

Analisis Dampak Fintech Hijau dan Kesadaran Lingkungan dalam Membentuk Akuntabilitas Karbon dan Citra Korporat di Kalangan Perusahaan Indonesia

Irwan Irawadi Barus¹, Ahmad Eko Saputro², Chairul Suhendra³, M. Adhitya Wardhana⁴, Mos Indrawati⁵

¹ Universitas Dian Nusantara dan irwan.irawadi.barus@dosen.undira.ac.id

² Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, Jakarta dan ahmadeko23@gmail.com

³ Universitas Muhammadiyah Bengkulu Bengkulu dan chairulsuhendra.bna2a3@gmail.com

⁴ Universitas Muhammadiyah Kudus dan adhityawardhana@umkudus.ac.id

⁵ Universitas Muhammadiyah Mataram dan mosindrawati79@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh fintech hijau dan kesadaran lingkungan terhadap akuntabilitas karbon dan citra korporat di kalangan perusahaan Indonesia. Dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif, data dikumpulkan dari 185 responden korporat melalui kuesioner terstruktur yang diukur menggunakan skala Likert lima poin. Model penelitian yang diusulkan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS 3) untuk mengeksplorasi hubungan langsung dan tidak langsung antarkonstruksi. Hasil menunjukkan bahwa fintech hijau dan kesadaran lingkungan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap akuntabilitas karbon, menyoroti peran teknologi keuangan digital dan komitmen organisasi dalam meningkatkan pengelolaan karbon yang bertanggung jawab. Selain itu, fintech hijau, kesadaran lingkungan, dan akuntabilitas karbon masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap citra korporat, dengan akuntabilitas karbon muncul sebagai prediktor terkuat. Analisis mediasi menunjukkan bahwa akuntabilitas karbon secara parsial memediasi hubungan antara fintech hijau dan citra korporat, serta antara kesadaran lingkungan dan citra korporat. Temuan ini menyarankan bahwa teknologi dan inisiatif kesadaran yang berorientasi pada keberlanjutan berkontribusi paling efektif terhadap reputasi korporat ketika diimplementasikan dalam praktik akuntabilitas karbon yang dapat diukur dan transparan. Studi ini berkontribusi pada literatur yang berkembang tentang fintech hijau dan keberlanjutan korporat dengan menyediakan bukti empiris dari konteks ekonomi berkembang dan menawarkan wawasan praktis bagi perusahaan yang ingin memperkuat akuntabilitas dan reputasi melalui inovasi digital berkelanjutan.

Kata Kunci: *Green Fintech, Kesadaran Lingkungan, Akuntabilitas Karbon, Citra Korporat, Indonesia*

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji pengaruh fintech hijau dan kesadaran lingkungan terhadap akuntabilitas karbon dan citra korporat di kalangan perusahaan Indonesia. Dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif, data dikumpulkan dari 185 responden korporat melalui kuesioner terstruktur yang diukur menggunakan skala Likert lima poin. Model penelitian yang diusulkan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS 3) untuk mengeksplorasi hubungan langsung dan tidak langsung antarkonstruksi. Hasil menunjukkan bahwa fintech hijau dan kesadaran lingkungan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap akuntabilitas karbon, menyoroti peran teknologi keuangan digital dan komitmen organisasi dalam meningkatkan pengelolaan karbon yang bertanggung jawab. Selain itu, fintech hijau, kesadaran lingkungan, dan akuntabilitas karbon masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap citra korporat, dengan akuntabilitas karbon muncul sebagai prediktor terkuat. Analisis mediasi menunjukkan bahwa akuntabilitas karbon secara parsial memediasi hubungan antara fintech hijau dan citra korporat, serta antara kesadaran lingkungan dan citra korporat. Temuan ini menyarankan bahwa teknologi dan inisiatif kesadaran yang berorientasi pada keberlanjutan berkontribusi paling efektif terhadap reputasi korporat ketika diimplementasikan dalam praktik akuntabilitas karbon yang dapat diukur dan transparan. Studi ini berkontribusi pada literatur yang berkembang tentang fintech hijau dan keberlanjutan korporat dengan menyediakan bukti empiris dari konteks ekonomi berkembang dan menawarkan wawasan praktis bagi perusahaan yang ingin memperkuat akuntabilitas dan reputasi melalui inovasi digital berkelanjutan.

