

BAB II

LANDASAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal menurut (Spence, 1973) didefinisikan sebagai karakteristik yang dapat di observasi oleh pihak yang mengirimkan informasi, sehingga dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang efektif. Pihak penerima informasi akan menerima sinyal yang dapat dipercaya dari pihak manajemen selaku pemilik informasi dengan kualitas yang lebih baik. Teori sinyal menjelaskan bagaimana bisnis memberikan informasi tentang kinerja manajemennya guna menyediakan basis data yang akurat dalam pengambilan keputusan investasi oleh para investor (Suryati & Murwaningsari, 2022).

Ketidakseimbangan perolehan informasi yang terjadi antara pihak eksternal sebagai penerima informasi akan menyerap sinyal, karena perusahaan mendapat jangkauan yang lebih luas terhadap informasi internal dan peuang masa depannya dibandingkan pihak luar (Cahyani & Gunawan, 2022). Kondisi asimetri informasi ini mendorong perusahaan untuk secara aktif menyampaikan sinyal kepada pasar melalui berbagai bentuk pengungkapan informasi, termasuk pengungkapan emisi karbon dan penerapan inovasi hijau. Respons pemegang saham terhadap sinyal yang diterima dapat diamati melalui dinamika pergerakan harga saham di pasar sekuritas, di mana eskalasi pada nilai saham merefleksikan penerimaan sinyal

positif, sementara penurunan harga saham menunjukkan sinyal yang dinilai negatif oleh para investor.

Landasan teoritis mengenai bagaimana pengungkapan informasi oleh perusahaan kepada pasar dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung dijelaskan melalui teori sinyal, di mana perusahaan yang mampu menyampaikan reaksi positif melalui berbagai bentuk pengungkapan informasi akan mendapatkan reaksi optimis dari para investor melalui peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan di pasar modal (Imam et al., 2024). Investor akan senantiasa mempertimbangkan kualitas dan konsistensi informasi yang disampaikan perusahaan yang secara konsisten mengirimkan sinyal positif melalui pengungkapan informasi yang transparan akan dinilai memiliki prospek ekspansi yang lebih menjanjikan, eksposur risiko yang minimal, serta kapabilitas manajerial yang lebih unggul dibandingkan perusahaan yang minim dalam mengungkapkan informasi kepada publik (Suryati & Murwaningsari, 2022). Oleh karena itu, teori sinyal menjadi relevan dalam menjelaskan bagaimana pengungkapan emisi karbon dan penerapan inovasi hijau dapat diinterpretasikan oleh investor sebagai sinyal yang memengaruhi persepsi mereka terhadap nilai perusahaan.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Berdasarkan perspektif oleh Gantino et al., (2023) mengemukakan bahwa nilai perusahaan menjadi refleksi dari apresiasi para pelaku pasar terhadap realisasi kinerja entitas saat ini serta peluangnya di masa mendatang. Ketersediaan informasi publik yang dirilis oleh entitas bisnis dapat mempengaruhi cara pandang investor, sehingga pemilik entitas bisnis cenderung berusaha menunjukkan keunggulan

kinerja operasional yang optimal guna menstimulasi ketertarikan investor. Berdasarkan teori sinyal, informasi yang disampaikan perusahaan dimanfaatkan oleh pelaku pasar sebagai instrumen evaluasi investasi. Keberhasilan perusahaan dalam menyalurkan sinyal keberhasilan operasional akan memicu reaksi pasar yang menguntungkan, di mana sinyal positif ini secara langsung menggerakkan kenaikan nilai saham yang menjadi indikator utama dari nilai perusahaan itu sendiri.

