

PENGARUH GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE DAN PELAPORAN TERINTEGRASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Suryati¹, Ety Murwaningsari²

Universitas Trisakti

^{1,2}Corresponding author: Ety.Murwaningsari@trisakti.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Article history:

Dikirim tanggal: 21/08/2022

Revisi pertama tanggal: 08/10/2022

Diterima tanggal: 11/11/2022

Tersedia online tanggal 30/12/2022

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh green competitive advantage dan pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021, serta pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan green competitive advantage dan pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Sebanyak 235 sampel dipilih dengan metode purposive sampling, dan dianalisis menggunakan regresi data panel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa green competitive advantage berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pelaporan terintegrasi mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, profitabilitas yang diproksikan menggunakan ROA mampu memperkuat pengaruh green competitive advantage dan pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai perusahaan, green competitive advantage, pelaporan terintegrasi, profitabilitas

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Green Competitive Advantage (GCA) and Integrated Reporting (IR) on firm value in public companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020-2021, as well as the effect of profitability in moderating the relationship between Green Competitive Advantage and Integrated Reporting on firm value. This research includes quantitative research using secondary data obtained from annual and company sustainability reports. A total of 235 samples were selected by purposive sampling and analyzed using panel data regression. The results of this study indicate that Green Competitive Advantage has a positive and insignificant effect on firm value. Meanwhile, Integrated Reporting has a negative effect on Company Value. Furthermore, profitability that proxied using ROA as a moderating variable can strengthen the influence of Green Competitive Advantage and Integrated Reporting on firm value.

Keywords: Firm value, green competitive advantage, integrated reporting, profitability

1. Pendahuluan

Perusahaan membuat laporan keuangan untuk membantu memberikan informasi kepada para pengguna seperti pemegang saham, investor, kreditor, dewan direksi dan pemerintah yang memiliki kepentingan yang berbeda (Sherly & Lau, 2021). Selain itu, laporan keuangan digunakan sebagai sarana untuk melaporkan posisi keuangan dan kinerja selama suatu periode di masa lalu. Kinerja perusahaan menentukan nilai perusahaan yang dapat diamati pada harga saham. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai penilaian investor atas prestasi perusahaan yang dikaitkan dengan harga pasar saham (Cahyaningtyas et al., 2022). Harga pasar saham yang terbentuk antara penjual dengan pembeli pada saat terjadinya transaksi disebut sebagai nilai pasar perusahaan, hal ini dikarenakan harga pasar saham menunjukkan nilai aset perusahaan yang sebenarnya (Ashilah & Suryani, 2021). Menurut data dari website OJK (ojk.go.id), harga saham perusahaan pada IHSG menurun di tahun 2020 apabila dibandingkan dengan tahun 2019, namun kembali meningkat pada tahun 2021. Perubahan (Δ) IHSG dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 6,79% yaitu dari 1,70% menjadi 5,09% pada 2020 yang kemudian mengalami peningkatan di 2021 dengan perubahan menjadi 10,08% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Menurut PSAK 1 perusahaan dapat menyajikan tambahan laporan seperti laporan yang berisi tentang lingkungan hidup dan laporan penciptaan nilai (IAI, 2015). Pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) adalah pelaporan mengenai informasi perusahaan kepada para *stakeholders* yang menggabungkan pelaporan keuangan dengan sosial, pelaporan lingkungan dan tatakelola perusahaan ke dalam satu pelaporan (Lako, 2018). Adanya laporan ini karena isu keberlanjutan dan perubahan iklim telah menjadi perhatian masyarakat. Perusahaan perlu mempertimbangkan tidak hanya keuntungan, tetapi juga persyaratan keberlanjutan dan keseimbangan di bidang lingkungan dan sosial. Oleh karena itu, informasi yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan diprediksi dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Investor dalam melakukan investasi menggunakan nilai perusahaan sebagai aspek utama untuk diperhatikan. Menurut Rachmawati (2021), nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan *stakeholders* kepada manajemen, yang tercermin dari pencapaian kinerja perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan melalui peningkatan harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Oleh karena itu, kenaikan harga pasar saham di atas nilai buku bersih mencerminkan lebih banyak keberhasilan perusahaan dalam mengelola fundamental keuangan perusahaan dan keberlanjutan perusahaan dengan memperhatikan lingkungan dan sosial perusahaan (*profit, people, planet*). Pertumbuhan nilai perusahaan dari setiap periode ke periode selanjutnya menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya (Arifianto & Chabachib, 2016). Dengan demikian, investor percaya bahwa jika nilai perusahaan tinggi, maka akan menghasilkan pengembalian yang tinggi pula. Sebaliknya, apabila nilai perusahaan rendah, investor menjadi tidak percaya dengan pengembalian dana investasi yang diberikan. Hal ini memotivasi penulis untuk mengkaji lebih dalam terkait variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Era globalisasi dan tingkat persaingan perusahaan yang semakin tinggi telah mengubah bisnis sektor industri dalam mengelola perusahaan baik melalui internal maupun eksternal. Manajemen internal tidak hanya memaksimalkan sumber daya perusahaan yang

berwujud, namun juga yang tidak berwujud dalam proses memaksimalkan nilai perusahaannya (Widhiastuti et al., 2018). Sumber daya yang diprediksi dapat mempengaruhi nilai perusahaan yakni *Green Competitive Advantage* dan pelaporan terintegrasi. Menurut Wijayanto et al. (2019) *green competitive advantage* merupakan kondisi keunggulan posisional dimana perusahaan memiliki strategi yang sukses, dan sulit untuk ditiru. *Competitive advantage* adalah kemampuan perusahaan dari sumber dayanya untuk mencapai keunggulan kinerja daripada pesaingnya (Roos Ana et al., 2021). Keunggulan kompetitif ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dari produk barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Penelitian Wijayanto et al. (2019) menyatakan *competitive advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*.

