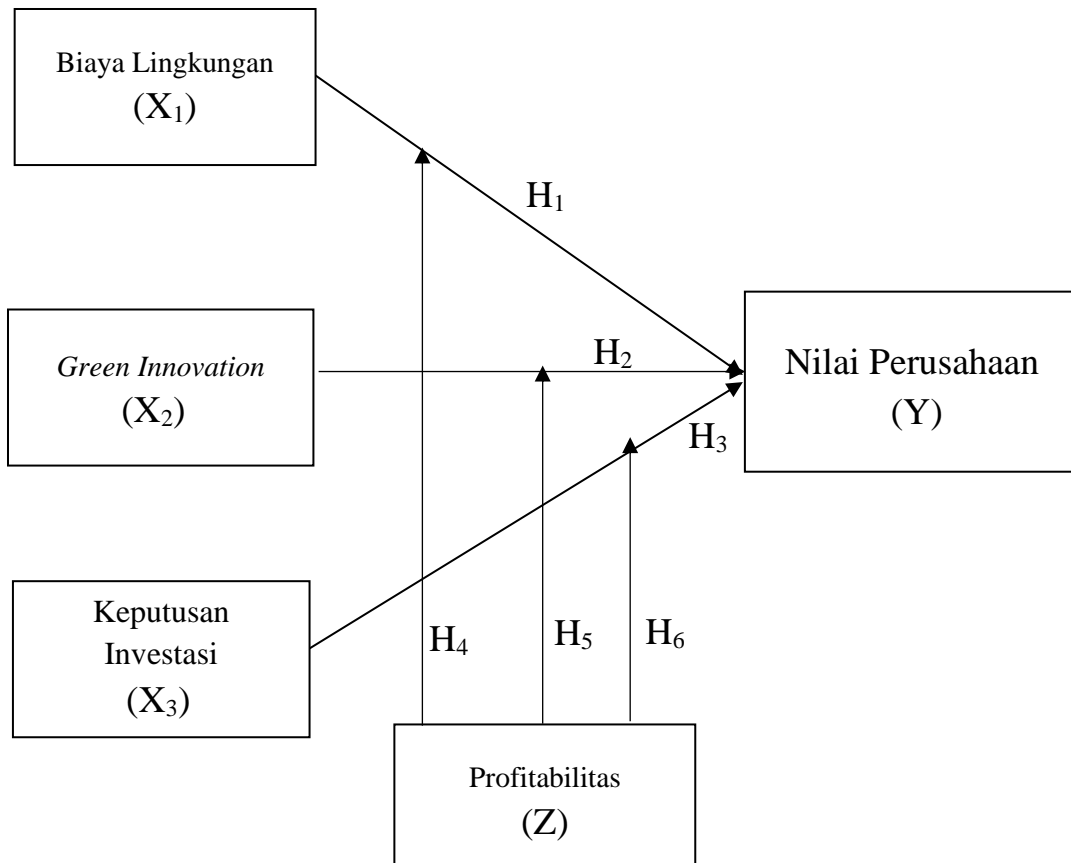
Penelitian yang dilakukan oleh Xie, et al., (2022), membahas tentang peningkatan proporsi permohonan paten ramah lingkungan menyebabkan devaluasi nilai perusahaan, namun efek devaluasi ini hanya terjadi dalam jangka pendek, fleksibilitas finansial dan cakupan analisis secara parsial memediasi dampak inovasi ramah lingkungan terhadap nilai perusahaan, analisis heterogenitas menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengurangi dampak negatif inovasi hijau terhadap nilai perusahaan dengan meningkatkan insentif ekuitas eksekutif dan kesenjangan gaji manajemen-karyawan. Selain itu, ketika ketidakpastian kebijakan ekonomi meningkat dari rendah ke tinggi, dampak negatifnya pun semakin kecil. Penelitian Xie, et al., (2022), membantu memperluas batasan kognitif dampak ekonomi dari inovasi ramah lingkungan, dan membantu pembuat kebijakan dan peneliti untuk lebih memahami karakteristik perilaku inovasi ramah lingkungan di perusahaan-perusahaan di negara-negara berkembang. Terakhir, Xie, et al., (2022), memberikan pencerahan yang berguna bagi pembuat kebijakan dan manajer bisnis untuk merangsang inovasi ramah lingkungan di perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yao, et al., (2019), Pada pembahasan pertama tentang memperluas literatur eco-innovation dengan menyelidiki dampak *eco-innovation* terhadap nilai perusahaan. Bertentangan dengan bukti anekdotal konvensional mengenai dampak menguntungkan dari inovasi ramah lingkungan, ditemukan bahwa inovasi ramah lingkungan berhubungan negatif dengan nilai perusahaan. Kedua, penelitian Yao, et al., (2019), mengembangkan dan menguji pandangan kontingen institusional terhadap inovasi lingkungan dengan memperhitungkan peran moderasi dari tekanan regulasi, normatif, dan kognitif.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Secara umum kerangka konseptual merupakan sebuah tahapan dalam penentuan model penyusunan terdiri dari paradigma penelitian dalam penulisan skripsi mengenai konsep yang kemudian disajikan oleh penulis yang berisi tentang variabel bebas (independen), baik tunggal