Salah satu indikator utama yang digunakan investor dalam menilai keberhasilan kinerja suatu perusahaan adalah nilai perusahaan. Harga saham perusahaan dapat dijadikan acuan dalam mengukur nilai perusahaan, mengingat instrumen tersebut merefleksikan nilai aset serta dipengaruhi oleh peluang investasi dan sinyal positif terkait prospek perkembangan dan kinerja. Eksistensi harga saham yang tinggi mengindikasikan apresiasi pasar yang optimis, sehingga memperkuat keyakinan terhadap kualitas kinerja serta peluang perusahaan kedepannya (Tonay & Murwaningsari, 2022). Selain itu, citra perusahaan juga menjadi aspek yang dipertimbangkan oleh para stakeholder, khususnya investor merupakan salah satu bentuk sinyal yang memengaruhi akselerasi serta bertahannya roda bisnis dalam jangka panjang, karena citra positif tersebut berdampak langsung terhadap performa perusahaan (Alfayerds & Setiawan, 2021).

2.1.3 Pengungkapan Emisi Karbon

Pengungkapan emisi karbon ialah suatu strategi bisnis yang mengungkapkan dampak lingkungan yang dilakukan perusahaan (Pratami & Aryati, 2023). Pengungkapan ini data komprehensif mengenai kuantitas emisi karbon yang dihasilkan dari serangkaian aktivitas operasional korporasi, kebijakan

dan strategi pengelolaan emisi, serta usaha yang ditempuh perusahaan dalam menekan dan mengendalikan emisi gas rumah kaca (Ratmono et al., 2021). Penyampaian informasi lingkungan dan sosial yang termuat dalam laporan tahunan merupakan daya tarik bagi investor karena membantu memahami tanggung jawab perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan serta meminimalkan risiko tuntutan di masa depan, sehingga mendorong minat dan permintaan saham, serta mempengaruhi persepsi nilai perusahaan (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022).

Transparansi emisi karbon diidentifikasi sebagai bentuk komitmen nyata korporasi terhadap kelestarian ekologis, yang berpotensi memperbaiki citra dan meningkatkan nilai perusahaan, meskipun praktik ini masih bersifat sukarela, urgensi kebijakan ini telah diakselerasi oleh pemerintah lewat regulasi Peraturan Presiden No. 98 Tahun 2021 (Yasmin & Hapsari, 2024). Akan tetapi, penyebaran emisi karbon tidak selamanya membawa dampak positif bagi pertumbuhan nilai perusahaan di pasar modal. Ditinjau dari perspektif teori sinyal, informasi emisi karbon yang diungkapkan justru diinterpretasikan oleh investor sebagai sinyal negatif karena dinilai besarnya biaya lingkungan yang ditanggung, sehingga berpotensi mengurangi keunggulan kompetitif dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Muhammad & Aryani, 2021).

2.1.4 Inovasi Hijau

Inovasi hijau merupakan sebuah inisiatif perusahaan yang berfokus pada inovasi produk dan proses bisnis dengan memperhatikan dampak lingkungan, serta bertujuan meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku dan energi, sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk yang ramah lingkungan tanpa mengurangi

daya saing, sehingga mampu menciptakan nilai ekonomi dan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan (Fitriana, Maharani, Alfianika, et al., 2024). Inovasi hijau dipandang sebagai strategi perusahaan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta merespons tindakan pesaing, sekaligus menjadi upaya strategi yang bertujuan mengurangi dampak kerusakan lingkungan (Tonay & Murwaningsari, 2022). Penerapan inovasi hijau diharapkan mampu menurunkan tingkat polusi, meningkatkan efisiensi, mengurangi limbah, mendorong kegiatan daur ulang, serta menggantikan penggunaan sumber daya terbatas dengan sumber daya berkelanjutan.

