

Pengaruh *Intellectual capital*, *Carbon emission disclosure* dan *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Haikal Anjas Romas¹, Armel Yentifa^{2*}, Afridian Wirahadi Ahmad³

¹Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

Email: haikalanjasromas@gmail.com

^{2*} Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

Email: armel@pnp.ac.id

³Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

Email: afridian@pnp.ac.id

*Corresponding Author

Received: 22 May 2026; Revised: 07 Juli 2026; Accepted: 15 Agustus 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of intellectual capital, carbon emission disclosure, and corporate social responsibility on company value in energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2022-2024. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling technique. The data collection method in this study uses secondary data, namely from annual financial reports and sustainability reports obtained from the official publications of each bank for the period 2022-2024. The sample used in this study consisted of 17 companies with a total of 51 data points. Data analysis was performed using multiple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics 25 software. The results showed that intellectual capital had no effect on company value, carbon emission disclosure had a significant negative effect on company value, and corporate social responsibility had a significant positive effect on company value.

Keywords: *Company Value, Intellectual capital, Carbon emission disclosure, Corporate social responsibility*

ABSTRAK

Penelitian ini diarahkan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *intellectual capital*, *carbon emission disclosure* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022-2024. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data dalam Studi ini menerapkan data sekunder yaitu dari laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan yang diperoleh dari publikasi resmi masing-masing bank periode 2022-2024. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 17 perusahaan dengan total sampel sebanyak 51 data. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Nilai Perusahaan, Intellectual capital, Carbon Emission Disclosure, Corporate social responsibility*

Pendahuluan

Pemanasan global telah menjadi masalah lingkungan paling mendesak yang dihadapi dunia saat ini. Peningkatan suhu rata-rata bumi akibat efek gas rumah kaca mengakibatkan perubahan iklim yang ekstrem, naiknya permukaan air laut, dan krisis sumber daya alam. Salah satu faktor utama penyebab pemanasan global adalah emisi karbon yang dihasilkan dari aktivitas industri, terutama pada sektor energi. Data *International Energy Agency* (IEA) (2023) [10] memperlihatkan bahwa emisi CO₂ global meningkat 1,1% atau sekitar 410 juta ton pada tahun 2023, mencapai rekor tertinggi lebih dari 37,4 miliar ton.

Pada saat ini perusahaan tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, melainkan juga diuntut untuk tanggung jawab sosial dan lingkungan. John Elkington memperkenalkan konsep *Triple Bottom Line* (3P: *Profit, People, Planet*) sebagai dasar keberlanjutan perusahaan. Citra dan nilai perusahaan kini bukan semata-mata ditentukan oleh kinerja keuangan, melainkan juga oleh bagaimana perusahaan mengelola aspek sosial dan lingkungan (Anggraini & Handayani, 2021)[2]. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kesejahteraan pemegang saham sekaligus keberlanjutan jangka panjang (Komala et al., 2021)[13].

Di Indonesia, regulasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012, yang mewajibkan pelaporan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan strategi yang relevan bagi perusahaan untuk mempertahankan reputasi dan meningkatkan nilai perusahaan (Erawati & Cahyaningrum, 2021)[5]. Selain CSR, *Carbon emission disclosure* (CED) juga menjadi instrumen penting dalam menilai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Perusahaan yang secara transparan mengungkapkan emisi karbon dan strategi mitigasinya umumnya memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor (Salsabila & Aristantia, 2025)[24].

Selain itu, *Intellectual capital* (IC) atau modal intelektual memiliki peran strategis dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Pengetahuan, keahlian, dan inovasi karyawan merupakan aset tidak berwujud yang berpotensi meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan (Previdayana & Susilo, 2023)[18]. Dalam era ekonomi berbasis pengetahuan, pengelolaan IC yang efektif merupakan faktor penting peningkatan nilai perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Beberapa studi menegaskan bahwa IC dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Setiawan et al., 2023)[26], sedangkan studi lainnya menghasilkan temuan yang berlawanan untuk CED (Khasanah, 2022)[12]. Ketidakkonsistenan ini menggambarkan adanya kesenjangan penelitian, terutama pada sektor energi yang termasuk kontributor terbesar emisi karbon di Indonesia.

Penelitian ini diarahkan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Intellectual capital*, *Carbon emission disclosure*, dan *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Hasil kajian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan teori keberlanjutan perusahaan serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi keberlanjutan yang berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan.

Tinjauan Pustaka

Stakeholder Theory

Teori stakeholder pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 dan menegaskan bahwa teori *stakeholder* adalah teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Teori stakeholder merupakan teori yang menegaskan bahwa perusahaan bukanlah objek yang berfokus pada target operasional untuk kepentingan sendiri namun juga perusahaan wajib menciptakan manfaat bagi seluruh *stakeholder* (Limbong, 2019)[15]. Teori stakeholder menegaskan bahwa perusahaan bukan semata-mata memiliki kewajiban kepada para pemegang saham (*shareholders*), melainkan juga kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*). Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa keberlangsungan perusahaan tidak dapat dipisahkan dari dukungan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap aktivitas perusahaan (Aruan et al., 2021)[3].