maupun jamak dengan variabel terkait (dependen). Kerangka ini menjadikan sebuah pemusatan pembahasan dalam penelitian ini, dibawah ini adalah gambar konseptual penelitian sebagai berikut ini:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat dijelaskan, bahwa adanya pengaruh biaya lingkungan, *green innovation* dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan melalui moderasi profitabilitas dalam penyajian laporan keuangan berkelanjutan yang disajikan oleh perusahaan sektor pertambangan selama 4 (empat) tahun periode 2019-2022. Ternyata memiliki dampak terhadap penentuan nilai perusahaan yang dimiliki oleh setiap perusahaan. kemudian penulis melakukan penyajian dan dianalisis faktor biaya lingkungan, *green innovation* dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan melalui aplikasi *software* berbasis database seperti: *evIEWS series 12* dan meneliti sejauh mana dampak yang diberikan faktor tersebut melalui pengujian pendekatan seperti : *common effect model* (cem), *fixed effect model* (fem), *random effect model* (rem). dengan menggunakan program *evIEWS* terdapat beberapa pengujian seperti : uji chow, uji hausman, dan uji *lagrange multiplier* (lm).

2.4 Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.4.1 Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Penjelasan hubungan pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan adalah dengan biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan dalam aktivitas pencegahan dan aktivitas deteksi kerusakan lingkungan secara tidak langsung turut serta dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan ini akan berdampak pada meningkatnya penjualan produk (Anggraeni, 2020).

Alasan pemilihan biaya lingkungan adalah sebagai bentuk dari tanggung jawab tersebut pastinya akan membutuhkan biaya dan hal itu dapat dilakukan penganggaran untuk biaya lingkungan dan pelestarian alam (Ladyve, et al., 2020). Sehingga dapat dijadikan alokasi biaya lingkungan ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen atas produk-produk perusahaan yang berkualitas dan ramah lingkungan, sehingga meningkatkan minat konsumen untuk membeli (Lestari dan Kusuma, 2020).

Keunggulan biaya lingkungan sebagai pengukuran perusahaan pada jangka panjang, biaya lingkungan yang dibayarkan suatu perusahaan dianggap sebagai suatu investasi walaupun manfaatnya tidak dirasakan secara langsung saat biaya tersebut dikeluarkan, sehingga dalam jangka panjang diharap akan memberi manfaat pada masa mendatang (Danyswara dan Hartono, 2020).

Sesuai dengan konsep teori sinyal yang menyatakan bahwa pengungkapan biaya lingkungan oleh perusahaan merupakan sinyal yang ditujukan untuk menarik *shareholders*. *Signalling Theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan (Pasaribu, et al., 2023). Sehingga dengan adanya alokasi biaya lingkungan untuk mendukung setiap aspek sosial masyarakat dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap nilai perusahaan (Sigalingging, 2019).

Berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan dengan kinerja lingkungan yang kuat lebih mungkin untuk melaporkan hasil mereka kepada pemangku kepentingan, sedangkan perusahaan dengan kinerja yang buruk cenderung tidak melakukannya (Wulaningrum dan Kusrihandayani, 2020). Pengaruh dari prioritas sosial, respons pada tekanan pemerintah, akomodasi pada permintaan masyarakat, atau perlindungan citra dan hak perusahaan adalah semua faktor dalam pengungkapan kinerja lingkungan perusahaan (Setyaningrum dan Mayangsari, 2022).