Usaha yang dilakukan perusahaan melalui inovasi hijau dalam merealisasikan produk melalui adopsi teknologi ramah lingkungan, substitusi material mentah, serta desain kemasan yang ramah ekosistem demi mereduksi dampak buruk terhadap alam di masa mendatang (Fitriana, et al., 2024). Inovasi hijau menjadi solusi strategi perusahaan karena penerapannya secara berkelanjutan dalam proses bisnis dapat menciptakan kepatuhan terhadap regulasi, serta menghasilkan nilai tambah ekonomi dan sosial tanpa mengurangi efisiensi dan kompetensi perusahaan (Artika et al., 2025). Dengan demikian, inovasi hijau tidak hanya berperan sebagai instrumen perlindungan lingkungan, tetapi juga sebagai pendorong daya saing perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang secara aktif menerapkan dan mengungkapkan program inovasi hijau dalam aktivitas bisnisnya pada dasarnya sedang menyampaikan sinyal positif kepada pelaku pasar modal bahwa perusahaan mempunyai komitmen nyata terhadap kelestarian lingkungan dan kemampuan

adaptasi tuntutan terhadap regulasi yang semakin ketat, sehingga investor tidak hanya memperhatikan aspek keuntungan tetapi juga rekam jejak pengelolaan lingkungan sebagai aspek penting dalam pengambilan keputusan investasi (Imam et al., 2024). Inovasi hijau yang ditenerapkan teknologi dan sumber daya ramah lingkungan mampu mengurangi dampak negatif lingkungan, menekan biaya, meningkatkan keuntungan merupakan sinyal positif yang dapat menarik minat investor, serta mendukung keinginan perusahaan di masa mendatang yang berakibat pada pertumbuhan nilai perusahaan (Dewi & Rahmianingsih, 2020). Oleh sebab itu, perusahaan dapat mencapai tujuan melalui inovasi hijau sebagai salah satu strateginya, melalui pengelolaan proses produksi hingga menciptakan barang jadi dengan tujuan meminimalkan dampak kerusakan lingkungan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian (Tahun) | Judul | Variabel | Hasil Penelitian |
|----|---------------------------------|---|---|--|
| 1. | Belinda & Virna Sulfitri (2025) | Pengaruh Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan | Independen: Akuntansi Hijau, Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Emisi Karbon Dependen: Nilai Perusahaan | Akuntansi Hijau berpengaruh positif signifikan; Kinerja Lingkungan, Inovasi Hijau, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Pengungkapan Emisi Karbon berpengaruh negatif dan tidak signifikan. |
| 2. | Nuurhasanah & Haq (2024) | Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau, dan Investasi | Independen: Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau, Investasi Hijau | Pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan; investasi hijau tidak |

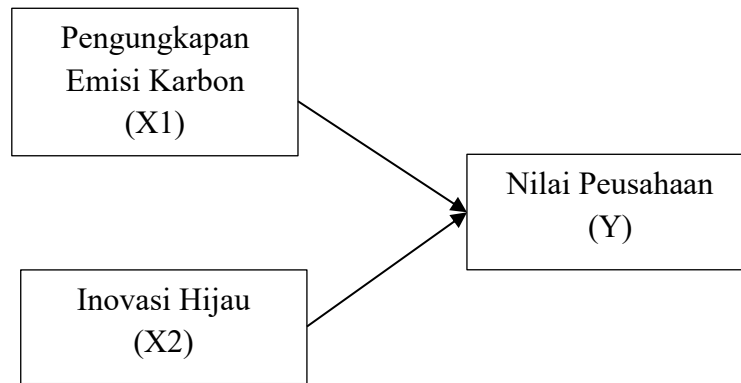
| | | | | |
|----|-------------------------------------|--|---|--|
| | | Hijau terhadap Nilai Perusahaan | Dependen: Nilai Perusahaan | berpengaruh signifikan. |
| 3. | Ramadhan, Alkautsar & Basit (2025) | Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2019–2023) | Independen: Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau, Kinerja Lingkungan Dependen: Nilai Perusahaan | Pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan; kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| 4. | Rahmasari & Irwansyah (2024) | Pengaruh Implementasi Pengungkapan Emisi Karbon dan Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Variabel Moderasi | Independen: Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau Moderasi: Kinerja Lingkungan Dependen: Nilai Perusahaan | Pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan . Namun, kinerja lingkungan tidak mampu memoderasi. |
| 5. | Fitriana, Maharani & Amelia (2024) | Pengungkapan Emisi Karbon dan Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan | Independen: Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau Dependen: Nilai Perusahaan Kontrol: Profitabilitas (ROA) | Pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; secara simultan berpengaruh signifikan. |
| 6. | Artika, Sisidianto & Ekawati (2025) | Pengaruh Emisi Karbon dan Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Variabel Moderasi | Independen: Pengungkapan Emisi Karbon, Inovasi Hijau Moderasi: Kinerja Lingkungan Dependen: Nilai Perusahaan | Pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif dan signifikan; inovasi hijau berpengaruh positif dan signifikan; kinerja lingkungan tidak |