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang mencerminkan penilaian investor terhadap kinerja, prospek, dan keberlanjutan perusahaan. Nilai perusahaan menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi seluruh pemangku kepentingan (Satria & Widyawati, 2023)[25]. Konsep nilai perusahaan ini juga menggambarkan nilai jual sebuah perusahaan yang dapat tercermin melalui jumlah saham yang beredar, total aset dan liabilitas yang tercatat dalam laporan keuangan (Yuliandhari et al., 2023)[28].

Konsep nilai perusahaan ini juga menggambarkan nilai jual sebuah perusahaan yang dapat tercermin melalui jumlah saham yang beredar, total aset dan liabilitas yang tercatat dalam laporan keuangan. Nilai perusahaan diukur menggunakan teknik pengukuran Tobin's Q. Tobin's Q dapat diukur dengan membandingkan nilai pasar perusahaan saat ini dengan jumlah yang diperlukan untuk mengganti semua asetnya. Rasio Tobin's Q ini diperoleh dari perbandingan antara nilai pasar saham dengan nilai buku ekuitasnya (Bahriansyah & Lestari Ginting, 2022)[4].

Intellectual capital

Intellectual capital merupakan aset tidak berwujud yang terdiri atas pengetahuan, informasi, pengalaman, dan kemampuan organisasi yang dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah serta keunggulan kompetitif perusahaan (Rivandi & Septiano, 2021)[22]. Pengukuran *intellectual capital* umumnya menggunakan metode Value Added Intellectual Coefficient (VAIC™) yang mencakup Value Added Capital Employe (VACA), Value Added Human Capital (VAHU) dan Structural Capital Value Added (STVA) sebagai indikator

efisiensi pengelolaan modal intelektual. Berdasarkan Stakeholder Theory, pengelolaan intellectual capital yang efektif berpotensi meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing perusahaan sehingga mendorong kenaikan nilai perusahaan (Indriasari, 2026) [9].

Carbon emission disclosure

Carbon emission disclosure adalah pengungkapan informasi mengenai emisi karbon yang dihasilkan perusahaan sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas lingkungan kepada para pemangku kepentingan, guna mendukung pengelolaan risiko perubahan iklim, meningkatkan legitimasi dan reputasi perusahaan, serta mencerminkan komitmen terhadap praktik bisnis berkelanjutan. Semakin luas pengungkapan emisi karbon yang dilakukan, semakin tinggi pula tingkat akuntabilitas dan legitimasi perusahaan di mata investor maupun masyarakat. Oleh karena itu, carbon emission disclosure merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja lingkungan perusahaan dan dalam penelitian ini diukur menggunakan indeks pengungkapan GRI 305: Emissions (Rahmanita, 2020)[21].

Corporate social responsibility

Corporate social responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha secara etis dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan serta memenuhi tanggung jawab kepada seluruh pemangku kepentingan, bukan semata-mata kepada pemegang saham (Riyanti & Raharjo, 2021)[23]. Berdasarkan ISO 26000 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, CSR merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan. Implementasi CSR dipandang sebagai investasi strategis yang mampu meningkatkan reputasi, mendukung keberlanjutan perusahaan, mempererat hubungan dengan para pemangku kepentingan, serta berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui penciptaan dampak positif bagi masyarakat, lingkungan, dan kinerja perusahaan.

Metode Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh *Intellectual capital*, *Carbon emission disclosure*, dan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berorientasi pada pengujian hipotesis menggunakan data numerik (Yuliandhari et al., 2023)[27]. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Sumber data diakses melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan laman resmi masing-masing perusahaan (IDX, 2024)[8].www.idx.co.id

Populasi penelitian berjumlah 90 perusahaan sektor energi, sedangkan sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: perusahaan yang secara konsisten terdaftar di BEI, mempublikasikan laporan keberlanjutan, dan mengungkapkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) 305: Emissions. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 17 perusahaan sampel dengan periode pengamatan tiga tahun (total 51

observasi). Variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q [7]. Variabel independen terdiri dari: (1) *Intellectual capital* diukur menggunakan metode VAIC™ dari Pulic (1998)[19], (2) *Carbon emission disclosure* diukur dengan indeks GRI 305 (Global Reporting Initiative., 2016)[6], dan (3) *Corporate social responsibility* diukur berdasarkan GRI Standards 2016 [1]. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS 25, didahului oleh uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi). Pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intellectual Capital	51	.80	19.28	6.1574	4.01276
Carbon emission disclosure	51	.43	1.00	.6919	.23260
Corporate social responsibility	51	.39	.98	.7037	.18189
Nilai Perusahaan	51	.56	3.90	1.1106	.55167
Valid N (listwise)	51				

