



Peran Moderasi dari Nilai Perusahaan Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Emisi Karbon, pada Investasi Keberlanjutan

Cory Indriani Br Sembiring¹, Nera Marinda Machdar²

¹Universitas Kristen Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: coryindriani12@gmail.com¹, nmachdar@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received Juli 04, 2025

Revised Juli 19, 2025

Accepted Juli 25, 2025

Keywords:

Corporate Social Responsibility (Csr), Carbon Emissions, Profitability, Firm Value, Energy Sector.

ABSTRACT

This study aims to investigate and analyze the factors that influence corporate social responsibility (CSR), carbon emissions, and profitability in relation to investments made by companies as moderators. The example used in this study is an energy sector company listed on the Bursa Efek Indonesia (BEI) for the years 2020–2023. The research method used is panel data regression analysis. Sampel is used by about 20 companies, therefore a total of 60 companies are derived from the total of 20 samples used over the three-year study period.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received Juli 04, 2025

Revised Juli 19, 2025

Accepted Juli 25, 2025

Keywords:

Corporate Social Responsibility (Csr), Emisi Karbon, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Sektor Energi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), emisi karbon, dan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai moderator. Contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020–2023. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Sampel yang digunakan sekitar 20 perusahaan, oleh karena itu total 60 perusahaan berasal dari total 20 sampel yang digunakan selama periode penelitian tiga tahun.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Cory Indriani Br Sembiring

Universitas Kristen Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

E-mail: coryindriani12@gmail.com

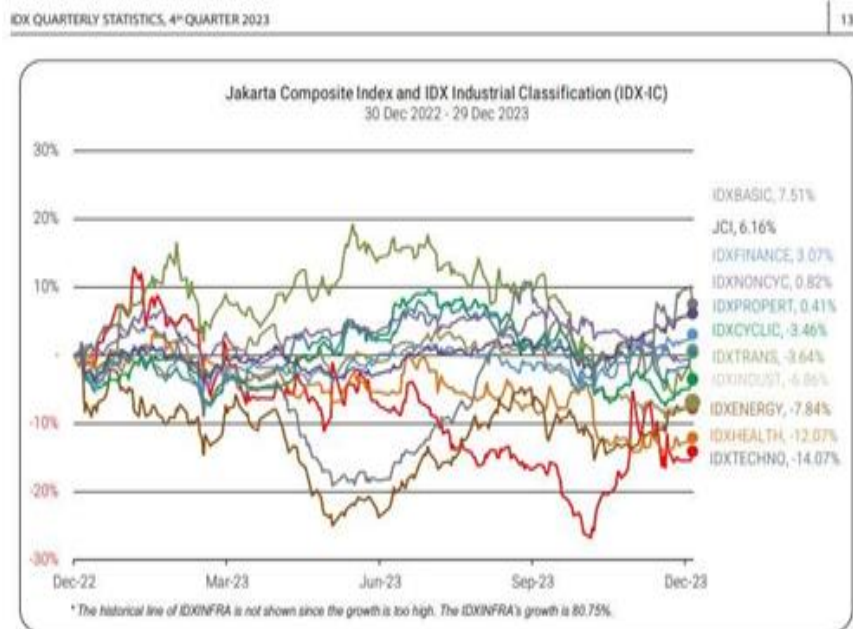
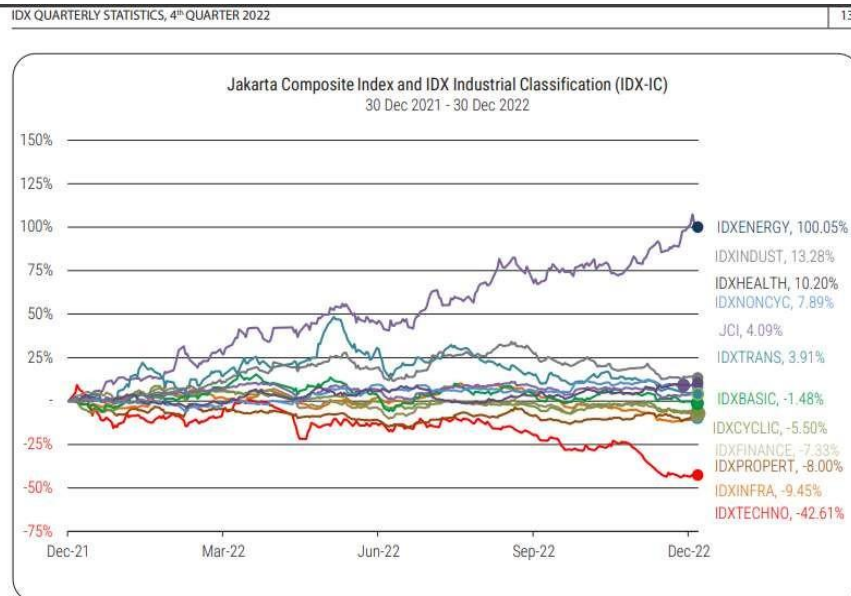
Pendahuluan