| | | | | |
|----|--------------------------------------|--|---|---|
| | | | | mampu memoderasi. |
| 7. | Anwar & Rahayu (2024) | Pengaruh Green Competitive Advantage, Green Innovation, dan Media Exposure terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022) | Independen: <i>Green Competitive Advantage (GCA)</i> , <i>Green Innovation (GI)</i> , <i>Media Exposure (ME)</i> Dependen: Nilai Perusahaan | <i>Green Competitive Advantage (GCA)</i> , <i>Green Innovation (GI)</i> , <i>Media Exposure (ME)</i> berpengaruh positif dan signifikan; secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. |
| 8. | Pratami & Aryati (2023) | Analisis Intellectual Capital, Carbon Emission Disclosure dan Managerial Ownership terhadap Nilai Perusahaan | Independen: <i>Intellectual Capital</i> , <i>Carbon Emission Disclosure (CED)</i> , <i>Managerial Ownership</i> Dependen: Nilai Perusahaan Kontrol: <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan | <i>Intellectual Capital</i> , <i>Managerial Ownership</i> berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan; <i>Carbon Emission Disclosure (CED)</i> : Tidak berpengaruh signifikan; variabel Kontrol: <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh. |
| 9. | Damas, Maghviroh & Indreswari (2021) | Pengaruh Eco-Efficiency, Green Innovation dan Carbon Emission Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Moderasi | Independen: Eco-Efficiency, Green Innovation, Carbon Emission Disclosure Dependen: Nilai Perusahaan Moderasi: Kinerja Lingkungan | Eco-Efficiency berpengaruh negatif signifikan; Green Innovation dan Carbon Emission Disclosure berpengaruh positif signifikan; Kinerja lingkungan memperkuat pengaruh negatif eko-efisiensi, tetapi tidak memoderasi. |

| | | | | |
|-----|-----------------------------|---|--|---|
| 10. | Alfayerds & Setiawan (2021) | Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon dan Keterbacaan Laporan Tahunan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Peringkat PROPER yang Terdaftar di BEI Tahun 2016–2018) | Independen: Pengungkapan Emisi Karbon, Keterbacaan Laporan Tahunan Dependen: Nilai Perusahaan | Pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Keterbacaan laporan tahunan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. |
|-----|-----------------------------|---|--|---|

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran ini disusun guna memetakan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, sekaligus menguraikan keterkaitan antara pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Kerangka pemikiran tersebut selanjutnya dijadikan sebagai landasan dalam perumusan hipotesis penelitian yang akan diuji secara empiris. Di dalam model ini, dibangun asumsi bahwa pengungkapan emisi karbon memiliki pengaruh negatif yang menurunkan nilai perusahaan, sedangkan variabel inovasi hijau diposisikan sebagai pengaruh positif yang akan mendorong nilai perusahaan secara berkelanjutan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara terhadap pertanyaan yang diajukan dalam penelitian. Disebut sementara karena validitasnya wajib dibuktikan melalui penelitian. Jika hipotesis yang diajukan belum terbukti kebenarannya, maka untuk membuktikannya perlu dilakukan penelitian untuk memvalidasi kebenarannya. Pengujian hipotesis difokuskan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan emisi karbon dan inovasi hijau dalam memengaruhi nilai perusahaan. Formulasi hipotesis dalam kajian ini dibangun dengan mengacu pada bagan alur pikir yang telah dikembangkan terdahulu. Penyusunan ini dilakukan dengan menyelaraskan landasan teoritis yang akuntabel beserta rekam jejak hasil studi empiris sebelumnya yang sejenis.