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Mengacu pada keluaran uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 di atas, memperlihatkan bahwa jumlah sampel penelitian yang dilambangkan dengan (N) berjumlah sebanyak 51 sampel. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *intellectual capital*, *carbon emission disclosure*, *corporate social responsibility*. Dengan demikian, dapat diidentifikasi bahwa *intellectual capital* sebagai variabel independen (X1) memiliki nilai minimum sebesar 0,80 dan nilai maksimum sebesar 19,28. Nilai rata-rata (mean) dari variabel ini adalah sebesar 6,1574 dengan standar deviasi sebesar 4,01276. Rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, perusahaan dalam sampel telah mengelola modal intelektual pada tingkat yang cukup baik, meskipun masih terdapat penyebaran data yang cukup besar antar perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai standar deviasi yang tinggi.

Carbon emission disclosure (X2) memiliki nilai minimum sebesar 0,43 dan nilai maksimum sebesar 1,00, dengan rata-rata sebesar 0,6919 dan standar deviasi sebesar 0,23260. Nilai rata-rata yang mendekati angka 1,00 memperlihatkan bahwa sebagian besar perusahaan telah melakukan pengungkapan emisi karbon secara cukup terbuka, meskipun masih terdapat variasi antar perusahaan dalam hal kelengkapan atau kepatuhan terhadap pedoman pengungkapan emisi karbon, sebagaimana tercermin dari nilai standar deviasinya.

Corporate social responsibility (X3) memiliki nilai minimum sebesar 0,39 dan maksimum sebesar 0,98. Rata-rata dari variabel ini adalah sebesar 0,7037 dengan standar deviasi sebesar 0,18189. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas perusahaan dalam

sampel telah menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan dan melakukan pengungkapannya dengan tingkat yang relatif memadai, dengan penyimpangan data antar perusahaan yang tergolong sedang. Rata-rata ini juga mencerminkan tingkat kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan jangka panjang.

Nilai perusahaan sebagai variabel dependen (Y) memiliki nilai minimum sebesar 0,56 dan nilai maksimum sebesar 3,90, dengan rata-rata sebesar 1,1106 serta standar deviasi sebesar 0,55167. Nilai rata-rata tersebut memperlihatkan bahwa nilai perusahaan secara keseluruhan masih berada pada tingkat yang relatif rendah, meskipun terdapat perusahaan dengan nilai yang jauh lebih tinggi. Besarnya standar deviasi menggambarkan adanya variasi nilai perusahaan yang cukup nyata dalam sampel, yang dapat berkaitan dengan kinerja keuangan, reputasi pasar, strategi keberlanjutan, dan pengelolaan sumber daya internal masing-masing perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.20286786
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.103
	Negative	-.068
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

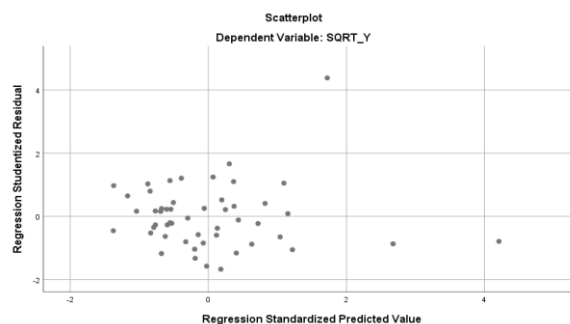
Dari hasil uji normalitas residual pada tabel 4.5 di atas setelah dilakukannya transformasi data dapat dinyatakan bahwa nilai signifikan dalam penelitian ini tercatat sebesar 0,200 artinya nilai ini menunjukkan data residual berdistribusi normal karena lebih besar dari nilai yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
	Model	Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SQRT_X1	,987	1,013
	SQRT_X2	,307	3,255
	SQRT_X3	,306	3,272
a. Dependent Variable: SQRT_Y			

