

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi data panel. Data panel menggabungkan dua elemen yaitu runtun waktu (*time series*) dan antarruang (*cross-sectional*) (Ghozali & Ratmono, 2017). Penelitian memanfaatkan data sekunder yang mencakup laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan keuangan. Data diakses dari situs web Bursa Efek Indonesia (BEI) maupun situs perusahaan resmi. Populasi penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024. Sampel diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 12 perusahaan yang sesuai kriteria sampel dan dikalikan dengan lima tahun sehingga total data yang diolah sebanyak 60 data.

Data yang sudah terkumpul akan diolah terlebih dahulu menggunakan *Microsoft Excel* untuk menginput variabel-variabel penelitian. Data yang telah diolah kemudian diimpor ke dalam perangkat lunak EViews 12 untuk analisis lebih lanjut. Proses pengujian dilakukan sesuai dengan prosedur yang ada. Pengujian data dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas yaitu *green investment*, *green innovation* dan *environmental responsibility* terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan.

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat melalui nilai minimum, maksimum, rata – rata (*mean*), dan standar deviasi, yang telah dikumpulkan sebagaimana mestinya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum (Ghozali, 2021). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *green investment*, *green innovation* *environmental responsibility*, dan nilai perusahaan. Gambaran umum mengenai variabel dalam penelitian dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

| Variabel                            | N  | Minimum  | Maximum  | Mean     | Std. Deviasi |
|-------------------------------------|----|----------|----------|----------|--------------|
| <i>Green Investment</i>             | 60 | 3,000000 | 5,000000 | 3,783333 | 0,715250     |
| <i>Green Innovation</i>             | 60 | 0,500000 | 1,000000 | 0,754167 | 0,192506     |
| <i>Environmental Responsibility</i> | 60 | 0,100000 | 1,000000 | 0,553333 | 0,244912     |
| Nilai Perusahaan                    | 60 | 0,620000 | 14,41000 | 2,612500 | 2,812463     |

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, pengujian statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Variabel *green investment* mendeskripsikan nilai minimum yaitu 3,00 menunjukkan terdapat perusahaan yang masih minim dalam pengungkapan *green investment* karena hanya mendapatkan skor 3 dari total skor maksimal 5. Nilai maksimum yaitu 5,00 menunjukkan terdapat perusahaan yang menerapkan *green investment* dengan sangat baik karena berhasil mendapatkan skor maksimal *green investment*. Nilai rata-rata (*mean*) *green investment* yaitu 3,783333 jika dibandingkan dengan skor maksimal sebesar 5, maka secara rata-rata perusahaan sudah menerapkan *green investment* dengan baik. Standar deviasi sebesar 0,715250 lebih kecil dari nilai *mean* mengindikasikan bahwa variasi atau penyimpangan data dalam sampel relatif kecil.
- b) Variabel *green innovation* mendeskripsikan nilai minimum yaitu 0,50 menunjukkan terdapat perusahaan yang masih minim dalam pengungkapan *green innovation* karena hanya mengungkapkan 2 dari 4 item *green innovation*. Nilai maksimum yaitu 1,00 menunjukkan terdapat perusahaan yang menerapkan *green innovation* dengan sangat baik karena berhasil mengungkapkan seluruh item *green innovation*. Nilai rata-rata (*mean*) *green innovation* yaitu 0,754167 jika dibandingkan dengan nilai

pengungkapan maksimal sebesar 1, maka secara rata-rata perusahaan sudah menerapkan *green innovation*. Standar deviasi sebesar 0,192506 lebih kecil dari nilai *mean* mengindikasikan bahwa variasi atau penyimpangan data dalam sampel relatif kecil.