Sektor energi memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB negara, dan menyediakan sumber daya vital bagi industri lainnya. Namun, sektor ini juga menghadapi tantangan yang kompleks, seperti fluktuasi harga komoditas, perubahan regulasi, dan persyaratan investasi yang signifikan. Untuk mengatasi kendala

1398 | Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner (JPIM)

ini, perusahaan energi harus menjaga keseimbangan kehidupan kerja yang sehat dan meningkatkan nilai perusahaan mereka untuk menarik investor dan memastikan keberhasilan bisnis mereka. Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilainya. Peningkatan nilai perusahaan merupakan faktor yang sangat penting bagi bisnis karena merupakan cerminan seberapa baik kinerja bisnis, yang akan memengaruhi sentimen investor terhadap perusahaan. Namun, nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat investor khawatir tentang operasi perusahaan dan, yang lebih penting, prospeknya di masa depan (Amanah, 2018).

Gambar Indeks Harga Saham Gabungan dan Klasifikasi Industri BEI 2022 dan 2023



Grafik di atas menunjukkan bahwa sejak 30 Desember 2021 hingga 30 Desember 2022, sektor energi mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi, yakni mencapai 100,05%. Perkembangan tersebut terutama terjadi pada Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dan sejumlah industri besar lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor pendorong yang cukup signifikan di sektor energi dalam kurun waktu tersebut. Perubahan yang cukup signifikan terjadi pada periode 30 Desember 2022 hingga 29 Desember 2023. Sektor energi mengalami penurunan sekitar -7,54%. Berdasarkan grafik di atas,



analisis pertumbuhan sektor energi berimplikasi pada sentimen investor. Pertumbuhan sektor energi yang diperkirakan mencapai puncaknya pada tahun 2022 akan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi investor pada saham-saham terkait energi. Penurunan sektor energi pada tahun 2023 menunjukkan pentingnya manajemen risiko dan kewaspadaan bagi investor, sehingga bisnis di sektor ini layak untuk diteliti.

Hasil penelitian saat ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan penelitian mengenai dampak tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), emisi karbon, dan profitabilitas terhadap keberlanjutan investasi. Investasi keberlanjutan merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk menegakkan prinsip pembangunan melalui alokasi dana pada proyek yang mempertimbangkan faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Dewi (2021) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang tinggi lebih proaktif dalam melakukan investasi besar. Menurut beberapa penelitian terkini, CSR berdampak positif terhadap tingkat modal investasi (Pratiwi & Dewi, 2021; Lee & Park, 2022).