Berdasarkan *legitimacy theory* yang membahas tentang pentingnya akan pemenuhan

norma-norma pada masyarakat dalam aktivitas yang dilakukan perusahaan (Chandra dan Sumani, 2023). Program bina lingkungan diibaratkan sebagai wujud biaya ganti rugi yang dikeluarkan suatu perusahaan sebagai kompensasi atas dampak negatif yang ditimbulkan seperti pencemaran limbah atau kerusakan pada lingkungan (Ahmad, 2021). Pernyataan tentang pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan hasil penelitian oleh Pasaribu et al., (2023), Rangga dan Kristanto, (2023), Arimbi dan Mayangsari, (2022), Ahmad, (2021). Namun pernyataan tentang pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Meiyana dan Aisyah, (2019), Fahira dan Yusrawati, (2018), Apriandi et al., (2022), Setiadi, (2021).

Hipotesis 1 : Biaya Lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan adalah inovasi lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan produktifitas dengan teknologi dan sumber daya yang ramah lingkungan secara efektif dan efisien sehingga dapat mengurangi dampak buruk pada lingkungan. Dengan demikian *green innovatioan* dapat menurunkan biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan (Putri dan Sari 2019).

Alasan pemilihan *Green Innovation* adalah sebagai sebuah gambaran teknologi atau peralatan baru yang digunakan dalam kegiatan bisnisnya untuk menghasilkan produk baru dengan konsumsi energi yang efisien dan mengurangi polusi atau menggunakan barang-barang limbah daur ulang untuk menghasilkan barang-barang yang ramah lingkungan (Zheng, et al., 2021). *Green innovation* merupakan salah satu rencana untuk mencapai target strategis perusahaan tersebut dengan teknik, sistem, dan praktik untuk mengurangi dampak dari kerusakan lingkungan (Dewi dan Rahmianingsih, 2020).

Keunggulan *Green Innovation* adalah sebagai salah satu kunci bagi perusahaan untuk menciptakan program kinerja unggul yang kompetitif jika dilakukan secara teratur dan diterapkan pada proses bisnis perusahaan itu sendiri. Selain itu *green innovation* meningkatkan kinerja sebuah perusahaan melalui penggunaan bahan baku dan energi yang efisien (Agustia et Al., 2019).

Berdasarkan *legitimacy theory* ketika perusahaan dapat menerapkan kegiatan inovasi ramah lingkungan seperti memperhatikan pengelolaan limbah industri, peduli terhadap lingkungan, kepedulian terhadap masyarakat sekitar dengan membantu kepentingan masyarakat sekitar dengan membantu kepentingan masyarakat di sekitar lokasi pabrik, dan lain sebagainya, kondisi perusahaan yang memperhatikan lingkungan sekitar akan diterima dengan

baik oleh masyarakat atau oleh investor menghasilkan hasil yang positif (Sari dan Gantino, 2022).

Berdasarkan teori *stakeholder's* adalah tujuan perusahaan tidak hanya untuk menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya, tetapi untuk menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingannya. Saat ini investor tidak berfokus pada profitabilitas perusahaan semata, melainkan juga terhadap kinerja lingkungan (Yao, et al., 2019). Pernyataan tentang pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian oleh Sari dan Gantino, (2022), Damas et al., (2021), Dewi dan Rahmianingsih, (2020), Cahyaningtyas et al., (2022). Namun pernyataan tentang pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan tidak sejalan dengan penelitian oleh Yuliandhari et al., (2023), Apriandi dan Lastanti, (2023), Roza dan Maulana, (2022), Husnaini dan Tjahjadi, (2021).

Hipotesis 2 : *Green Innovation* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4.3 Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan adalah dengan adanya keputusan investasi suatu perusahaan sangat penting untuk menambah nilai perusahaan. Jenis investasi ini dapat menandakan pertumbuhan penjualan yang diharapkan perusahaan di masa depan dan menaikkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan (Deska et al., 2022). Dampak langsung dari keputusan investasi terhadap nilai perusahaan adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan investasi oleh perusahaan itu sendiri (Sari et al., 2022).

Alasan memilih keputusan investasi sebagai variabel independen dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perolehan tingkat keuntungan yang tinggi dengan tingkat risiko tertentu (Abdullah, 2022). Keuntungan yang tinggi disertai dengan risiko yang bisa dikelola, diharapkan akan menaikkan nilai perusahaan, yang berarti menaikkan kemakmuran pemegang saham (Basuki dan Yulianah, 2018). Sehingga perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya perusahaan secara efisien, maka perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari calon investor untuk membeli sahamnya (Utami dan Darmayanti, 2022).