Selanjutnya pelaporan terintegrasi merupakan proses komunikasi organisasi yang paling jelas, laporan terpadu mengenai strategi organisasi, kepemimpinan, kinerja, serta bagaimana prospek memberikan nilai dalam jangka pendek, menengah, dan jangka panjang (International Integrated Reporting Council, 2021). Dalam hal ini di dalam pelaporan terintegrasi memuat semua informasi perusahaan baik informasi finansial maupun nonfinansial. Tujuan penyediaan informasi nonkeuangan adalah untuk membantu investor menilai area utama dengan lebih baik dan mendapatkan gambaran lengkap tentang kinerja dan nilai perusahaan. Penelitian Ashilah & Suryani (2021) menyebutkan bahwa pelaporan terintegrasi mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil tersebut, Wahl et al.(2020) menyebutkan bahwa pelaporan terintegrasi mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas yang merupakan kapabilitas perusahaan dalam rangka mendapatkan keuntungan berdasarkan modal sendiri atau bersama. Menurut Sembiring & Trisnawati (2019), profitabilitas yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan pendapatan di masa mendatang. Profitabilitas dapat dipergunakan sebagai salah satu indikator dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, adanya profitabilitas yang baik, akan mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusannya. Selain itu, profitabilitas dapat menjelaskan mengenai kapabilitas suatu perusahaan dalam menghasilkan laba tergantung pada besar kecilnya pendapatan, investasi aset serta penyerapan ekuitas (Irawati, 2018). Penelitian Sembiring & Trisnawati (2019) menghasilkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Bhimantara & Dinarjito (2021) yang menyatakan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai *green competitive advantage* dan pelaporan terintegrasi sebagai salah satu proyeksi dari akuntansi keberlanjutan terhadap nilai perusahaan perlu dilakukan untuk menjawab isu keberlanjutan menjadi tanggungjawab semua pihak yang ada di bumi. Perusahaan dalam menjalankan operasinya, dituntut tidak hanya untuk mengejar keuntungan, namun juga mengenai kontribusinya dalam menjaga kondisi lingkungan dan sosial. Dengan *green competitive advantage* dapat dilihat mengenai upaya perusahaan dalam mengatasi isu keberlanjutan dengan penggunaan *green production*, *green creativity* dan *green marketing*. Selanjutnya pelaporan terintegrasi dapat menunjukkan informasi yang lebih komprehensif mengenai keseluruhan operasi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh *green competitive advantage* dan pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut penelitian ini juga bertujuan menguji profitabilitas dalam memoderasi pengaruh

green competitive advantage dan pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan. Studi sebelumnya tentang *green competitive advantage* menunjukkan bukti yang masih terbatas. Penelitian ini menambah bukti baru, terutama dengan melakukan pengujian pada perusahaan-perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi praktis kepada para pengguna laporan keuangan mengenai upaya perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing terkait produknya yang memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen yang berkaitan dengan lingkungan. Pengguna laporan keuangan dapat melakukan pengambilan keputusan yang relevan dalam memilih berinvestasi pada perusahaan yang memiliki *green competitive advantage* untuk mengatasi tuntutan keberlanjutan dan menciptakan nilai perusahaan.

2. Kerangka Teoretis dan Pengembangan Hipotesis

Signaling Theory mengargumentasikan tentang upaya perusahaan memberi pertanda atau sinyal kepada para pemangku kepentingan dalam hal ini investor dan calon investor ketika membuat keputusan investasi. Sinyal yang diberikan perusahaan dapat berbentuk informasi finansial dan nonfinansial mengenai perusahaan serta keunggulan perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan lain (Rachmawati, 2021a). Menurut Moratis (2018) *signaling theory* berkaitan dengan bagaimana satu entitas (*agent* atau *insiders*) dapat melakukan tindakan untuk memberikan sinyal yang mendasarinya untuk mengurangi asimetri informasi. Kualitas yang mendasari ini seringkali sulit untuk diamati oleh orang lain (*principal* atau *outsiders*). *Signaling Theory* juga dapat diartikan mengenai pertanda kesuksesan atau kegagalan pengelola (*agent*) yang dikemukakan kepada pemilik (*principal*). Dalam hal ini manajemen memberikan sinyal kepada pemilik (investor) terkait nilai perusahaan melalui laporan keuangannya yang tercermin melalui harga pasar saham.

Teori *stakeholder* mengargumentasikan bahwa mengelola hubungan secara efektif dengan pemangku kepentingan perusahaan adalah tanggung jawab utama manajer dan merupakan inti dari penciptaan nilai (Phillips et al., 2019). Teori *stakeholder* bersifat manajerial dan preskriptif karena berhubungan sangat khusus dengan perilaku manajer dan hubungan antara perusahaan dan konstituennya. Selanjutnya, Barney & Harrison (2020) menyatakan teori *stakeholder* seperti manajemen strategis, yang dapat mengambil manfaat dari menggambar teori dan perspektif dari berbagai disiplin ilmu karena sifatnya yang komprehensif. Mengacu pada *stakeholder theory*, manajemen sebagai pembuat laporan keuangan di dalam perusahaan harus bertanggungjawab terhadap hubungan dengan para stakeholdernya. Salah satu bentuk dari tanggungjawab tersebut adalah dengan menyajikan laporan keuangan yang relevan dan andal menggunakan pelaporan yang terintegrasi sehingga para *stakeholder* mampu untuk menilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan menunjukkan total nilai pasar sebuah bisnis yang terlihat pada harga pasar saham. Nilai perusahaan menunjukkan harga potensial yang pembeli bersedia keluarkan untuk membayar jika perusahaan tersebut dijual (Wijayanto et al., 2019). Selanjutnya menurut Rachmawati (2021) nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan para pemangku kepentingan kepada manajemen yang ditunjukkan melalui pencapaian hasil kinerja perusahaan dengan cara membuat nilai perusahaan menjadi lebih maksimal yang diperlihatkan dengan peningkatan harga pasar saham di BEI. Harga ini akan menunjukkan nilai perusahaan yang aktual sebab menunjukkan nilai aset perusahaan yang sesungguhnya.