Keywords: *Green Fintech, Environmental Awareness, Carbon Accountability, Corporate Image, Indonesia*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, keprihatinan global terhadap perubahan iklim dan degradasi lingkungan semakin meningkat, menempatkan tekanan yang semakin besar pada korporasi untuk menunjukkan akuntabilitas atas dampak lingkungan mereka, terutama emisi karbon. Bisnis tidak lagi dievaluasi semata-mata berdasarkan kinerja keuangan, tetapi juga bagaimana mereka mengelola risiko lingkungan secara bertanggung jawab dan berkontribusi pada tujuan keberlanjutan (Ignatyuk et al., 2020; Zhou et al., 2022). Dalam konteks ini, akuntabilitas karbon telah muncul sebagai dimensi kritis dari tanggung jawab korporat, merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk mengukur, mengelola, mengungkapkan, dan mengurangi jejak karbonnya secara transparan dan kredibel. Bagi perusahaan yang beroperasi di ekonomi berkembang seperti Indonesia—di mana pertumbuhan ekonomi, perluasan industri, dan tantangan lingkungan hidup berdampingan—isu akuntabilitas karbon semakin relevan baik dari segi regulasi maupun reputasi (Nur'aini et al., 2021; Rustiarini et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan ini, teknologi keuangan (fintech) telah mengubah cara layanan keuangan dirancang, disediakan, dan dipantau. Baru-baru ini, konsep green fintech semakin populer, merujuk pada penggunaan teknologi keuangan digital untuk mendukung praktik berkelanjutan secara lingkungan, seperti pembiayaan hijau, pelacakan karbon, investasi efisiensi energi, dan sistem pelaporan yang berorientasi pada keberlanjutan (Hannoon et al., 2021; Khang et al., 2023). Green fintech semakin dianggap sebagai enabler strategis yang dapat membantu perusahaan mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam proses pengambilan keputusan keuangan mereka. Melalui analitik data, platform digital, dan pemantauan real-time, green fintech menawarkan kemampuan baru bagi perusahaan untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akurasi dalam mengelola informasi lingkungan, termasuk data terkait karbon. Namun, meskipun relevansinya semakin meningkat, penelitian empiris yang mengkaji dampak organisasi dari adopsi green fintech—terutama di pasar emerging—masih terbatas.

Kesadaran lingkungan di dalam organisasi mewakili faktor penting lain yang mempengaruhi perilaku keberlanjutan korporat. Kesadaran lingkungan mencerminkan sejauh mana manajer dan karyawan menyadari isu-isu lingkungan, memahami konsekuensinya, dan berkomitmen untuk mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam operasi bisnis dan keputusan strategis. Perusahaan dengan tingkat kesadaran lingkungan yang lebih tinggi cenderung mengadopsi praktik manajemen lingkungan yang proaktif, mematuhi regulasi lingkungan, dan terlibat dalam pengungkapan sukarela terkait kinerja keberlanjutan (Made Wilantara, 2023; Yani & Susilawati, 2022). Dalam konteks korporat Indonesia, kesadaran lingkungan bervariasi secara signifikan antar industri dan ukuran perusahaan, sering dipengaruhi oleh tekanan regulasi, ekspektasi pemangku kepentingan, dan paparan terhadap standar keberlanjutan global. Memahami bagaimana kesadaran lingkungan berkontribusi pada akuntabilitas karbon sangat penting untuk menjelaskan perbedaan dalam kinerja lingkungan korporat.

Di luar akuntabilitas, praktik-praktik terkait keberlanjutan semakin membentuk citra korporat. Citra korporat merujuk pada persepsi keseluruhan pemangku kepentingan terhadap suatu perusahaan, yang terbentuk melalui tindakan, komunikasi, dan nilai-nilai yang ditunjukkan. Di era di mana konsumen, investor, regulator, dan masyarakat umum semakin sadar lingkungan, komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab karbon dapat secara signifikan mempengaruhi reputasi dan legitimasi perusahaan. Perusahaan yang dianggap bertanggung jawab secara lingkungan cenderung menikmati tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, ekuitas merek yang

lebih kuat, dan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan. Sebaliknya, akuntabilitas karbon yang lemah atau praktik “greenwashing” yang terperceived dapat merusak citra korporat dan mengikis kepercayaan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, memahami mekanisme di mana fintech hijau dan kesadaran lingkungan berkontribusi terhadap citra korporat memiliki pentingnya baik secara teoretis maupun praktis.