Keunggulan keputusan investasi sebagai menentukan komposisi perusahaan pencapaian tujuan sebuah perusahaan dapat dicapai melalui kegiatan investasi perusahaan dan penanaman modal perusahaan yang merupakan salah satu aspek utama dalam keputusan

investasi selain penentuan komposisi asset (Hastuti dan Budhijana, 2020). Kemudian dapat memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi dengan tingkat risiko tertentu. Keuntungan yang tinggi disertai dengan risiko yang bisa dikelola, diharapkan akan menaikkan nilai perusahaan, yang berarti menaikkan kemakmuran pemegang saham (Sari et al., 2022).

Teori yang mendasari keputusan investasi adalah *signalling theory*. Teori tersebut menyatakan bahwa pengeluaran investasi memberikan sinyal positif terhadap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Aktivitas investasi perusahaan merupakan komponen yang penting dalam menjalankan bisnis dan evaluasi kinerja perusahaan dapat sangat atau sepenuhnya bergantung pada hasil yang disajikan di bagian ini (Deska, 2022).

Pernyataan yang telah uraian diatas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, (2022), Ardatiya, et al., (2022), Sarmin, et al., (2021), Kusaendri dan Mispianiti, (2022), Tanaya dan Wiyanto (2022), Ardini, et al., (2022). Namun pernyataan yang telah uraian diatas tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saleh (2020), Sihwajoeni, et al., (2020), Sumiati, et al., (2022), Deska (2022), Sari, et al., (2022), Hastuti, dan Budhijana (2022).

Hipotesis 3 : Keputusan Investasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4.4 Pengaruh Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pemoderasi Profitabilitas

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah Semakin baik profitabilitas yang dapat dihasilkan maka semakin baik pula nilai perusahaan atas utilitas yang diperoleh perusahaan lebih besar daripada beban yang dikeluarkan sehingga akan mendominasi dana internal perusahaan (Purwanti, 2019). Sehingga diduga dapat memoderasi Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan (Yasmi et al., 2023).

Keunggulan profitabilitas dengan rasio kinerja keuangan lainnya adalah Dapat mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Selanjutnya dapat memberikan penilaian posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang serta menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Kemudian dapat mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri (Kasmir, 2019).

Alasan pemilihan profitabilitas sebagai variabel moderasi karena setiap keuntungan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan produksinya akan mampu menambah aset perusahaan serta dapat digunakan untuk membayar kewajiban perusahaan (Apriandi, et al., 2022).

Kemudian tingkat profitabilitas merupakan salah satu aspek yang diperhatikan oleh investor dalam menilai suatu perusahaan (Lalo dan Hamiddin, 2021). Tingkat profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2019).

Hubungan profitabilitas dengan biaya lingkungan adalah ketika biaya lingkungan dijadikan sebagai suatu bentuk kewajiban periodik maka beban perusahaan akan meningkat akibatnya laba akan menurun sehingga akan berdampak negatif dan mempengaruhi kinerja perusahaan (Fahira dan Yusrawati 2018). Keluarnya biaya tambahan tersebut akan langsung mengurangi laba dan kekayaan para pemegang saham sehingga akan berdampak negatif (Wulandari et al., 2023).

Teori tentang hubungan profitabilitas dengan biaya lingkungan adalah teori legitimasi menjelaskan bahwa teori ini yang mengangkat pentingnya hubungan perusahaan dengan masyarakat untuk memahami peran aktif perusahaan dalam menangani masalah-masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan (Khotimah et al., 2023). Selain itu, teori legitimasi ini menjelaskan terkait aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan suatu upaya yang didorong oleh tekanan lingkungan normatif sekitar (Aurelia et al., 2022). Pernyataan yang telah uraian diatas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati, dan Vitaningrum, (2021), Wijaya, et al., (2021), Nasution, et al., (2019). Tumanan, dan Ratnawati. (2021), Chandra, dan Wayan (2022), Qushoyyi dan Khabib (2022). Namun pernyataan yang telah uraian diatas tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khotimah, Pratiwi, et al., (2022). Umbung, et al., (2021), Yuni (2022), Putranto, et al., (2022), Mispianiti dan Wicaksono (2020). Khasanah dan Sucipto (2020).