Tobin's Q digunakan untuk menghitung nilai perusahaan. Proksi ini dipilih karena membandingkan *market value* dengan total investasi bersih perusahaan, yang seiring dengan naiknya harga saham, demikian pula nilai pasar perusahaan tersebut.

Competitive advantage theory, didasarkan pada hubungan perusahaan dengan lingkungan alam (Hart, 1995). Studi tentang ini menunjukkan bahwa hubungan tersebut terdiri dari tiga bagian yang saling berhubungan yaitu: (i) polusi pencegahan; (ii) penatagunaan produk dan; (iii) pembangunan berkelanjutan (Zameer et al., 2020). Menurut Widiyati & Murwaningsari (2021), perusahaan yang berkelanjutan adalah upaya perusahaan untuk meminimalkan dampak ekologis dan sosial yang merugikan sehingga generasi mendatang memiliki sumber daya yang cukup untuk memenuhi keinginan mereka dan untuk berhasil dalam jangka panjang. Selanjutnya menurut Zameer et al. (2020), *green competitive advantage* merupakan gabungan faktor internal seperti *green production*, *green creativity* dan faktor eksternal seperti *green brand image*. Dengan demikian *green competitive advantage* merupakan keunggulan bersaing perusahaan terkait produknya yang memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen yang berkaitan dengan lingkungan.

Pelaporan terintegrasi adalah laporan terpadu secara berkala tentang strategi, tata kelola, kinerja, serta pandangan organisasi yang mendorong penciptaan nilai dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang (International Integrated Reporting Council, 2021). Pelaporan terintegrasi mencakup beberapa unsur yang saling terkait. Syarat yang harus dipenuhi dari pelaporan terintegrasi menurut IIRC yaitu meliputi: gambaran organisasi dan lingkungan eksternal, tata kelola, model bisnis, risiko dan peluang, strategi dan alokasi sumber daya, kinerja, harapan, serta basis of presentation (International Integrated Reporting Council, 2021).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pengembalian yang cukup atas hasil investasinya (Titman et al., 2021). Perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan. Menurut Utami & Murwaningsari (2017), profitabilitas dipergunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan melalui tingkat penjualan, aset, dan ekuitas tertentu. Profitabilitas pada penelitian ini diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA), karena ROA dapat menjelaskan mengenai pengelolaan biaya yang dikeluarkan serta pengelolaan aset yang dilakukan manajemen dalam rangka menghasilkan pendapatan yang diinginkan (Bhimantara & Dinarjito, 2021).

Signaling Theory merupakan persepsi dari para manajemen tentang peningkatan perusahaan pada masa mendatang, di mana hal tersebut dapat mempengaruhi investor atau calon investor dalam penentuan keputusan investasinya. Pertumbuhan perusahaan ini terlihat juga dari pertumbuhan nilai perusahaan yang terlihat dari harga pasar saham (Wijayanto et al., 2019). *Green competitive advantage* merupakan keunggulan bersaing produk perusahaan terkait dengan lingkungan. Berdasarkan *Signaling Theory*, tingginya *competitive advantage* akan menunjukkan situasi perusahaan di masa sekarang dan potensi kemajuan perusahaan di masa mendatang. Dengan adanya *competitive advantage* diharapkan dapat memberikan tambahan nilai pada produk baik dalam produk berupa barang maupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan (Pratama & Achmad, 2015). Adanya *green competitive advantage* yang baik akan menjadi sinyal positif, yang dapat membantu meningkatkan nilai pasar saham sehingga menghasilkan tambahan positif pada nilai

perusahaan tersebut. Masih relatif terbatas hasil penelitian yang menguji hubungan *green competitive advantage* terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, penelitian Wijayanto et al. (2019) serta Roos Ana et al. (2021) menemukan hasil bahwa *competitive advantage* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁ : *Green competitive advantage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pelaporan terintegrasi adalah cara yang ringkas dan terpadu untuk mengkomunikasikan mengenai strategi, tata kelola, kompensasi, kinerja, dan prospek ke depannya yang dapat mendorong penciptaan nilai pada jangka pendek hingga jangka menengah maupun jangka panjang (Wahyuni et al., 2021). Penciptaan nilai di masa mendatang ini merupakan sinyal yang dapat dipergunakan oleh para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusannya. *Signaling Theory* mengargumentasikan sarana penyampaikan informasi finansial dan nonfinansial mengenai perusahaan serta keunggulannya jika dibandingkan perusahaan lain (Rachmawati, 2021a). Pelaporan terintegrasi ini merupakan sarana bagi manajemen untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan perusahaan, dengan memberikan informasi nonkeuangan yang memungkinkan investor untuk menilai area utama dengan lebih baik dan mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai nilai perusahaan. Kondisi ini sejalan dengan pernyataan dari Wahl et al. (2020) yang menyebutkan laporan terintegrasi (*integrated reporting*) mempunyai pengaruh positif terhadap *firm value*. Selanjutnya Cortesi & Vena (2019), menyebutkan bahwa *integrated reporting* memperbaiki kualitas laba per saham yang dilaporkan. Perusahaan mengungkapkan informasi mengenai keuangan dan nonkeuangan perusahaan seperti strategi perusahaan, manajemen, kinerja, dan prospek perusahaan dalam jangka pendek, jangka menengah, serta jangka panjang (Mandalika et al., 2020). Melalui pengungkapan pelaporan terintegrasi ini diharapkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan dapat lebih meningkat sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih baik, meskipun berbeda dengan studi Ashilah & Suryani (2021) yang menyatakan pengaruh negatif *integrated reporting* terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Pelaporan terintegrasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Signaling Theory berkaitan tindakan entitas untuk memberikan sinyal yang mendasarinya untuk mengurangi asimetri informasi (Moratis, 2018). Sinyal ini dapat berupa berbagai bentuk, salah satunya melalui profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan yang merupakan sinyal positif yang diberikan kepada para investor (Santoso & Ariefiantoro, 2019). Hal ini sesuai dengan penelitian Dhani & Utama (2017) bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, *competitive advantage* merupakan sinyal positif bagi investor untuk memberikan nilai yang lebih tinggi kepada perusahaan (Roos Ana et al., 2021). Sucuahi & Cambarihan (2016) mengemukakan bahwa peningkatan kinerja perusahaan dapat mempengaruhi *competitive advantage*, oleh karena itu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu parameter dari kinerja perusahaan yaitu dapat dilihat dari profitabilitasnya. Oleh karena itu, profitabilitas diprediksi dapat memperkuat pengaruh *green competitive advantage* terhadap nilai perusahaan.