Selain tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), emisi karbon merupakan indikator penting untuk menilai kinerja operasional bisnis. Tingkat emisi karbon perusahaan mengukur efisiensi energi dan dampak lingkungan. Seiring meningkatnya jumlah emisi yang dihasilkan, demikian pula potensi risiko yang dihadapi bisnis, baik melalui tindakan regulasi, ketidakpercayaan konsumen, atau tindakan hukum. Karena itu, banyak bisnis yang menerapkan strategi untuk mengurangi emisi, seperti menggunakan energi terbarukan, meningkatkan efisiensi proses produksi, dan bahkan menerapkan teknologi terbarukan karbon. Beberapa penelitian mendukung pandangan ini. Menurut penelitian Putri dan Lestari (2023) terhadap perusahaan energi Indonesia, emisi karbon memiliki hubungan positif dengan modal lingkungan sebagai bentuk investasi jangka panjang. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan Zhou dkk. (2021) terhadap perusahaan Tiongkok menegaskan bahwa perusahaan dengan emisi karbon tinggi lebih cenderung meningkatkan investasinya pada teknologi mutakhir, terutama dalam lingkungan regulasi. Hal ini menunjukkan bahwa emisi karbon dapat menjadi motivator utama bagi bisnis untuk melakukan investasi jangka panjang yang berorientasi pada tujuan.

Faktor kunci yang memengaruhi investasi jangka panjang adalah profitabilitas. Profitabilitas berdampak positif pada investasi selanjutnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi memungkinkan bisnis memiliki kapasitas finansial untuk mengalokasikan sumber daya untuk proyek jangka panjang, termasuk investasi jangka panjang. Bisnis yang menguntungkan juga secara konsisten menerima kepercayaan investor dan memiliki fleksibilitas untuk mengajarkan strategi investasi yang cepat menghasilkan keuntungan finansial dalam jangka pendek (Amalia & Puspita, 2022; Cheng et al., 2014).

Bisnis yang bernilai mempertimbangkan persepsi pasar dalam kaitannya dengan umur dan stabilitas kerja mereka. Dalam konteks ini, nilai perusahaan dapat memperkuat atau memperkuat hubungan antara CSR, emisi karbon, dan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi lebih lanjut. Bisnis dengan tinggi yang tinggi biasanya memiliki persepsi dan reputasi investor yang lebih baik daripada yang memiliki tinggi yang lebih rendah. Dengan kata lain, nilai perusahaan biasanya dievaluasi sebagai variabel terikat atau sebagai tujuan akhir dari praktik kinerja sosial dan keuangan. Namun, tidak banyak penelitian yang menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperkuat hubungan antara CSR, emisi karbon, dan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi jangka panjang. Secara praktis, nilai perusahaan dapat digunakan untuk menunjukkan persepsi pasar terhadap kredibilitas dan legitimasi strategi perusahaan.

Kesenjangan penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini belum ada model empiris komprehensif yang mengkaji dampak simultan dari CSR, emisi karbon, dan profitabilitas terhadap keputusan investasi, sekaligus menstabilkan nilai perusahaan sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan teoritis dan praktis bagi literatur tentang akuntansi dan keuangan keberlanjutan, khususnya bagi perusahaan sektor energi yang memiliki dampak lingkungan yang signifikan dan mengalami kemerosotan ekonomi transisional.



Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Menurut Shincman (1995), legitimasi adalah keyakinan bahwa suatu bisnis beroperasi sesuai dengan sistem hukum, standar yang dikembangkan bersama, dan norma sosial. Dalam konteks ini, penerapan praktik bisnis dalam bentuk laporan keberlanjutan, seperti tanggung jawab sosial kepada bisnis (CSR) dan pengurangan emisi karbon, merupakan salah satu cara untuk memperkuat legitimasi sosial.

Pelaku bisnis di sektor energi kerap kali mengalami tekanan karena kegiatan operasionalnya dapat memengaruhi lingkungan. Oleh karena itu, CSR dan pengujian emisi karbon sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan publik. Jika suatu perusahaan tidak mengadopsi komitmen terhadap keberlanjutan, perusahaan tersebut dapat kehilangan legitimasi, yang akan berdampak negatif pada kepercayaan investor dan potensi investasi.