Hipotesis 4 : Biaya Lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan pemoderasi Profitabilitas

2.4.5 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pemoderasi Profitabilitas

Hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dikarenakan profitabilitas menjadi upaya penting yang harus dicapai entitas pada periode tersebut. Sehingga rasio ini bisa dijadikan bahan evaluasi mengenai kinerja suatu entitas, sebab profitabilitas sebagai tolak ukur dalam menilai kinerja keuangan apakah baik atau buruk (Ambarwati dan Vitaningrum, 2021). Hubungan profitabilitas dengan *green Innovation* adalah ketika perusahaan melakukan

pembelian peralatan perlindungan lingkungan dan investasi dalam teknologi hijau akan menghabiskan uang yang besar dengan pendapatan yang tidak pasti sehingga menempatkan perusahaan pada risiko investasi yang lebih besar dan dapat menurunkan profitabilitas (Chandra dan Sumani, 2023). Investasi dalam eko-inovasi dapat menjadi faktor penting yang memulai kemajuan dalam teknologi inovatif untuk produksi hijau dan lingkungan yang bersih. Investasi dalam *R and D* dapat menjadi penentu penting teknologi inovatif untuk lingkungan hijau (Temesgen et al., 2023).

Faktor profitabilitas menjadi penting karena untuk melangsungkan hidupnya suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan, tanpa adanya keuntungan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena penting bagi masa depan perusahaan (Lestari dan Kusuma, 2020). Hal ini sinergi dengan upaya untuk mencapai tujuan itu, perusahaan harus dapat beroperasi secara lancar dan dapat mengkombinasikan semua sumber daya yang ada, sehingga dapat mencapai hasil dan tingkat laba yang optimal (Salma dan Riska 2019). Rasio ini dapat membagikan uraian kepada pihak manajemen industri terhadap keadaan pelaksanaan yang hendak dilaksanakan serta akibatnya pada waktu yang akan datang (Fahmi, 2019).

Teori hubungan profitabilitas dengan *green innovation* adalah teori legitimasi yang menjelaskan pengungkapan informasi dianggap sebagai pendekatan yang efektif untuk mengkomunikasikan kegiatan dan manajemen perusahaan mengenai perspektif untuk isu-isu lingkungan, sosial dan perusahaan lainnya, salah satunya dengan mengungkapkan informasi mengenai bagaimana perusahaan mengelola, menggambarkan, dan mengukur emisi gas rumah kaca yang dihasilkan, dengan harapan bahwa perusahaan berupaya memperoleh legitimasi operasi (Zhang et al., 2020).

Kemudian teori legitimasi memiliki peran penting dalam memberikan gambaran dan pemahaman mengenai berbagai macam perilaku organisasi yang terkait dengan lingkungan (Wulaningrum dan Kusrihandayani, 2020). Teori ini berperan dalam membentuk perilaku perusahaan yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan dengan mengedepankan tanggung jawab sosial, keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan aspek-aspek sosial dan lingkungan, serta membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan yang mendukung pertumbuhan jangka Panjang sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Citrahartani dan Dewi, 2023).

Pernyataan yang telah uraian diatas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Damas et al., (2021), Dewi dan Rahmianingsih, (2020), Cahyaningtyas et al., (2022). Pernyataan yang telah uraian diatas tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Yuliandhari et al., (2023), Apriandi dan Lastanti, (2023), Roza dan Maulana, (2022), Husnaini dan Tjahjadi, (2021).

Hipotesis 5 : *Green Innovation* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan pemoderasi Profitabilitas

2.4.6 Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pemoderasi Profitabilitas

Hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Ambarwati dan Vitaningrum, 2021). Sehingga perusahaan dengan laba yang tinggi mampu membayar deviden yang lebih tinggi serta nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Husnan, 2020).

Hubungan profitabilitas terhadap keputusan investasi adalah profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan tingkat pengembalian modal yang ditanamkan oleh investor sebaliknya, profitabilitas yang kecil atau bahkan negatif menandakan bahwa perusahaan gagal dalam memberikan pengembalian (*return*) dan bahkan mengakibatkan investor mengalami kerugian. Oleh karena itu, investor lebih menyukai perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara maksimal (Laksono dan Rahayu, 2021). Sehingga hal ini dapat diduga profitabilitas menjadi pemoderasi untuk memperkuat dampak pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Peran profitabilitas disini berfungsi supaya investor dan juga kreditur atau bank dapat menilai keuntungan investasi yang akan didapatkan oleh para investor dan jumlah keuntungan perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar hutang kepada kreditur berdasarkan tingkat penggunaan aset serta sumber daya lainnya (Izzah, et al., 2023). Karakteristik profitabilitas adalah Profitabilitas merupakan alat pembanding pada berbagai alternatif investasi atau penanaman modal (Rahman et al., 2023).

Hal ini berdasarkan teori signal menjelaskan bahwa *signalling theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup

suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi (Jogiyanto, 2019). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chandra, dan Wayan (2022), Qushoyyi dan Khabib (2022).

Hipotesis 6 : Keputusan Investasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan pemoderasi Profitabilitas