H₃: Profitabilitas memperkuat pengaruh *green competitive advantage* terhadap nilai perusahaan.

Menurut Barney & Harrison (2020), Teori stakeholder seperti manajemen strategis, yang dapat mengambil manfaat dari merepresentasikan teori dan perspektif dari berbagai disiplin ilmu karena sifatnya yang komprehensif. Mengacu pada *stakeholder theory*, manajemen sebagai pembuat laporan keuangan dalam perusahaan harus bertanggungjawab terhadap hubungan dengan para *stakeholder*-nya. Laporan keuangan ini memperlihatkan profitabilitas perusahaan pada periode tertentu yang merupakan salah satu elemen dari pelaporan terintegrasi. Menurut hasil penelitian Samy El-Deeb (2019) dan Wahl et al. (2020), *integrated reporting* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Selanjutnya profitabilitas juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Sembiring & Trisnawati, 2019) sehingga profitabilitas diprediksi mampu memperkuat pengaruh pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Profitabilitas memperkuat pengaruh pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dengan unit analisis yaitu laporan tahunan dan laporan keberlanjutan tahun 2020 sampai dengan 2021. Data perusahaan dapat diperoleh secara langsung melalui website, seperti situs <http://www.idx.co.id> maupun website resmi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampelnya dengan menggunakan beberapa kriteria dan perhitungan sebagai berikut: (1) perusahaan yang terdaftar di BEI 2020-2021; (2) bukan merupakan perusahaan sektor finansial; (3) perusahaan menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*); (4) perusahaan memiliki *Return on Asset* (ROA) positif dalam periode yang diobservasi.

Tabel 1. Perhitungan Sampel

Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di BEI 2020-2021	713
Perusahaan sektor finansial yang tidak memenuhi kriteria sampel	(103)
Jumlah perusahaan yang menerbitkan AR dan SR selama 2020-2021 secara tidak berturut-turut	369
Perusahaan yang tidak memiliki ROA positif	(87)
Perusahaan yang telah memenuhi kriteria sampel (2020 – 2021)	282
Data outlier	(47)
Jumlah sampel	235

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan (NP), yang merupakan cerminan dari kepercayaan para pemangku kepentingan kepada manajemen melalui pencapaian hasil kinerja perusahaan yang tersirat pada kenaikan harga pasar saham (Rachmawati, 2021b). Nilai perusahaan diproksikan dengan Tobin's Q merujuk pada Klapper & Love (2002) Roos Ana et al. (2021) serta (Rachmawati, 2021b).

$$NP = \frac{MVE + Total Debt}{Total Asset}$$

(Keterangan: NP= Nilai perusahaan; MVE=Harga saham pada saat penutupan dikali dengan jumlah saham yang beredar; Total Debt=total hutang dan Total Asset= total aset).

Penelitian ini menggunakan variabel independen berupa *Green Competitive Advantage (GCA)* dan pelaporan terintegrasi. Variabel independen di sini diukur dengan menggunakan analisis konten dengan memberikan nilai 1 bagi yang mengungkapkan sesuai indikator yang ada dan 0 bagi yang tidak. *Green competitive advantage* yang merupakan keunggulan bersaing perusahaan terkait dengan produknya dalam kaitannya dengan lingkungan. *Green competitive advantage* diukur menggunakan 8 indikator menurut Muisyo et al. (2021) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$GCA = \frac{\text{jumlah total item yang diungkapkan di tiap elemen}}{\text{jumlah keseluruhan item pada tiap elemen}}$$

Pelaporan terintegrasi merupakan laporan yang terintegrasi dan lengkap mengenai strategi, tata kelola, remunerasi, kinerja, dan prospek suatu organisasi yang dapat memberikan penciptaan nilai dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang terkait perusahaan. Pelaporan terintegrasi diukur menggunakan 8 dimensi merujuk pada IIRC atau *International Integrated Reporting Council* (2021) yang berisi 55 indikator, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$IR = \frac{\text{jumlah total item yang diungkapkan di tiap elemen}}{\text{jumlah keseluruhan item pada tiap elemen}}$$

Variabel moderasi dalam penelitian ini berupa profitabilitas. Profitabilitas merupakan kapabilitas perusahaan dalam mendapatkan pengembalian yang cukup atas hasil investasinya. Profitabilitas dihitung menggunakan ROA (Utami & Murwaningsari, 2017), dengan perhitungan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Net income}}{\text{Total Asset}}$$