2.4.1 Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon terhadap Nilai Perusahaan

Keterkaitan antara pengungkapan emisi karbon ini dijelaskan dan teori sinyal yang menyampaikan bahwa perusahaan memaparkan informasi emisi karbonnya kepada publik sedang menyampaikan sinyal positif dan negatif kepada para pemangku kepentingan mengenai konsekuensi lingkungan yang dihasilkan dari

kegiatan bisnisnya (Belinda & Sulfitri, 2025). Kejelasan mengenai emisi karbon menjadi sangat krusial bagi keberlanjutan perusahaan karena investor cenderung memandang informasi pengungkapan emisi karbon sebagai informasi yang buruk akibat biaya yang dikeluarkan untuk mencegah perubahan iklim lebih tinggi daripada manfaat yang didapatkan perusahaan (Muhammad & Aryani, 2021). Hal ini menyebabkan pengungkapan emisi karbon justru dapat mengurangi keunggulan kompetitif dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan riset yang dijalankan oleh Pratami & Aryati, (2023) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini terjadi karena perusahaan dalam kategori industri *high profile* memberikan konsekuensi lingkungan yang signifikan, sehingga tuntutan transparansi melalui pengungkapan karbon ini menjadi krusial. Perusahaan yang memiliki rekam jejak pengelolaan lingkungan yang buruk akan rentan menghadapi risiko repitansi dan tekanan regulasi.

Penelitian Belinda & Sulfitri, (2025) menghasilkan temuan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dituntut untuk menyajikan pengukuran dan pengungkapan emisi karbon yang menjadi salah satu indikator yang dibutuhkan investor, di mana pengungkapan tersebut mengeluarkan biaya operasi yang lebih besar. Perusahaan yang berupaya untuk menginformasikan kepeduliannya dalam bentuk pengungkapan emisi karbon hanya sebagian perusahaan saja, karena perusahaan memiliki beragam pertimbangan sebelum memutuskan untuk menyajikan informasi emisi karbon (Anggraeni, 2024).

Hasil studi oleh Muhammad & Aryani, (2021) mengonfirmasi bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya kekhawatiran yang dirasakan oleh para investor yang menganggap bahwa informasi pengungkapan emisi karbon sebagai kabar buruk dan biaya yang dikeluarkan untuk mencegah perubahan iklim lebih tinggi daripada manfaat yang diberikan perusahaan, serta dapat mengurangi keunggulan kompetitif. Kondisi tersebut menyebabkan investor cenderung merespons negatif atas pengungkapan emisi karbon yang dilakukan perusahaan, sehingga berpotensi mengurangi keunggulan kompetitif dan pada akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Pengungkapan emisi karbon dapat membagikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, meskipun pengungkapan emisi karbon merupakan bentuk sinyal yang disampaikan perusahaan kepada pemangku kepentingan. Namun sinyal tersebut tidak selamanya dipandang menguntungkan bagi para investor, mengingat biaya yang diperlukan entitas bisnis agar pengungkapan dan pengelolaan emisi karbon dinilai terlalu tinggi dibandingkan manfaat yang diterima perusahaan, sehingga dapat mengurangi keunggulan kompetitif perusahaan. Kondisi ini pada akhirnya dapat mengurangi keunggulan kompetitif perusahaan dan berdampak pada menurunnya kepercayaan investor, yang tercermin dari penurunan valuasi atau nilai perusahaan di pasar.