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Mengacu pada tabel tersebut 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) di bawah 10 untuk setiap variabel. Nilai tolerance yang dihasilkan untuk variabel *intellectual capital* (X1), *carbon emission disclosure* (X2), dan *corporate social responsibility* (X3) adalah 0,987; 0,307 dan 0.306 sedangkan nilai VIF yang dihasilkan untuk variabel *intellectual capital* (X1), *carbon emission disclosure* (X2), dan *corporate social responsibility* (X3) adalah 1,013; 3,255 dan 3,272. Mengacu pada hasil uji multikolinearitas, Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa semua variabel independen dalam model regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas dan layak digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Mengacu pada hasil *scatterplot* pada Gambar 4.2 di atas, terlihat bahwa sebaran titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah garis horizontal nol. Titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu, seperti menyebar membentuk corong (menyempit atau melebar), gelombang, maupun pola melengkung. Selain itu, titik-titik juga tidak terkonsentrasi hanya di satu sisi garis nol, melainkan tersebar di kedua sisi secara merata. Pola tersebut mengindikasikan bahwa data penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas layak digunakan pada pengujian statistik selanjutnya.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.709 ^a	.503	.460	.16148	1.736

a. Predictors: (Constant), SQRT_X1, SQRT_X2, SQRT_X3
b. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Mengacu pada hasil uji autokorelasi pada tabel 4.8 di atas, temuan pengujian dihasilkan nilai Durbin-Watson sebesar 1.736. Nilai du diambil dari tabel Durbin-Watson dengan $n=51$ dan $k=4$, sehingga dihasilkan nilai batas atas du sebesar 1.7218 dan nilai $4 - du$ sebesar 2,2782. Karena nilai Durbin-Watson sebesar 1,736 berada di antara $du < d < 4 - du$ ($1.7218 < 1.736 < 2,3246$), maka sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan uji Durbin-Watson, dapat dinyatakan bahwa hipotesis nol tidak ditolak. Artinya, dalam model

regresi ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif dengan keputusan H0 diterima.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.127	.321		3.508	.001
SQRT_X1	.006	.018	.044	.332	.741
SQRT_X2	-1.727	.505	-.728	-3.420	.001
SQRT_X3	1.622	.650	.535	2.497	.016

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

$$Y = 1,127 + 0.006 - 1.727 + 1.622 X1X2X3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta dalam uji ini adalah sebesar 1,127 yang dapat dimaknai bahwa jika variabel *intellectual capital* (X1), *carbon emission disclosure* (X2) dan *corporate social responsibility* (X3) bernilai konstan, maka nilai perusahaan adalah sebesar 1,127.
- 2) Koefisien regresi variabel *intellectual capital* (X1) memiliki nilai koefisien dengan arah positif sebesar 0,006. Hasil tersebut menjelaskan apabila nilai *intellectual capital* mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,006.
- 3) Koefisien regresi variabel *carbon emission disclosure* (X2) memiliki nilai koefisien dengan arah negatif sebesar -1,727. Hasil tersebut menjelaskan apabila nilai *carbon emission disclosure* mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -1,727.
- 4) Koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* (X3) memiliki nilai koefisien dengan arah positif sebesar 1,622. Hasil tersebut menjelaskan apabila nilai *corporate social responsibility* mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 1,622.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.460	.16148

a. Predictors: (Constant), SQRT_X1, SQRT_X3, SQRT_X2

b. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Mengacu pada tabel tersebut, nilai Adjusted R-Square yaitu sebesar 0,460. Berdasarkan nilai tersebut, Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen yaitu *intellectual capital*, *carbon emission disclosure*, dan *corporate social responsibility* mampu menjelaskan 46% terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, sedangkan sisanya yakni 54% dijelaskan oleh variabel lain di luar model atau oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.127	.321		3.508	.001
SQRT_X1	.006	.018	.044	.332	.741
SQRT_X2	-1.727	.505	-.728	-3.420	.001
SQRT_X3	1.622	.650	.535	2.497	.016

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Keterangan:

1. Pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.
Hasil pada tabel tersebut memperlihatkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana hasil t hitung 0,332 > t tabel 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,741 > 0,05. Dengan demikian, *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan.
Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dimana hasil t hitung -3,420 > t tabel 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
Hasil pada tabel tersebut memperlihatkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dimana hasil t hitung 2,497 > t tabel 2,011 dengan tingkat signifikansi 0,016 < 0,05. Jadi dapat disimpulkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai keuangan.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.213	4	.303	11.634	.000 ^b
Residual	1.200	46	.026		
Total	2.413	50			

a. Dependent Variable: SQRT_Y

b. Predictors: (Constant), SQRT_X1, SQRT_X3, SQRT_X2

Sumber: Data olahan dari SPSS (2025)

Mengacu pada hasil uji F pada Tabel 4.12 dihasilkan nilai f hitung $11,643 > f$ tabel $2,55$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$, Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara simultan. Artinya, *variabel intellectual capital, carbon emission disclosure* dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2022–2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen memiliki daya jelas yang memadai terhadap variasi nilai perusahaan dalam model regresi yang digunakan.

Pengaruh intellectual capital terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu intellectual capital berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun Mengacu pada hasil penelitian, intellectual capital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,741 > 0,05$. Dengan demikian, intellectual capital juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama ditolak.