- c) Variabel *environmental responsibility* mendeskripsikan nilai minimum yaitu 0,10 menunjukkan terdapat perusahaan yang masih minim dalam pengungkapan *environmental responsibility* karena hanya mengungkapkan 3 dari 31 item *environmental responsibility*. Nilai maksimum yaitu 1,00 menunjukkan terdapat perusahaan yang menerapkan *environmental responsibility* dengan sangat baik karena berhasil mengungkapkan seluruh item *environmental responsibility*. Nilai rata-rata (*mean*) *environmental responsibility* yaitu 0,553333 jika dibandingkan dengan nilai pengungkapan maksimal sebesar 1, maka secara rata-rata perusahaan belum sepenuhnya optimal dalam menerapkan *environmental responsibility*. Standar deviasi sebesar 0,244912 lebih kecil dari nilai *mean* mengindikasikan bahwa variasi atau penyimpangan data dalam sampel relatif kecil.
- d) Variabel nilai perusahaan mendeskripsikan nilai minimum yaitu 0,62 menunjukkan terdapat perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan terendah. Nilai maksimum yaitu 14,41 menunjukkan terdapat perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi. Nilai rata-rata (*mean*) yaitu 2,612500 menunjukkan nilai rata-rata yang diperoleh perusahaan baik. Standar deviasi sebesar 2,812463 lebih besar dari nilai *mean* mengindikasikan bahwa variasi atau penyimpangan data dalam sampel relatif besar.

## 2. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

### a) Uji Chow

Membantu memutuskan apakah model sebaiknya dianalisis dengan model efek umum atau model efek tetap. Uji ini membandingkan model dengan koefisien yang sama untuk semua individu dengan model yang memungkinkan koefisien berbeda antar

individu. Jika probabilitas bernilai di bawah 0,05, model efek tetap dianggap lebih tepat karena mengakomodasi perbedaan antar unit. Sebaliknya, jika tidak signifikan, model efek umum yang lebih tepat dipilih (Ghozali & Ratmono, 2017).

Tabel 4. 2 Hasil Uji Chow

| <i>Effect Test</i>              | Prob.  |
|---------------------------------|--------|
| <i>Cross-section Chi-square</i> | 0,0000 |

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas sebesar 0,0000 yang menunjukkan nilai probabilitas  $0,0000 < 0,05$  maka model *fixed effect model* (FEM) lebih baik digunakan.

b) Uji Hausman

Membantu memutuskan apakah model sebaiknya dianalisis dengan model efek tetap atau model efek acak. Uji ini menguji apakah terdapat korelasi antara efek individu dan variabel independen. Nilai probabilitas di bawah 0,05 mengindikasikan bahwa model efek tetap lebih sesuai, sedangkan nilai di atas 0,05 mendukung penggunaan model efek acak karena efek individu dianggap acak (Ghozali & Ratmono, 2017).

Tabel 4. 3 Hasil Uji Hausman

| <i>Summary Test</i>         | Prob.  |
|-----------------------------|--------|
| <i>Cross-section random</i> | 0,4714 |

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas sebesar 0,4714 yang menunjukkan nilai probabilitas  $0,4714 > 0,05$  maka model *random effect model* (REM) lebih baik digunakan.

c) Uji Lagrange Multiplier

Membantu memutuskan apakah model sebaiknya dianalisis dengan model efek umum atau model efek acak. Uji ini memeriksa keberadaan heteroskedastisitas dalam efek individu. Hasil uji yang signifikan (nilai both kurang dari 0,05) mengindikasikan model efek

acak sebagai model yang lebih tepat, sementara hasil yang tidak signifikan mengarahkan pemilihan pada model efek umum (Ghozali & Ratmono, 2017).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Lagrange Multiplier

| <i>Hypotesis Test</i> | <i>Both</i> |
|-----------------------|-------------|
| <i>Breunsch-Pagan</i> | 0,0000      |

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, dapat dilihat bahwa nilai *both* sebesar 0,0000 yang menunjukkan nilai *both*  $0,0000 < 0,05$  maka model *random effect model* (REM) lebih baik digunakan. Setelah semua pengujian selesai, disimpulkan model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random effect model* (REM).