Teori Stakeholder

Stakeholder dalam teori Menurut Freeman (1984), bisnis tidak hanya loyal kepada pemegang saham tetapi juga kepada pemangku kepentingan lainnya, seperti karyawan, masyarakat umum, dan pemerintah. Teori stakeholder menekankan betapa pentingnya bagi bisnis untuk mempertimbangkan kebutuhan semua pihak yang terlibat, termasuk investor, karyawan, masyarakat umum, pemerintah, dan lingkungan. Karena berdampak pada pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan, kemampuan stakeholder dalam memberikan arahan demi kelancaran operasional bisnis menjadi cukup penting (Imam Ghazali, 2007). Dalam jangka panjang, bisnis diharapkan tidak hanya mengajarkan nilai jangka pendek tetapi juga ramah sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR dan emisi CO₂ merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dan transparansi bagi karyawan. Mencermati bisnis yang tidak segan-segan membahas isu, mereka lebih bersedia memberikan bantuan dalam bentuk investasi.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Investasi Keberlanjutan

Teori legitimasi menjelaskan bahwa suatu organisasi atau bisnis akan beroperasi untuk memastikan bahwa operasinya "sah" atau sesuai dengan sistem hukum yang berlaku di masyarakat. Legitimasi merupakan simbol penting yang perlu dimiliki oleh bisnis agar operasinya dapat berjalan lancar dalam jangka panjang (Suchman, 1995).

Dalam konteks saat ini, tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan, memperkuat, atau membangun kredibilitas di mata publik. Melalui CSR, perusahaan berbagi informasi tentang komitmen dan sikap mereka terhadap isu-isu sosial dan lingkungan yang menjadi kepentingan publik. Dengan kata lain, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan mekanisme komunikasi strategis yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai perusahaan kepada para pemangku kepentingan.

Berinvestasi secara berkelanjutan merupakan salah satu langkah khusus dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan tidak hanya melakukan pengungkapan simbolis.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat komitmen keberlanjutannya melalui pemanfaatan sumber daya sehari-hari dalam proyek-proyek yang difokuskan pada pelestarian lingkungan dan jangka panjang. Menurut teori legitimasi, CSR yang kredibel suatu perusahaan akan mendorongnya untuk melaksanakan komitmen tersebut melalui investasi yang sungguh-sungguh, sehingga reputasi dan citra positif perusahaan dapat terus tumbuh dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu yang sedang dihadapi. Menurut Pratiwi dan Dewi (2021), perusahaan dengan tingkat CSR yang tinggi secara konsisten meningkatkan investasinya dalam proyek lingkungan dan sosial. Hal ini memperkuat argumen bahwa CSR tidak hanya bersifat simbolis tetapi juga memengaruhi keputusan strategis,



termasuk investasi jangka panjang, sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan legitimasi bisnis di pasar.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap investasi, karena bisnis memiliki kemampuan untuk meningkatkan persepsi publik melalui tindakan nyata daripada hanya komunikasi simbolis.



Pengaruh Emisi Karbon Terhadap Investasi Keberlanjutan

Menurut Teori Legitimasi, bisnis yang menghasilkan emisi dalam jumlah besar akan menghadapi risiko kehilangan legitimasi sosialnya, terutama jika mereka gagal mengambil tindakan yang tepat untuk mengurangi degradasi lingkungan. Emisi karbon merupakan indikator utama dampak lingkungan negatif yang disebabkan oleh operasi bisnis. Di era globalisasi dan pertumbuhan ekonomi, emisi karbon tidak hanya menjadi perhatian regulasi tetapi juga menjadi perhatian bagi pemangku kepentingan lainnya, termasuk sebagai investor, konsumen, masyarakat Sipil, dan lembaga keuangan. Menurut Zhou et al. (2021), bisnis yang menghadapi kritik publik karena meningkatnya emisi karbon semakin banyak berinvestasi dalam teknologi hijau. Hal ini juga disebutkan oleh Putri dan Lestari (2023), yang menyatakan bahwa meningkatnya emisi karbon berkorelasi positif dengan peningkatan investasi lingkungan di perusahaan energi Indonesia.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Investasi Keberlanjutan

Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan dari kegiatan operasionalnya. Ketika profitabilitas meningkat, maka kemampuan perusahaan untuk mengelola keuangannya untuk terlibat dalam berbagai kegiatan strategis, seperti berinvestasi dalam proyek jangka panjang, juga meningkat. Bisnis yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki keinginan yang lebih besar untuk meningkatkan status sosialnya. Manfaat yang diterima masyarakat umum harus didistribusikan dalam bentuk kontribusi sosial dan lingkungan sehingga bisnis dapat terus tumbuh dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial. Karena itu, profitabilitas yang tinggi mendorong bisnis untuk melakukan investasi jangka panjang sebagai cara untuk meningkatkan status sosial mereka dan untuk menegaskan legitimasi kelembagaan mereka di mata masyarakat.

Menurut Amalia dan Puspita (2022), profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk berinvestasi dalam rencana jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan kinerja lab yang konsisten cenderung mampu mewujudkan tujuannya dengan cara yang jelas dan ringkas.

Moderasi Nilai Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Aset, harga saham, dan indikator pasar lainnya adalah beberapa cara bisnis mengevaluasi pasar dalam kaitannya dengan kinerja jangka panjang suatu entitas tertentu. Bisnis dengan nilai tinggi biasanya dievaluasi berdasarkan kepercayaan investor, stabilitas keuangan, dan citra publik perusahaan yang baik. Nilai perusahaan juga sering disebut sebagai strategi manajer, termasuk dalam penerapan program keberlanjutan.

Dalam konteks hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan investasi, nilai perusahaan dapat dilihat sebagai variabel moderat yang dapat melemahkan atau mengurangi dampaknya. Pengungkapan CSR merupakan cara bagi bisnis untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka tentang komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun, efektivitas pengungkapan ini dalam mendorong realisasi keberlanjutan investasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana pasar berperilaku dan bagaimana perusahaan meresponsnya.

Menurut teori legitimasi, bisnis dengan nilai pasar yang tinggi biasanya memiliki legitimasi sosial dan ekonomi yang kuat. Ketika sebuah perusahaan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), publik dan investor secara konsisten merespons dengan baik dan melihatnya sebagai komitmen yang nyata daripada strategi simbolis. Hal ini mendorong manajemen untuk secara tegas mewujudkan tanggung jawab sosial melalui investasi tertentu.

Menurut teori Sinyal, perusahaan dengan nilai pasar yang tinggi dianggap sebagai entitas yang memiliki kredibilitas dan stabilitas untuk menjalankan tugasnya. Akibatnya, ketika perusahaan dengan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang tinggi berinvestasi lebih banyak, jumlah uang yang dijual kepada publik meningkat, sehingga memudahkan penerapan CSR melalui investasi.

Sebaliknya, bagi bisnis dengan nilai pasar yang kecil, CSR mungkin tidak begitu banyak diadopsi oleh investor atau masyarakat umum karena dianggap sebagai sarana untuk meningkatkan reputasi



perusahaan. Dalam situasi ini, efektivitas CSR dalam kaitannya dengan realisasi investasi lebih menonjol karena pengungkapannya belum sepenuhnya tercermin dalam keputusan investasi berkelanjutan. Dengan cara ini, nilai perusahaan dapat meningkatkan dampak CSR terhadap investasi karena perusahaan dengan tingkat legitimasi dan reputasi yang lebih tinggi lebih mungkin untuk mengadopsi CSR secara strategis melalui komitmen keuangan yang jelas.