Penolakan hipotesis tersebut dapat dijelaskan oleh kenyataan bahwa aset tidak berwujud yang terkandung di dalamnya, seperti pengetahuan, inovasi, dan keterampilan sumber daya manusia, sering kali sulit untuk diukur secara kuantitatif. Investor relatif lebih fokus pada aspek keuangan yang riil, seperti laba bersih dan arus kas, yang secara langsung dapat merefleksikan prospek keuntungan perusahaan. Keterbatasan pengukuran ini menjadikan *intellectual capital* kurang mendapat perhatian sebagai faktor utama dalam penilaian nilai perusahaan. Hal ini menyebabkan *intellectual capital* dianggap sebagai faktor pelengkap, bukan penentu utama nilai perusahaan. Dengan demikian, kontribusi *intellectual capital* terhadap peningkatan nilai perusahaan cenderung terbatas ketika dikomparasikan dengan ukuran keuangan yang lebih objektif dan mudah dipahami oleh pasar.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa teori *stakeholder* belum sepenuhnya terpenuhi dalam praktik perusahaan sektor energi, khususnya dalam hal pengelolaan modal intelektual. Temuan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menggambarkan adanya kesenjangan antara harapan teoritis dan fakta lapangan. Menurut teori stakeholder, perusahaan seharusnya menciptakan nilai bukan semata-mata untuk pemegang saham, melainkan juga untuk seluruh pemangku kepentingan melalui penguatan sumber daya manusia, sistem internal, dan hubungan eksternal. Akibatnya, pasar cenderung belum mempertimbangkan aspek-aspek intelektual dalam menilai nilai perusahaan, dan lebih menitikberatkan pada kinerja keuangan dan aset fisik. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa implementasi prinsip-prinsip Teori Stakeholder dalam konteks pengelolaan modal intelektual masih bersifat terbatas dan belum optimal.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa intellectual capital belum dianggap sebagai determinan utama nilai perusahaan karena pasar masih menitikberatkan pada indikator keuangan yang terukur dan objektif, sehingga perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk meningkatkan transparansi serta strategi pengungkapan aset intelektual agar mampu memberikan sinyal yang lebih kuat kepada investor dan pada akhirnya tercermin dalam nilai pasar. Selain itu, penelitian dapat memperluas pendekatan dengan menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif, misalnya melalui analisis laporan tahunan atau wawancara dengan manajemen SDM. Transparansi pelaporan mengenai investasi sumber daya manusia juga perlu ditingkatkan oleh perusahaan. Dengan begitu, stakeholder dan investor dapat memahami nilai strategis dari intellectual capital secara lebih objektif. Hal ini akan memperkuat keterkaitan antara teori stakeholder dan pengelolaan aset intelektual dalam menciptakan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian Adelina & Arza (2021) yang juga menemukan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [1]. Kesamaan hasil ini memperkuat dugaan bahwa kontribusi *Intellectual Capital*, meskipun secara teoritis dianggap strategis, belum sepenuhnya tercermin dalam penilaian pasar atau nilai perusahaan yang diukur melalui harga saham [1]. Hal ini bisa disebabkan oleh karakteristik yang cenderung memberikan dampak jangka panjang, sehingga kontribusinya belum terdeteksi secara langsung dalam periode waktu yang terbatas. Selain itu, rendahnya kualitas dan konsistensi pengungkapan informasi terkait *Intellectual Capital* dalam laporan perusahaan juga dapat menjelaskan mengapa investor belum menjadikan *Intellectual Capital* sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi.

Tetapi berbeda dengan hasil penelitian Setiawan et al. (2023)[26] dan Pratami & Aryanti (2023) yang menyatakan intellectual capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan [16]. Hal ini berkaitan dengan teori stakeholder yang menegaskan bahwa perusahaan perlu menciptakan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk melalui pengembangan aset tidak berwujud seperti kompetensi karyawan, sistem manajemen, dan relasi eksternal. Ketika modal intelektual dikelola dengan baik dan dikomunikasikan secara transparan, maka hal ini berpotensi meningkatkan kepercayaan stakeholder, memperkuat reputasi perusahaan, serta mendorong persepsi positif pasar terhadap nilai jangka panjang perusahaan.

Pengaruh carbon emission disclosure terhadap nilai perusahaan

Hipotesis kedua (H2) yang diajukan penelitian ini yaitu *carbon emission disclosure* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian, bahwa carbon emission disclosure memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Namun demikian, arah hubungan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah negatif, artinya semakin tinggi tingkat

pengungkapan emisi karbon yang dilakukan, maka nilai perusahaan justru cenderung menurun.

Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun pengungkapan emisi karbon dimaksudkan sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap isu lingkungan, pasar dan investor belum meresponsnya secara positif. Salah satu alasan yang mungkin mendasari temuan ini adalah persepsi investor bahwa perusahaan yang mengungkapkan tingkat emisi karbon tinggi akan menghadapi risiko yang lebih besar di masa depan. Risiko tersebut meliputi potensi sanksi regulasi, tekanan sosial, peningkatan biaya kepatuhan, atau kewajiban investasi dalam teknologi ramah lingkungan.

Investor umumnya lebih sensitif terhadap risiko jangka pendek yang berhubungan dengan keberlanjutan dibanding manfaat jangka panjangnya. Akibatnya, perusahaan yang proaktif dalam mengungkapkan data emisi sering kali menghadapi penilaian negatif, meskipun niatnya adalah untuk membangun kepercayaan dan reputasi. Respons pasar yang konservatif terhadap informasi keberlanjutan dapat menjelaskan mengapa *carbon emission disclosure* masih diasosiasikan dengan penurunan nilai perusahaan.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini tetap sejalan dengan teori stakeholder, yang menekankan pentingnya perusahaan untuk memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, investor, dan lingkungan alam. Dalam kerangka teori ini, *carbon emission disclosure* dipandang sebagai komitmen perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Pengungkapan tersebut bukan hanya ditujukan untuk mematuhi peraturan, melainkan juga sebagai bagian dari komunikasi strategis kepada stakeholder bahwa perusahaan peduli terhadap dampak lingkungan dari operasionalnya.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa perusahaan perlu lebih cermat dalam menyusun dan menyampaikan informasi terkait *carbon emission disclosure* agar tidak menimbulkan persepsi negatif dari investor. Meskipun pengungkapan emisi karbon mencerminkan tanggung jawab lingkungan, temuan bahwa pengaruhnya terhadap nilai perusahaan bersifat negatif memperlihatkan bahwa pasar masih menganggap informasi tersebut sebagai sinyal risiko. Oleh karena itu, perusahaan harus menyertai pengungkapan dengan narasi yang menjelaskan strategi pengelolaan emisi, Upaya pengurangan emisi, serta target dan capaian keberlanjutan yang jelas. Dengan pendekatan ini, *carbon emission disclosure* dapat menjadi alat strategis untuk membangun kepercayaan stakeholder dan meningkatkan reputasi, yang pada akhirnya mampu memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh temuan sebelumnya dari Pratiwi et al. (2024)[17] dan Khasanah (2022) yang menegaskan bahwa *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan [12]. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengungkapan emisi karbon masih dipersepsikan sebagai sinyal risiko oleh pasar, bukan sebagai bentuk keunggulan keberlanjutan. Investor cenderung menilai bahwa perusahaan dengan tingkat pengungkapan emisi yang tinggi berpotensi menghadapi

tekanan regulasi, biaya kepatuhan yang meningkat, serta risiko reputasi di masa depan. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmanita (2020)[20]; Yuliandhari et al. (2023)[28]; Hardianti & Mulyani (2023)[7] yang menemukan bahwa carbon emission disclosure berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan

Hipotesis ketiga (H3) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian, bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,016 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima.

Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosial, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin dalam persepsi investor dan pasar. Hasil ini mencerminkan bahwa pasar memberikan apresiasi positif terhadap perusahaan yang memiliki komitmen kuat terhadap keberlanjutan sosial. CSR dipandang sebagai upaya perusahaan dalam menjaga hubungan harmonis dengan stakeholder, baik internal maupun eksternal, serta sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan. Program CSR yang terstruktur dan konsisten bukan semata-mata memperkuat citra dan reputasi perusahaan, melainkan juga meningkatkan kepercayaan publik dan investor, yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori stakeholder yang menegaskan bahwa keberhasilan jangka panjang perusahaan bukan semata-mata ditentukan oleh kepentingan pemegang saham, melainkan juga bergantung pada bagaimana perusahaan memenuhi ekspektasi berbagai pemangku kepentingan lainnya, seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah. Dengan mengimplementasikan CSR secara aktif, perusahaan menunjukkan tanggung jawab sosial dan etika bisnis yang tinggi, sehingga mempererat hubungan jangka panjang dengan *stakeholder* dan memperbesar potensi keberlanjutan usaha. Dalam pandangan teori ini, keberhasilan jangka panjang perusahaan bukan semata-mata ditentukan oleh kinerja keuangan, melainkan juga oleh seberapa baik perusahaan menjawab kebutuhan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Implikasi dari temuan ini bahwa CSR bukan hanya menjadi tanggung jawab moral perusahaan, melainkan juga menjadi strategis bisnis yang efektif dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Perusahaan yang mampu menjalankan aktivitas CSR nya dengan tujuan bisnis serta kebutuhan *stakeholder* akan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di mata investor dan masyarakat akan lebih mudah membangun kepercayaan dan mendapatkan posisi yang kuat di pasar. Dalam hal ini, CSR berperan sebagai penghubung antara kepedulian sosial dan pencapaian keuntungan bisnis, sebagaimana dijelaskan dalam teori stakeholder.