### 3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang terpilih dalam penelitian ini adalah *random effect model* (REM). Eksandy (2018) mengungkapkan bahwa *random effect model* (REM) menggunakan pendekatan *Generalized Least Squares* (GLS). Metode ini dirancang untuk mengatasi permasalahan heteroskedastisitas maupun autokorelasi dalam *error term*, sehingga pengujian asumsi klasik tidak diperlukan. GLS telah memperhitungkan adanya variasi dalam varians dan kovarians dari kesalahan, serta secara otomatis menyesuaikan estimasi agar tetap efisien dalam kondisi penyimpangan asumsi klasik. Gujarati dan Porter (2015) menyatakan bahwa estimator yang dihasilkan melalui metode GLS tetap memenuhi kriteria BLUE. Oleh karena itu, setelah REM terpilih sebagai model terbaik, analisis dapat langsung difokuskan pada interpretasi hasil estimasi model.

### 4. Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel berfungsi dalam menentukan pengaruh dari variabel *Green Investment*, *Green Innovation*, dan *Environmental Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil analisis regresi data panel yaitu:

Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Data Panel

| Variabel                            | Koefisien | Standar Error |
|-------------------------------------|-----------|---------------|
| Konstanta                           | -3,964265 | 1,933429      |
| <i>Green Investment</i>             | 1,022386  | 0,415287      |
| <i>Green Innovation</i>             | 3,846948  | 1,326196      |
| <i>Environmental Responsibility</i> | -0,347895 | 0,880915      |

Sumber: Data diolah (2025)

Pada data dalam tabel di atas dirumuskan persamaan regresi data panel yaitu:

$$\text{Nilai Perusahaan} = -3,964265 + 1,022386GI + 3,846948GI - 0,347895ER + e$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

a) Konstanta

Koefisien konstanta yang negatif sebesar -3,964265 mengindikasikan bahwa ketiadaan praktik *green investment*, *green innovation* dan *environmental responsibility* (bernilai 0) maka akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, yaitu menurunkan nilai perusahaan sebesar 3,964265.

b) *Green Investment*

Koefisien regresi *green investment* sebesar 1,022386 mengindikasikan hubungan positif antara kedua variabel. Artinya, setiap kenaikan satu satuan dalam *green investment* akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 1,022386.

c) *Green Innovation*

Koefisien regresi *green innovation* sebesar 3,846948 menunjukkan hubungan positif antara kedua variabel. Artinya, setiap kenaikan satu satuan dalam praktik *green innovation* akan memberikan dampak peningkatan nilai perusahaan sebesar 3,846948.

d) *Environmental Responsibility*

Koefisien regresi sebesar -0,347895 pada variabel *environmental*

*responsibility* mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *environmental responsibility* akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,347895.

## B. Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji T (Parsial)

Jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  dan signifikansi (Sig.)  $<$  0,05 menandakan variabel independen mempengaruhi variabel dependen maka hipotesis diterima (Ghozali, 2021). Pada penelitian ini nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,003241.

Tabel 4. 6 Hasil Uji T

| Variabel                            | $t_{hitung}$ | Sig.   |
|-------------------------------------|--------------|--------|
| <i>Green Investment</i>             | 2,461878     | 0,0169 |
| <i>Green Innovation</i>             | 2,900739     | 0,0053 |
| <i>Environmental Responsibility</i> | -0,394925    | 0,6944 |

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, hasil uji t dapat diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

#### a) *Green Investment*

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,461878  $>$  nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,003241 dan nilai signifikansi sebesar 0,0169  $<$  0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *green investment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **H1 diterima**.

#### b) *Green Innovation*

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,900739  $>$  nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,003241 dan nilai signifikansi sebesar 0,0053  $<$  0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **H2 diterima**.

#### c) *Environmental Responsibility*

Nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,394925  $<$  nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,003241 dan nilai signifikansi sebesar 0,6493  $>$  0,05. Maka dapat

disimpulkan bahwa *environmental responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **H3 ditolak**.