Selanjutnya untuk variabel kontrol, penelitian ini menggunakan *Green Innovation (GI)* dan *Green Intellectual Capital (GIC)*. *Green innovation* yaitu salah satu cara untuk memberikan nilai tambah suatu produk dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi biaya, membuka peluang pasar baru, serta kinerja perusahaan secara ekonomis. Selain itu *green innovation* juga diharapkan dapat memotivasi perusahaan untuk mengolah limbah produksi menjadi produk yang dapat menghasilkan keuntungan tambahan serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Agustia et al., 2019). Menurut Song & Yu (2017) *green innovation* diukur menggunakan 6 indikator, yang kemudian dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$GI = \frac{\text{jumlah total item yang diungkapkan di tiap elemen}}{\text{jumlah keseluruhan item pada tiap elemen}}$$

Variabel kontrol yang kedua yaitu *Green Intellectual Capital (GIC)* yang merupakan salah satu cara untuk mempertahankan fokus perusahaan terhadap keberlanjutan menggunakan mekanisme transfer pengetahuan tentang peraturan, teknologi, praktik terbaik, serta inisiatif untuk mencapai tujuan keberlanjutan perusahaan (Augustine & Dwianika, 2019). *Green intellectual capital* mengharuskan perusahaan untuk mematuhi peraturan mengenai lingkungan internasional, menanggapi kesadaran lingkungan yang

berkembang dari konsumen dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Firmansyah, 2017). *Green Intellectual Capital* diukur menggunakan 3 dimensi yang dijabarkan dengan 16 indikator yang kemudian dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$GIC = \frac{\text{jumlah total item yang diungkapkan di tiap elemen}}{\text{jumlah keseluruhan item pada tiap elemen}}$$

Untuk menjawab tujuan penelitian, studi ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif, analisis korelasional, uji-t, uji-F dan analisis regresi. Berikut ini merupakan model penelitian menggunakan fungsi-fungsi yang diberikan dalam penelitian :

$$NP = \alpha + \beta_1 GCA + \beta_2 IR + \beta_3 GCA.ROA + \beta_4 IR.ROA + \beta_5 GI + \beta_6 GIC + e$$

Dimana :

NP = Nilai Perusahaan

α = Constanta

$\beta_1 - \beta_6$ = regression coefficient

GCA = Green Competitive Advantage

IR = Pelaporan Terintegrasi

ROA = Return on Asset

GI = Green Innovation

GIC = Green Intellectual Capital

e = error

4. Hasil dan Pembahasan

Pembahasan dimulai dengan menyajikan hasil deskriptif baik mengenai karakteristik respon dan maupun variabel penelitian yang digunakan. Selanjutnya hasil dan pembahasan ditujukan untuk menjawab tujuan penelitian melalui pengujian kelayakan model, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis penelitian. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata serta standar deviasi dari data penelitian. Jumlah observasi yang digunakan sebanyak 235. Kolom variabel merupakan variabel independen, dependen, moderasi serta variabel kontrol yang diuji. Tabel 2 berikut ini menyajikan hasil uji statistik deskriptif:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev.
NP	235	0.0156	2.8262	1.0812	0.5533
GCA	235	0.1250	1.0000	0.7537	0.2132
IR	235	0.2727	1.0000	0.7442	0.1493
ROA	235	0.0004	0.5990	0.0714	0.0822
GI	235	0.0000	1.0000	0.7063	0.2701
GIC	235	0.0625	1.0000	0.6670	0.2434

Berdasarkan Tabel 2, sebaran data nilai perusahaan berkisar 0,0156 dan 2,8262 mempunyai rata-rata nilai sebesar 1,081276. Data ini memperlihatkan bahwa dalam penelitian ini perusahaan memiliki nilai pasar yang dekat dengan nilai bukunya karena nilai rata-ratanya mendekati nilai 1. Hal ini berarti bahwa apabila perusahaan tersebut diperdagangkan, maka harga pasarnya berada pada sekitar nilai buku perusahaan tersebut.

Green Competitive Advantage (GCA) pada Tabel 2 mempunyai nilai rata-rata yaitu 0,753. Data ini memperlihatkan bahwa perusahaan sudah mulai mengimplementasikan strategi *green competitive advantage* yang mengakomodasi *environmentalisme* dari para pelanggan dan konsumen, di dalam kinerja perusahaannya. Namun, hal ini masih belum semuanya, hal ini diprediksi karena perusahaan di Indonesia masih mencari bentuk terkait dengan produk dan layanan yang ramah lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Asumsi lainnya yaitu pembentukan *green product* dan/atau *green service* yang dapat mempengaruhi keunggulan dalam bersaing perusahaan dengan kompetitornya belum dianggap penting oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Kondisi ini mungkin disebabkan karena perusahaan di Indonesia dalam persaingan di industri tertentu masih menggunakan strategi lama.

Pelaporan Terintegrasi perusahaan berada pada sebaran nilai antara 0,2727 dan 1,000 dengan nilai rata-rata di angka 0,7442. Nilai rata-rata dari perusahaan tersebut bisa dikatakan bahwa mayoritas perusahaan telah menyusun laporan yang mendekati lengkap sesuai dengan pelaporan terintegrasi. Hal ini diprediksi karena perusahaan di Indonesia masih mencari bentuk dari pengungkapan elemen-elemen pelaporan terintegrasi tersebut agar dapat diimplementasikan dalam pelaporan perusahaan. Untuk profitabilitas mempunyai nilai maksimum 0,599 hal ini memperlihatkan bahwa perusahaan tersebut mampu mendapatkan pengembalian (*return*) sebesar 0,5 dari assetnya, karena *Return On Asset* digunakan menjadi proksi profitabilitas dalam penelitian ini. Dengan rata-rata nilai yang positif, memperlihatkan bahwa perusahaan yang dijadikan representasi mempunyai profitabilitas yang positif pada periode observasi. Kemudian variabel *Green Innovation* mempunyai nilai rata-rata 0,7063 yang berarti mayoritas perusahaan yang dijadikan sampel telah menerapkan strategi inovasi hijau di dalam perusahaan. Selanjutnya untuk *Green Intellectual Capital* mempunyai nilai rata-rata 0,6670; sehingga dapat dikatakan bahwa lebih dari separuh dari perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini telah menerapkan strategi *Green Intellectual Capital*.

Penelitian ini menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS) yang merupakan metode untuk menjawab permasalahan dengan menggunakan beberapa asumsi yang harus dipenuhi (uji asumsi klasik), yang terdiri dari normalitas error, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Berdasarkan Tabel 3, nilai *asymptotic sig.* untuk uji normalitas diketahui 0,521, yang lebih besar dari 0,05 (α 5%) maka dapat dinyatakan asumsi distribusi normalitas untuk variabel error terpenuhi. Selanjutnya dari uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF beberapa variabel memiliki nilai VIF >10, sehingga dapat diartikan bahwa model berkorelasi dengan variabel independen meningkat. Atau, jika asumsi tidak ada multikolinieritas tidak terpenuhi, maka terjadinya multikolinieritas dalam model dengan variabel yang dimoderasi dapat diabaikan karena ada interaksi antar variabel. Pada Tabel 3, diketahui nilai signifikansi uji heteroskedastisitas > 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Kemudian uji autokorelasi yang menggunakan Durbin Watson Test, memperlihatkan bahwa nilai DW statistik sebesar 2,121. Dari sini dapat disimpulkan bahwa asumsi autokorelasi terpenuhi. Berdasarkan beberapa uji tersebut di atas, maka data dapat dikatakan telah lolos uji asumsi klasik.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas	Signifikansi
Normalitas Error	0,521
Uji Multikolinearitas	VIF
GCA	1,836
IR	2,527
ROA	37,135
GCA*ROA	14,468
IR*ROA	22,208
GI	1,140
GIC	1,605
Uji Heteroskedastisitas dengan uji Gletser	Sig.
GCA	0,803
IR	0,674
ROA	0,303
GCA*ROA	0,268
IR*ROA	0,984
GI	0,381
GIC	0,170
Uji Autokorelasi	DWStat
Model Durbin Watson	2,121

Uji model adalah pengujian untuk melihat kelayakan model penelitian (*goodness of fit model*). Untuk mengetahui hal tersebut maka dilakukan dua pengujian yaitu uji koefisien determinasi (Uji R²) dan uji simultan (Uji F). Nilai adjusted R² dari Tabel 4 adalah 0,155 atau 15,5% yang dinyatakan sebagai besarnya kapabilitas variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat adalah 15,5% kemudian untuk sisanya yaitu 84,5% diterangkan oleh variabel bebas lainnya yang tidak digunakan ke dalam model penelitian ini. Selanjutnya dari Uji F pada Tabel 4 tersebut menunjukkan sig Fstat < 5% sehingga dapat didefinisikan bahwa paling tidak akan terdapat satu variabel bebas yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis tersebut maka data telah lolos dari pengujian model (uji R² dan uji F).

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Hasil uji t disajikan pada Tabel 4. Pengujian Hipotesis pertama yaitu pengaruh *Green Competitive Advantage* (CGA) terhadap nilai perusahaan menunjukkan pengaruh positif yang tidak signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi variabel *green competitive advantage* sebesar 0,407 > 0,05 sehingga ditemukan pengaruh positif yang tidak signifikan dari GCA terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan Wijayanto et al. (2019) yang menyatakan bahwa *Competitive Advantage* mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. *Green Competitive Advantage* sendiri merupakan keunggulan bersaing perusahaan terkait dengan produknya yang mencukupi kebutuhan dan tuntutan dari pelanggan dalam kaitannya dengan lingkungan. Pengaruh *green competitive advantage* yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan diindikasikan karena banyaknya data outlier sehingga tidak dapat digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, perusahaan diindikasikan belum menganggap

penting adanya penciptaan *green production*, *green creativity* dan *green brand image* yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan kompetitornya dalam hal hubungan perusahaan dengan lingkungan/alam. Selain itu, hal ini kemungkinan disebabkan karena indikator *green competitive advantage* tidak mempengaruhi harga saham secara langsung.

Tabel 4 Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Arah	Beta	Sig. (2-tailed)	Sig.(one-tailed)
(Constant)		0,968	0,001	0,0005
GCA	+	0,050	0,815	0,4070
IR	+	-0,027	0,940	0,4700
ROA		-6,507	0,009	0,0045*
GCA*ROA	+	3,050	0,094	0,0470*
IR*ROA	+	8,165	0,001	0,0005*
GI		0,243	0,065	0,0325*
GIC		-0,308	0,076	0,0380*
Uji F	= 7,129			
Signifikasi uji F	= 0,000			
R ²	= 0,180			
Adjusted R ²	= 0,155			