Moderasi Nilai Perusahaan Terhadap Emisi karbon

Jumlah karbon yang dihasilkan oleh suatu bisnis merupakan indikator penting untuk menentukan dampak lingkungan dari kegiatan operasional. Emisi karbon berpotensi memicu kemarahan pemangku kepentingan dan merusak reputasi perusahaan di mata publik. Namun, nilai perusahaan memiliki kemampuan untuk memoderasi dampak tersebut. Perusahaan yang tercermin dalam persepsi pasar terhadap prospek dan reputasi entitas memengaruhi bagaimana manajemen dan pemangku kepentingan memandang dan menanggapi emisi karbon. Dalam konteks ini, nilai perusahaan dapat dilihat sebagai jembatan atau hubungan antara emisi karbon dan keputusan investasi.

Sesuai dengan teori legitimasi, bisnis dengan nilai pasar yang tinggi memiliki kebutuhan yang lebih besar untuk menjaga legitimasi sosial dan kepercayaan publik. Begitu diketahui bahwa perusahaan dengan nilai pasar yang tinggi menghasilkan emisi karbon dalam jumlah besar, opini publik menjadi lebih kritis karena perspektif terhadap perusahaan tersebut. Lebih bijaksana bagi bisnis untuk melakukan investasi jangka panjang sebagai bentuk respons terhadap emisi karbon guna menjaga kepercayaan dan reputasi.

Menurut teori pemangku kepentingan, perusahaan dengan nilai tinggi juga memiliki eksposur yang lebih luas kepada investor institusional, regulator, dan masyarakat umum. Kelompok-kelompok ini memiliki dampak yang signifikan terhadap penerapan praktik keberlanjutan, terutama jika bisnis menerapkan emisi karbon yang signifikan. Karena itu, perusahaan dengan nilai yang lebih tinggi lebih cenderung mengeluarkan karbon dengan tindakan nyata, seperti investasi, dibandingkan dengan perusahaan dengan nilai yang lebih rendah yang mungkin memiliki lebih banyak fleksibilitas atau tekanan yang lebih kecil dalam hal dampak lingkungan.

Di sisi lain, pada perusahaan dengan likuiditas rendah, hubungan antara emisi karbon dan investasi mungkin lebih lemah karena likuiditas rendah atau reputasi rendah. Meskipun memiliki pasar yang lebih sederhana, perusahaan tidak secara konsisten melakukan investasi yang signifikan, bahkan jika menghasilkan emisi tinggi.

Dengan demikian, nilai perusahaan memoderasi hubungan antara emisi karbon dan keberlanjutan investasi, di mana dampak emisi karbon terhadap keputusan investasi akan lebih besar bagi perusahaan dengan nilai tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan nilai rendah.

Moderasi Nilai Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang mencerminkan efisiensi operasional serta potensi keberlanjutan finansial jangka panjang. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi dianggap memiliki sumber daya yang lebih besar untuk dialokasikan ke berbagai proyek strategis, termasuk investasi keberlanjutan. Namun, pengaruh profitabilitas terhadap keputusan investasi keberlanjutan tidak selalu seragam, tergantung pada kondisi dan karakteristik perusahaan, salah satunya adalah nilai perusahaan.

Nilai perusahaan, yang menilai persepsi pasar terhadap operasinya dan jangka panjang, dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dan investasi jangka panjang. Dalam konteks teori legitimasi, bisnis dengan nilai tinggi biasanya ditemukan di bawah dukungan publik dan investor yang lebih besar. Mereka didorong untuk tidak hanya mengajarkan laba tetapi juga mengembangkan ikatan sosial dan lingkungan yang kuat. Akibatnya, perusahaan dengan nilai tinggi yang juga memiliki margin laba yang signifikan lebih cenderung berinvestasi dalam laba ini dalam jangka panjang, menggunakan legitimasi sosial dan reputasi yang mapan sebagai panduan.