## 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi dalam mengukur sejauh mana model bisa menyatakan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yaitu antara 0 hingga 1. Ketika nilai  $R^2$  mendekati 1 menandakan model regresi secara efektif menjelaskan sebagian besar variasi dalam data. Di sisi lain, nilai yang mendekati 0 menandakan model memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi dalam data tersebut (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

|                           |          |
|---------------------------|----------|
| <i>Adjusted R Squared</i> | 0,201388 |
|---------------------------|----------|

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R-square* sebesar 0,201388 yang berarti bahwa variabel *green investment*, *green innovation* dan *environmental responsibility* mampu menerangkan variabel nilai perusahaan sebesar 20,13% sisanya 79,87% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

## 3. Hasil Uji F (Simultan)

Jika nilai  $F_{hitung} >$  nilai  $F_{tabel}$  dan signifikansi  $< 0,05$  menandakan seluruh variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen maka hipotesis diterima (Ghozali, 2021). Pada penelitian ini nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,769431.

Tabel 4. 8 Hasil Uji F

| $F_{hitung}$ | Sig.     |
|--------------|----------|
| 5,959381     | 0,001338 |

Sumber: Data diolah (2025)

Sesuai hasil di atas, dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 5,959381  $>$  nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,769431 dan nilai signifikansi sebesar 0,001338  $<$  0,05 yang artinya bahwa variabel *green investment*, *green innovation*, dan *environmental responsibility* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga **H4 diterima**.

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh *green investment* terhadap nilai perusahaan

Sesuai hasil analisis regresi, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,461878 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,003241, nilai signifikansi sebesar  $0,0169 < 0,05$ , dan nilai koefisien regresi sebesar 1,022386. Temuan ini menunjukkan bahwa *green investment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya semakin tinggi penerapan *green investment* yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dihasilkan.

Temuan ini didukung oleh penelitian Wijayanti dan Budi (2024), Widarwati et al. (2024), Maharani et al. (2024), Mentari dan Dewi (2023), Murwaningsari dan Rachmawati (2023), serta Tanasya dan Handayani (2020) yang mengungkapkan bahwa *green investment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, penerapan *green investment* membangun citra positif perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Mentari & Dewi, 2023).

Sejalan dengan teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (1984), manajemen perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi dan mengelola harapan para pemangku kepentingan, termasuk dalam hal tanggung jawab terhadap lingkungan. Salah satu bentuk upaya tersebut adalah melalui *green investment*, yaitu tindakan perusahaan dalam mendukung pelestarian lingkungan hidup dan mencegah pencemaran lingkungan melalui alokasi dana pada proyek atau kegiatan yang berdampak positif terhadap lingkungan. *Green investment* diukur menggunakan proksi peringkat PROPER yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) sebagai bentuk penghargaan bagi perusahaan yang bersungguh-sungguh memperhatikan pengelolaan lingkungan dalam menginvestasikan dananya. Peringkat PROPER yang tinggi mencerminkan citra positif perusahaan di mata para pemangku kepentingan dan dapat menjadi daya

tarik bagi investor (Larasati et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan yang secara konsisten melakukan *green investment* tidak hanya menunjukkan kepatuhan terhadap aspek lingkungan, tetapi juga memperkuat kepercayaan dari para pemangku kepentingan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

## 2. Pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan

Sesuai hasil analisis regresi, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,900739 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,003241, nilai signifikansi sebesar  $0,0053 < 0,05$ , dan nilai koefisien regresi sebesar 3,846948. Temuan ini menunjukkan bahwa *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya semakin tinggi penerapan *green innovation* yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dihasilkan.

Temuan ini didukung oleh penelitian Fabiola dan Khusnah (2022), Rizki dan Hartanti (2021), Husnaini dan Tjahjadi (2021), Damas et al. (2021), Dewi dan Rahmaningsih (2020), serta Agustia et al. (2019), yang menunjukkan bahwa *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya upaya perusahaan dalam mengurangi polusi melalui efisiensi penggunaan bahan baku dan penerapan berbagai inovasi memperoleh respons positif, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Husnaini & Tjahjadi, 2021).