Keterangan: signifikan pada $\alpha = 5\%$

Pengujian Hipotesis kedua yaitu pengaruh pelaporan terintegrasi terhadap terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian ini tidak didukung. Dari Tabel 5 diketahui koefisien *Integrated Reporting* (IR) adalah sebesar -0,027 artinya apabila IR bertambah maka nilai perusahaan akan berkurang 0,027. Hasil pengujian memperlihatkan tanda koefisien regresi tidak sesuai dengan hipotesis awal, di mana IR mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh negatif IR yang signifikan terhadap nilai perusahaan (NP). Hasil pengaruh negatif pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan dikemukakan oleh Ashilah & Suryani (2021) yang menyebutkan bahwa pelaporan terintegrasi mempunyai pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Mandalika et al. (2020) juga menghasilkan bahwa luasnya pengungkapan IR tidak akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil pengaruh negatif ini terjadi diindikasikan karena dengan adanya pengungkapan yang menyeluruh dapat membuat investor mempunyai lebih banyak pertimbangan terkait investasinya. Nilai perusahaan yang terlihat melalui harga pasar saham sendiri terbentuk antara penjual dan pembeli pada saat terjadinya sebuah transaksi, sehingga hal ini dapat terpengaruh apabila investor mempunyai banyak pertimbangan, baik itu pengaruh positif maupun negatif. Pernyataan serupa dikemukakan oleh Titman et al. (2021) yang menyebutkan harga pasar saham akan ditunjukkan oleh informasi yang dihasilkan perusahaan, baik itu berupa *good news* ataupun *bad news*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh tersebut berupa pengaruh negatif, yang berarti jika data yang diungkapkan dalam pelaporan terintegrasi lebih banyak, maka harga pasar saham akan turun. Hasil ini dapat diargumentasikan dalam *Signaling Theory*, yang berkaitan dengan bagaimana suatu entitas dapat melakukan tindakan (yang berupa pelaporan terintegrasi) untuk memberikan sinyal yang mendasarinya dalam mengurangi asimetri informasi (Moratis, 2018).

Pengujian hipotesis ketiga yaitu profitabilitas memperkuat pengaruh Green Competitive Advantage (GCA) terhadap nilai perusahaan. Seperti terlihat dari Tabel 4, koefisien dari GCA yang dimoderasi oleh ROA adalah sebesar 3,050 artinya apabila GCA

bertambah satu satuan maka nilai perusahaan bertambah 3,050 satuan yang dimoderasi oleh ROA. Hasil pengujian memperlihatkan tanda beta sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sehingga pengujian signifikansi dilanjutkan. Hasil pengujian memperlihatkan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$ (alpha 5%) maka dapat disimpulkan bahwa ROA mampu memperkuat pengaruh positif GCA yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama dikemukakan oleh Sucuahi & Cambarihan (2016) yang menyatakan kenaikan kinerja perusahaan (dalam penelitian ini digunakan proksi ROA) mempengaruhi *competitive advantage* sehingga meningkatkan *value* perusahaan. *Green Competitive Advantage* sendiri merupakan keunggulan bersaing perusahaan terkait produknya yang memiliki kaitan dengan lingkungan hidup. Profitabilitas yang baik maka memperkuat pengaruh positif dari *Green Competitive Advantage* terhadap nilai perusahaan.

Pengujian hipotesis keempat yaitu profitabilitas memperkuat pengaruh Pelaporan Terintegrasi (IR) terhadap nilai perusahaan (NP). Uji t pada Tabel 4 menunjukkan besarnya koefisien dari IR yang dimoderasi oleh ROA adalah sebesar 8,165 yang berarti apabila IR meningkat 1 maka NP juga akan mengalami peningkatan sebanyak 8,165 satuan yang dimoderasi oleh ROA. Hasil pengujian statistik memperlihatkan tanda koefisien beta sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu ROA memperkuat pengaruh positif IR terhadap nilai perusahaan, sehingga pengujian signifikansi dilanjutkan. Hasil pengujian memperlihatkan nilai sig $0,0005 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa ROA memperkuat pengaruh positif IR yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini diindikasikan karena profitabilitas yang merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit tersirat di dalam pelaporan terintegrasi sehingga dapat menarik minat investor, yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan yang terlihat dari harga pasar saham. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Sembiring & Trisnawati (2019) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya Samy El-Deeb (2019) dan Wahl et al. (2020) mengemukakan bahwa *integrated reporting* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hasil pengujian variabel kontrol *Green Innovation* (GI) menunjukkan pengaruh signifikan positif nilai perusahaan, sedangkan *Green Intellectual Capital* (CIC) menunjukkan pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan kebijakan-kebijakan perusahaan yang mengarah pada keberlanjutan.

5. Kesimpulan, Implikasi dan Keterbatasan

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris pengaruh positif *Green Competitive Advantage* terhadap nilai perusahaan, namun pengaruh ini tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan karena indikator *Green Competitive Advantage* tidak mempengaruhi harga saham secara langsung. Hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa pelaporan terintegrasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan adanya pengungkapan yang menyeluruh dapat membuat investor mempunyai lebih banyak pertimbangan terkait investasinya, yang dimungkinkan berdampak investor mengambil keputusan yang negatif bagi nilai perusahaan. Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mampu memperkuat pengaruh positif *Green Competitive Advantage* terhadap nilai perusahaan, serta mampu memperkuat pengaruh positif dari pelaporan terintegrasi terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini

mengimplikasikan bahwa manajemen perusahaan dapat mulai mempertimbangkan *green product* untuk meningkatkan keunggulan dibandingkan kompetitor dalam kaitannya kepedulian dengan lingkungan/alam. Selanjutnya perusahaan sebaiknya mulai untuk memperhatikan mengenai dampak kegiatan usahanya terhadap lingkungan, karena isu keberlanjutan telah menjadi perhatian global. Penelitian ini memiliki keterbatasan berkaitan dengan jumlah sampel karena masih sedikit perusahaan yang membuat laporan keberlanjutan untuk periode penelitian yaitu 2020-2021. Penelitian mendatang dapat menambah observasi seiring dengan semakin meningkatnya jumlah perusahaan yang melakukan pelaporan keberlanjutan. Analisis konten digunakan dalam pengukuran beberapa variabel dalam penelitian ini, sehingga dimungkinkan terjadi subyektivitas dalam memberikan penilaian terhadap informasi yang diungkapkan melalui laporan keberlanjutan yang dipublikasikan perusahaan. Pendekatan triangulasi dapat dipertimbangkan dalam penelitian mendatang.

Daftar Pustaka

- Agustia, D., Sawarjuwono, T., & Dianawati, W. (2019). The mediating effect of environmental management accounting on green innovation -firm value relationship. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(2), 299–306. <https://doi.org/10.32479/ijeep.7438>
- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (Studi kasus pada perusahaan yang terdaftar pada Indeks LQ-45 periode 2011-2014). *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Ashilah, F., & Suryani, E. (2021). Pengaruh Integrated Reporting dan diversifikasi perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019). *EProceedings of Management*, 8(5), 5031–5046.
- Augustine, Y., & Dwianika, A. (2019). Earnings management in Indonesia: Determinant of company size, structure of managerial ownership and profitability on earnings management. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 19(5), 176–188.
- Barney, J. B., & Harrison, J. S. (2020). Stakeholder theory at the crossroads. *Business and Society*, 59(2), 203–212. <https://doi.org/10.1177/0007650318796792>
- Bhimantara, G. R., & Dinarjito, A. (2021). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi pengungkapan elemen-elemen Integrated Reporting. *E-Jurnal Akuntansi*, 31, 996–1009. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i04.p16>
- Cortesi, A., & Vena, L. (2019). Disclosure quality under Integrated Reporting: A value relevance approach. *Journal of Cleaner Production*, 220, 745–755. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.155>
- Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- Firmansyah, A. (2017). Pengaruh green intellectual capital dan organizational identity dan dampaknya terhadap green competitive advantage. *Jurnal Substansi*, 1, 183–219.
- IAI. (2015). PSAK 1. In Ikatan Akuntansi Indonesia (Vol. 01, Issue 01, pp. 1–79).
- International Integrated Reporting Council. (2021). *International (IR) Framework*. In www.integratedreporting.org/. <https://doi.org/10.4337/9781783472130.00013>

- Lako, A. (2018). Sustainability reporting, apa manfaatnya? In Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang (Issue December).
- Mandalika, L., Hermanto, H., & Handajani, L. (2020). Pengaruh corporate governance terhadap luas pengungkapan Integrated Reporting dan implikasinya terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(3), 556. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i03.p01>
- Moratis, L. (2018). Signalling responsibility? Applying signalling theory to the ISO 26000 Standard for social responsibility. *Sustainability (Switzerland)*, 10(11), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su10114172>
- Muisyo, P. K., Qin, S., & Ho, T. H. (2021). The role of green HRM in driving a firm's green competitive advantage: The mediating role of green organizational identity. *SN Business & Economics, Springer*, 1(11), 1-19.
- Phillips, R. A., Barney, J. B., Freeman, R. E., & Harrison, J. S. (2019). *Stakeholder Theory*. 9(4). <https://scholarship.richmond.edu/management-faculty-publications/107/>
- Pratama, Y. H., & Achmad, T. (2015). Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja perusahaan dengan competitive advantage sebagai variabel intervening (Studi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI 2009-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 963–974. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/16805>
- Rachmawati, S. (2021a). Asimetri informasi memoderasi pengaruh earning persistence dan income smoothing terhadap future earning response coefficient. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(1), 1–22. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i1.7480>
- Rachmawati, S. (2021b). Green strategy moderate the effect of carbon emission disclosure and environmental performance on firm value. *International Journal of Contemporary Accounting*, 3(2), 133–152. <https://doi.org/10.25105/ijca.v3i2.12439>
- Roos Ana, S., Budi Sulistiyo, A., & Prasetyo, W. (2021). The effect of intellectual capital and good corporate governance on company value mediated by competitive advantage. *Journal of Accounting and Investment*, 22(2). <https://doi.org/10.18196/ja>
- Samy El-Deeb, M. (2019). The impact of Integrated Reporting on firm value and performance: evidence from Egypt. *Alexandria Journal of Accounting Research* 3(2),1-33
- Santoso, A., & Ariefiantoro, T. (2019). Profitability determinants model : Theoretical and methodological analysis of research. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 108–113. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/1505>
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 21(1), 173–184. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Song, W., & Yu, H. (2017). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green creativity and green organizational identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135–150. <https://doi.org/10.1002/csr.1445>
- Sucuahi, W., & Cambarihan, J. M. (2016). Influence of profitability to the firm value of diversified companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*, 5(2). <https://doi.org/10.5430/afr.v5n2p149>
- Titman, S., Keown, A. J., & Martin, J. D. (2021). *Financial Management: Principles and Applications* (14th Globa). Pearson Educational Limited. <https://media.pearsoncmg.com/intl/ge/abp/resources/index.html>
- Utami, F., & Murwaningsari, E. (2017). Analisis pengaruh rasio profitabilitas terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi: Studi empiris

- pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 4(1), 75–94. <https://doi.org/10.25105/jmat.v4i1.4988>
- Wahl, A., Charifzadeh, M., & Diefenbach, F. (2020). Voluntary adopters of Integrated Reporting – Evidence on forecast accuracy and firm value. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2542–2556. <https://doi.org/10.1002/bse.2519>
- Wahyuni, Rasyid, S., & Indrijawati, A. (2021). Menguak pentingnya Integrated Reporting sebagai informasi akuntansi terhadap investor. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 560–573. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.533>
- Widhiastuti, S., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2018). The effect of business intelligence and intellectuals capital of company value moderated by management of profit riil. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 2(2), 64–78. <https://doi.org/10.20448/2002.22.64.78>
- Widiyati, D., & Murwaningsari, E. (2021). Achieving green competitive advantage through organizational green culture, business analytics and collaborative competence: The mediating effect of eco-innovation. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 2(4), 98–113. <https://www.ijosmas.org>
- Wijayanto, A., Suhadak, Dzulkirom, M., & Nuzula, N. F. (2019). The effect of competitive advantage on financial performance and firm value: Evidence from Indonesian manufacturing companies. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 85(1), 35–44. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.04>
- Zameer, H., Wang, Y., & Yasmeen, H. (2020). Reinforcing green competitive advantage through green production, creativity and green brand image: Implications for cleaner production in China. *Journal of Cleaner Production*, 247. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119119>