Hasil ini konsisten dengan temuan penelitian Lestari (2023)[14], yang menegaskan bahwa corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. temuan pengujian memperlihatkan bahwa aktivitas CSR yang dijalankan secara konsisten mampu meningkatkan citra dan kepercayaan *stakeholder*, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. CSR bukan hanya bentuk tanggung jawab sosial, melainkan juga strategi bisnis yang efektif dalam menciptakan reputasi dan nilai jangka panjang.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Khair et al. (2023)[11] dan Adelina & Arza (2021)[1] yang menegaskan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini dapat terjadi oleh pelaksanaan CSR yang belum optimal atau hanya bersifat formalitas. Jika CSR dijalankan hanya untuk memenuhi kewajiban tanpa strategi yang jelas dan tidak dikomunikasikan secara efektif, maka investor dan *stakeholder* cenderung tidak menganggapnya sebagai faktor penting dalam penilaian perusahaan. Akibatnya, dampaknya terhadap nilai perusahaan menjadi tidak signifikan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa agar CSR memberikan pengaruh, perlu pelaksanaan yang konsisten, relevan, dan benar-benar mencerminkan komitmen perusahaan terhadap isu sosial dan lingkungan.

Pengaruh Intellectual Capital, Carbon Emission Disclosure dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Mengacu pada hasil uji hipotesis yang dilakukan, dihasilkan nilai f hitung 11,634 > f tabel 2,55 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H4 yang menegaskan bahwa *intellectual capital*, *carbon emission disclosure* dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa *intellectual capital*, *carbon emission disclosure* dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

Hasil penelitian ini memperkuat relevansi teori stakeholder, yang menegaskan bahwa perusahaan bukan semata-mata bertanggung jawab kepada pemegang saham, melainkan juga kepada seluruh pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh aktivitas bisnis perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. *Intellectual Capital* mencerminkan perhatian perusahaan terhadap pengembangan karyawan dan sistem internal, sementara *Carbon Emission Disclosure* menunjukkan tanggung jawab terhadap isu lingkungan yang menjadi perhatian publik. Di sisi lain, *corporate social responsibility* menunjukkan komitmen sosial perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan. Ketika ketiga aspek ini dijalankan secara simultan dan terintegrasi, maka perusahaan akan dipandang sebagai entitas yang bertanggung jawab dan berorientasi jangka panjang, sehingga meningkatkan daya tariknya di mata investor.

Temuan ini juga memberikan implikasi praktis bahwa perusahaan harus merancang strategi manajemen yang bukan semata-mata fokus pada efisiensi operasional, melainkan

juga pada penguatan aset tidak berwujud, pelaporan keberlanjutan, serta pelaksanaan program CSR yang nyata. Manajemen perlu menempatkan ketiga variabel ini sebagai bagian dari nilai strategis yang melekat dalam proses bisnis, bukan sebagai sekadar kewajiban pelaporan. Selain itu, perusahaan perlu mengkomunikasikan secara efektif pencapaian dalam hal modal intelektual, pengelolaan emisi, dan tanggung jawab sosial kepada *stakeholder* melalui media pelaporan yang transparan. Dengan demikian, perusahaan bukan semata-mata dapat menciptakan nilai ekonomi, melainkan juga membangun nilai sosial dan lingkungan yang menjadi landasan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Mengacu pada hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai pengaruh *intellectual capital*, *carbon emission disclosure*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, Dengan demikian, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa besarnya *intellectual capital* yang dimiliki perusahaan belum cukup untuk memengaruhi peningkatan nilai perusahaan di mata investor.
2. Variabel *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan emisi karbon, semakin rendah nilai perusahaan, yang mungkin disebabkan oleh persepsi pasar bahwa pengungkapan tersebut mencerminkan risiko lingkungan atau potensi biaya tambahan yang berdampak negatif terhadap kinerja keuangan.
3. Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial yang baik dan berkelanjutan mampu meningkatkan reputasi, kepercayaan *stakeholder*, serta memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan nilai perusahaan di mata publik dan investor.
4. Variabel *intellectual capital*, *carbon emission disclosure* dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang mampu memenuhi harapan para pemangku kepentingan melalui pengelolaan sumber daya intelektual, kepedulian lingkungan, dan tanggung jawab sosial akan memperoleh kepercayaan publik yang lebih besar, sebagaimana dijelaskan dalam teori *stakeholder*.