Sejalan dengan teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (1984), keberlangsungan bisnis perusahaan bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan, termasuk dalam menjaga keberlanjutan dan kelestarian lingkungan di wilayah operasional perusahaan. *Green innovation* merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan inovasi ramah lingkungan, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi proses produksi serta menekan dampak negatif terhadap lingkungan seperti polusi dan limbah (Agustia et al., 2019). Inovasi ini menjadi daya tarik

bagi investor karena mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap keberlanjutan. Ketika perusahaan menjalankan aktivitas operasionalnya secara bertanggung jawab, memperhatikan lingkungan, dan diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Dewi & Rahmianingsih, 2020).

### 3. Pengaruh *environmental responsibility* terhadap nilai perusahaan

Sesuai hasil analisis regresi, diperoleh nilai  $t_{hitung} -0,394925 < \text{nilai } t_{tabel} 2,003241$ , nilai signifikansi sebesar  $0,6493 > 0,05$ , dan nilai koefisien regresi  $-0,347895$ . Temuan ini menunjukkan bahwa *environmental responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak. Artinya tinggi atau rendahnya pengungkapan *environmental responsibility* yang dilakukan perusahaan, tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Faih (2019), Mumtazah dan Purwanto (2020) serta Meilani dan Sukmawati (2023) yang mengungkapkan bahwa *environmental responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor dalam menilai perusahaan tidak hanya mempertimbangkan informasi pengungkapan lingkungan saja, melainkan juga dari faktor lain seperti faktor finansial perusahaan (Meilani & Sukmawati, 2023).

Temuan ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi keuangan dan non-keuangan dapat meningkatkan dukungan dari para pemangku kepentingan (Safriani & Utomo, 2020). Hasil ini menunjukkan bahwa informasi terkait *environmental responsibility* yang diungkapkan melalui indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) kurang menjadi perhatian utama bagi investor, karena tujuan utama mereka adalah untuk memperoleh pengembalian dari saham yang diinvestasikan (Meilani & Sukmawati, 2023). Selain itu, pengungkapan *environmental responsibility* yang

disajikan dalam laporan berkelanjutan lebih bersifat informatif dan berorientasi pada reputasi, bukan pada peningkatan kinerja finansial secara langsung. Informasi tersebut pada umumnya memuat deskripsi program dan kegiatan yang telah dilakukan perusahaan, namun tidak selalu disertai bukti nyata mengenai kontribusinya terhadap efisiensi operasional atau peningkatan laba. Hal ini membuat investor cenderung menganggap pengungkapan tersebut kurang relevan dalam pengambilan keputusan investasi, sehingga pengungkapan *environmental responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4. Pengaruh *green investment*, *green innovation* dan *environmental responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Sesuai hasil analisis regresi, diperoleh bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 5,959381 > nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,769431 dan nilai signifikansi sebesar 0,001338 < 0,05 yang artinya bahwa variabel *green investment*, *green innovation*, dan *environmental responsibility* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis keempat (H4) diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa upaya perusahaan dalam menangani isu-isu lingkungan secara menyeluruh dapat memberikan pengaruh positif terhadap penilaian para pemangku kepentingan. Hal ini terlihat dari berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan, seperti pengalokasian dana untuk proyek-proyek berkelanjutan (*green investment*), penerapan inovasi ramah lingkungan (*green innovation*), serta pelaporan tanggung jawab lingkungan secara terbuka (*environmental responsibility*). Aktivitas-aktivitas tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memiliki komitmen terhadap keberlanjutan dan tujuan jangka panjang perusahaan.

Sejalan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan berbagai *stakeholder* akan memiliki kinerja dan nilai perusahaan yang baik dalam jangka panjang.

Ketika perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap aspek lingkungan, maka kepercayaan dan dukungan dari para pemangku kepentingan cenderung meningkat. Oleh karena itu, penerapan *green investment*, *green innovation*, dan *environmental responsibility* secara bersamaan dapat memperkuat reputasi perusahaan dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA