

Intisari

Isu lingkungan global, seperti perubahan iklim dan degradasi lingkungan, mendorong perusahaan untuk mengalihkan orientasi dari sekadar pencapaian keuntungan finansial menuju praktik bisnis yang berkelanjutan. Dalam kerangka tersebut, *Emission Score* dan *Environmental Innovation Score* banyak digunakan sebagai indikator untuk menilai kinerja tanggung jawab lingkungan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Emission Score* dan *Environmental Innovation Score* terhadap nilai perusahaan dengan memasukkan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari basis data Thomson Reuters. Sampel penelitian terdiri dari 662 perusahaan manufaktur global yang dipilih melalui metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi multivariat menggunakan perangkat lunak STATA 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Emission Score* dan *Environmental Innovation Score* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, efek moderasi profitabilitas tidak ditemukan signifikan secara statistik, mengindikasikan bahwa kontribusi praktik berkelanjutan terhadap peningkatan nilai perusahaan tidak sepenuhnya bergantung pada tingkat profitabilitas. Temuan ini menekankan bahwa strategi lingkungan perlu dipandang sebagai faktor intrinsik yang mendukung penciptaan nilai jangka panjang. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur keberlanjutan dengan menyoroti pentingnya tanggung jawab lingkungan dalam memperkuat nilai perusahaan di sektor manufaktur global.

Abstract

Environmental concerns like climate change and pollution have prompted companies to shift their focus beyond financial gains toward sustainable practices. In this context, Emission Score and Environmental Innovation Score are widely used as indicators to evaluate corporate environmental responsibility. This study investigates the impact of these two scores on firm value, using profitability as a moderating variable. A quantitative research method is applied, using secondary data sourced from Thomson Reuters. The sample consists of 662 global manufacturing firms selected through purposive sampling. Data analysis is carried out using multivariate regression with STATA 17. The findings reveal that both Emission Score and Environmental Innovation Score have a positive influence on firm value. However, the role of profitability as a moderating variable is found to be statistically insignificant. This suggests that the value generated from sustainable practices may operate independently of a firm's profitability level. Accordingly, firms are encouraged to view environmental strategies as integral components of long-term value creation. The study contributes to the growing literature on sustainability by emphasizing the intrinsic importance of environmental responsibility in enhancing firm value in the global manufacturing sector.