Menurut hipotesis pensinyalan, perusahaan dengan nilai yang tinggi akan lebih cenderung menggunakan profitabilitasnya sebagai ukuran kekuatan finansial dan komitmennya terhadap praktik



yang baik. Berinvestasi secara berkelanjutan merupakan salah satu cara untuk memberi tahu investor dan masyarakat umum bahwa bisnis tidak hanya kuat secara finansial tetapi juga kuat secara sosial. Dalam hal ini, nilai perusahaan mencerminkan profitabilitas investasinya.



Namun, pada bisnis dengan nilai pasar rendah, profitabilitas maksimum tidak selalu disertai dengan dana yang cukup untuk investasi lebih lanjut. Hal ini dapat disebabkan oleh fokus manajemen yang lebih pada efisiensi internal, kinerja pasar, atau kemampuan untuk menarik investor yang berfokus pada ESG. Akibatnya, dampak profitabilitas pada investasi lebih lanjut menjadi lebih signifikan.

Dengan demikian, nilai perusahaan mencerminkan dampak profitabilitas terhadap keberlanjutan investasi, di mana perusahaan dengan nilai pasar yang tinggi lebih mungkin untuk dapat menunjukkan profitabilitas yang dihasilkan dari komitmen khusus terhadap keberlanjutan daripada perusahaan dengan nilai pasar yang rendah.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang kemudian diolah dan dianalisis sehingga menghasilkan data dan memperoleh hasil untuk menjawab permasalahan penelitian. Pengambilan data dilakukan di website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020- 2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 20 perusahaan sektor energi. Penelitian ini melibatkan lima variabel utama, yang masing-masing akan diukur menggunakan data sekunder ini berwujud data keuangan yang merujuk pada teori yang ada.

No	Nama Variabel	Rumus
1	Pengungkapan CSR Widiastuti dan Nuryatno (2021)	$CSR\ Index = \frac{\sum X_i}{n}$
2	Emisi Karbon Wijaya et al. (2019)	$Emisi\ CO2 = \sum (aktivitas\ emisi\ CO2 \times Faktor\ emisi)$
3	Profitabilitas Hery (2021)	$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100\%$
4	Investasi Keberlanjutan Haryono & Isgiyarta (2020)	$Index\ IK = \frac{Skor\ ik\ yg\ diungkapkan}{Total\ Skor\ Maksimik} \times 100\%$

Analisis Dan Pembahasan

Data yang diperoleh / Diolah

- 1) Statistik Deskripti (Mean, Minimum, Maksimum, Std Dev)
- 2) Uji Kualitas data (Validitas Reliabilitas / Pemilihan Model terbaik dan Uji Ausmsi Klasik)
- 3) Uji Hipotesis dan Pembahasan



Kesimpulan

- 1) Kesimpulan jawaban dari Perumusan Masalah
- 2) Keterbatasan yang ditemui selama proses penelitian
- 3) Saran kepada Manajemen, Penelitian Selanjutnya

Daftar Pustaka

- Hariadi, S., & Nurwanda, R. M. (2024). Pengaruh Carbon Emission Disclosure (Ced), Corporate Social Responsibility (Csr), Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 714-723.
- Bahriansyah, R. I., & Ginting, Y. L. (2022). Pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dengan media exposure sebagai variabel moderasi. *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan)*, 9(2), 226-237.
- Gunawan, H., & Mulyani, S. D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3523-3532.
- Rangga, E. N. S., & Kristanto, S. B. (2023). Pengungkapan Emisi Karbon, Biaya Csr, Profitabilitas, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 19(1), 67-86.
- Rahmanita, S. A. (2020). Pengaruh Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Akuntansi: Jurnal Akuntansi Integratif*, 6(1), 54-70.
- Kusumawardhani, A. A. (2024). *Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta).
- Damas, D., El Maghviroh, R., & Indreswari, M. (2021). Pengaruh eco-efficiency, green innovation dan carbon emission disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kinerja lingkungan sebagai moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti Vol*, 8(2).
- Aeni, N. A. N. N., & Murwaningsari, E. (2023). Pengaruh pengungkapan emisi karbon dan investasi hijau terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3135-3148.