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya jika ingin melakukan penelitian dengan tema sejenis sebaiknya memperpanjang periode pengamatan sehingga pengaruh dapat tercermin melalui jangka waktu yang lebih panjang.
2. Bagi penelitian berikutnya diharapkan menggunakan sektor perusahaan yang terdiri dari banyak perusahaan atau menggunakan beberapa sektor lainnya seperti sektor manufaktur dan sektor pertambangan sehingga hasil temuan dapat menggambarkan pengaruh terhadap nilai perusahaan secara lebih luas di Bursa Efek Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur kepemilikan, *good corporate governance*, ukuran perusahaan dan risiko lingkungan, sehingga hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang lebih utuh dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai Perusahaan.

Referensi

- [1] Adelina, R., & Arza, F. (2021). Pengaruh intellectual capital, corporate social responsibility, dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 18(2), 112–126.
- [2] Anggraini, D. R., & Handayani, S. R. (2021). Triple Bottom Line Sebagai Dasar Keberlanjutan Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 24(1), 35–47.
- [3] Aruan, D. A., Veronica, Liandy, C., Christina, D., & Fanny. (2021). The Influence of Public Ownership, NPM, Company Growth, and Solvency on CS Disclosure in Infrastructure Companies. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*, 5(2), 556–565.
- [4] Bahriansyah, R. I., & Lestari Ginting, Y. (2022). Pengungkapan Emisi Karbon Terhadap Nilai Perusahaan dengan Media Exposure Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(02), 249–260. <https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.02.21>
- [5] Erawati, D., & Cahyaningrum, W. (2021). Corporate social responsibility sebagai strategi peningkatan nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 45–58.
- [6] Global Reporting Initiative. (2016). GRI 305: Emissions 2016. Amsterdam: GRI Standards.
- [7] Hardianti, M., & Mulyani, A. (2023). Carbon emission disclosure dan implikasinya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 55–68.
- [8] IDX. (2024). Laporan tahunan dan keberlanjutan perusahaan sektor energi 2022–2024. Jakarta: Bursa Efek Indonesia. <https://www.idx.co.id>
- [9] Indriasari. (2026). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan di Mediasi Oleh Kinerja Keuangan: Studi Pada BUMN di Indonesia. Universitas Lampung.
- [10] International Energy Agency (IEA). (2023). Global CO₂ Emissions 2023 Report. Paris: IEA Publications.
- [11] Khair, A., Pratama, F., & Dewi, R. (2023). Analisis pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan sektor energi. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 7(2), 89–99.
- [12] Khasanah, U. (2022). Pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai

- perusahaan di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(3), 201–212.
- [13] Komala, D., Sari, L., & Hidayat, P. (2021). Determinasi nilai perusahaan melalui kinerja sosial dan lingkungan. 13(1), 77–88. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 13(1), 77–88.
 - [14] Lestari, N. (2023). Dampak corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan: studi empiris pada sektor pertambangan. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 24(2), 88–101.
 - [15] Limbong, C. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ecobisma*, 6(2), 92–105.
 - [16] Pratami, R., & Aryanti, D. (2023). Hubungan antara intellectual capital dan nilai perusahaan di era digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(4), 222–233.
 - [17] Pratiwi, S., Rahman, F., & Yusuf, A. (2024). Carbon emission disclosure dan reaksi pasar pada perusahaan energi. *Jurnal Keuangan Dan Lingkungan*, 6(1), 15–29.
 - [18] Previdayana, A., & Susilo, D. (2023). Peran intellectual capital dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 11(1), 56–70.
 - [19] Pulic, A. (1998). Measuring the Performance of Intellectual Potential (IP) in Knowledge Economy. In 2nd World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital. McMaster University. <https://www.bib.irb.hr/35384>
 - [20] Rahmanita, R. (2020). Pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 24(3), 111–122.
 - [21] Rahmanita, S. (2020). Pengaruh Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Akuntansi : Jurnal Akuntansi Integratif*, 6(01), 54–71.
 - [22] Rivandi, M., & Septiano, R. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Disclosure Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(1), 123–136.
 - [23] Riyanti, C., & Raharjo, S. T. (2021). Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 115–126.
 - [24] Salsabila, S. N., & Aristantia, S. E. (2025). Determinasi Pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia : Kajian Profitabilitas , Kinerja Lingkungan , Tekanan Stakeholder dan Media Exposure. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(4), 1594–1602.
 - [25] Satria, R., & Widyawati, T. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2021). *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 13–20. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.614>
 - [26] Setiawan, D., Lestari, W., & Fadilah, N. (2023). Pengaruh intellectual capital terhadap nilai perusahaan di sektor energi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 77–89.
 - [27] Yuliandhari, F., Nur, M., & Hartati, S. (2023). Carbon emission disclosure dan nilai pasar perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Audit*, 8(1), 33–48.

- [28] Yuliandhari, W. S., Saraswati, R. S., & Rasid Safari, Z. M. (2023). Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan. Owner : Riset & Jurnal Akuntansi, 7(2), 1526–1539.