Berdasarkan uraian yang dijelaskan di atas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Pengungkapan emisi karbon berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Inovasi Hijau terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal menegaskan bahwa peluang ekspansi nilai perusahaan secara masif cenderung lebih terbuka lebar bagi korporasi yang aktif meluncurkan produk berbasis inovasi ramah lingkungan (Imam et al., 2024). Investor akan menaruh kepercayaan besar terhadap inovasi hijau yang diungkapkan oleh manajemen perusahaan sebagai bukti keunggulan kompetitif perusahaan dan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan jangka panjang (Tonay & Murwaningsari, 2022). Hal ini terjadi karena investor menerima sinyal positif dari inisiatif perusahaan yang menjadi pertimbangan paling penting dalam menentukan keputusan investasi.

Berdasarkan penelitian Imam et al., (2024) menyimpulkan bahwa aktivitas investasi korporasi yang berorientasi pada inovasi ramah lingkungan secara linier mampu menstimulasi peningkatan valuasi pasar entitas. Perusahaan yang mengungkapkan program inovasi hijau pada bisnisnya seperti pengembangan produk ramah lingkungan akan menjadi nilai tambah bagi. Selain itu, perusahaan yang menerapkan inovasi hijau secara konsisten akan dipandang positif oleh investor karena mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, sehingga nilai perusahaan meningkat.

Merujuk pada penelitian Fabiola & Khusnah, (2022) implementasi inovasi hijau terbukti mampu memberikan stimulus positif yang secara signifikan

mendongkrak valuasi pasar korporasi. Hal ini disebabkan penerapan strategi dari inovasi hijau pada perusahaan yang ditujukan untuk keberlangsungan lingkungan justru menjadi suatu keunggulan inovatif dan dapat dijadikan prediksi dalam mengukur suatu nilai perusahaan, serta dengan diterapkannya inovasi hijau pada perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat implementasi inovasi hijau yang diterapkan oleh suatu perusahaan, maka semakin besar pula potensi peningkatan nilai perusahaan di mata investor maupun pemangku kepentingan.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Dewi & Rahmianingsih, (2020) implementasi inovasi hijau terbukti mampu memberikan stimulus positif yang secara signifikan mendongkrak valuasi pasar korporasi. Hal ini dikarenakan penerapan teknologi ramah lingkungan yang efektif dan efisiensi dapat menurunkan biaya operasional sehingga meningkatkan keuntungan perusahaan. Selain itu, investor saat ini tidak hanya mempertimbangkan profitabilitas tetapi juga kinerja lingkungan perusahaan, sehingga perusahaan menerapkan inovasi hijau sebagai daya tarik bagi investor dan mencerminkan prospek keberlanjutan yang baik di masa mendatang.

Pengembangan dan pengungkapan program inovasi hijau yang dilakukan secara konsisten pada aktivitas bisnis perusahaan akan diinterpretasikan sebagai sinyal positif oleh para pemegang saham yang mencerminkan bagaimana keseriusan penuh dari perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan dan keunggulan kompetitif, sehingga akan memperkuat keyakinan pemegang saham atas perkembangan jangka panjang perusahaan dan memberikan dampak pada

kenaikan nilai Perusahaan (Fabiola & Khusnah, 2022). Selain itu, perusahaan menerapkan teknologi ramah lingkungan yang efektif dan efisien dalam proses operasionalnya yang tidak hanya mampu untuk mengurangi dampak negatif perusahaan tetapi juga berkontribusi pada peurunan biaya operasional, yang akhirnya akan mendongkrak keuntungan perusahaan. Selaras dengan teori sinyal bahwa penilaian investor tidak hanya mempertimbangkan profitabilitas melainkan mempertimbangkan kinerja lingkungan sebagai tolak ukur paling mendasar ketika mengambil kebijakan penanaman modal.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H2: Inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.