Meskipun studi sebelumnya telah mengeksplorasi keuangan hijau, kesadaran lingkungan, dan citra korporat sebagai aliran penelitian terpisah, penelitian empiris yang mengintegrasikan konsep-konsep ini dalam kerangka analitis tunggal masih terbatas, terutama dengan menempatkan akuntabilitas karbon sebagai konstruksi mediasi sentral. Literatur yang ada sebagian besar berfokus pada ekonomi maju, sehingga pemahaman tentang bagaimana hubungan ini berfungsi di ekonomi emerging seperti Indonesia—di mana pengaturan institusional, kesiapan teknologi, dan praktik keberlanjutan berbeda secara signifikan—masih terbatas. Selain itu, studi kuantitatif yang menggunakan teknik analitis canggih seperti Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antara konstruksi-konstruksi ini masih relatif langka. Untuk mengatasi kesenjangan ini, studi ini menganalisis dampak fintech hijau dan kesadaran lingkungan terhadap akuntabilitas karbon dan citra korporat di perusahaan-perusahaan Indonesia menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dari responden korporat melalui kuesioner skala Likert terstruktur dan dianalisis menggunakan SEM-PLS 3 untuk menguji hubungan yang diusulkan. Studi ini berkontribusi pada literatur yang berkembang tentang fintech hijau dan keberlanjutan korporat dengan menyediakan bukti empiris dari konteks ekonomi emerging, sekaligus menawarkan wawasan praktis bagi manajer dan pembuat kebijakan dalam memanfaatkan inovasi keuangan digital dan kesadaran lingkungan untuk memperkuat akuntabilitas karbon dan meningkatkan citra korporat di Indonesia.

LANDASAN TEORI

A. Green Fintech

Green fintech merujuk pada integrasi teknologi keuangan dengan tujuan keberlanjutan lingkungan, memungkinkan perusahaan untuk mendukung investasi hijau, mengelola risiko lingkungan, dan mempromosikan praktik bisnis berkelanjutan melalui solusi digital (Ignatyuk et al., 2020; Zhou et al., 2022). Berbeda dengan fintech konvensional yang berfokus pada efisiensi dan pengurangan biaya, green fintech menyelaraskan inovasi teknologi dengan tujuan lingkungan seperti mengurangi emisi karbon, mendukung pembiayaan energi terbarukan, dan meningkatkan transparansi kinerja lingkungan (Handoko & Santoso, 2023). Dari perspektif pandangan berbasis sumber daya dan teori kemampuan dinamis, green fintech mewakili sumber daya strategis yang meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengungkapkan informasi terkait karbon, sehingga memperkuat akuntabilitas karbon. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi dan adopsi fintech meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan tata kelola dalam praktik korporat (Kaddumi et al., 2023). Namun, bukti empiris tingkat perusahaan tentang fintech hijau, terutama di ekonomi berkembang, masih terbatas. Untuk mengatasi kesenjangan ini, studi ini menganalisis fintech hijau sebagai konstruksi tingkat perusahaan

dan meneliti dampaknya terhadap akuntabilitas karbon dan citra korporat dalam konteks korporat Indonesia.

B. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran lingkungan merujuk pada tingkat pemahaman, kepedulian, dan komitmen suatu organisasi terhadap isu-isu lingkungan dan dampaknya terhadap masyarakat dan ekosistem, yang tercermin dalam sikap manajerial, budaya organisasi, dan prioritas strategis terkait keberlanjutan. Perusahaan dengan kesadaran lingkungan yang tinggi lebih cenderung mengenali risiko dan peluang lingkungan, mematuhi regulasi lingkungan, dan secara sukarela mengadopsi praktik-praktik yang bertanggung jawab secara lingkungan (Hanif et al., 2023; V. M. Anitha Rajathi & B. Reshma Parveen, 2024). Dari perspektif teoretis, teori pemangku kepentingan menjelaskan bahwa perusahaan yang sadar lingkungan lebih mampu merespons harapan berbagai pemangku kepentingan, termasuk regulator, pelanggan, komunitas, dan kelompok lingkungan, sehingga mendorong praktik pengelolaan karbon yang lebih transparan dan akuntabel. Teori institusional lebih lanjut menyarankan bahwa tekanan normatif dan regulasi memperkuat kesadaran lingkungan dan integrasinya ke dalam operasi korporat (Lamperti et al., 2023; Omer, 2008). Studi empiris secara konsisten menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan secara positif mempengaruhi kinerja lingkungan, pengungkapan, dan pelaporan keberlanjutan, karena perusahaan dengan kesadaran yang lebih kuat cenderung lebih banyak berinvestasi dalam pengendalian polusi, efisiensi energi, dan inisiatif pengurangan karbon. Dalam konteks Indonesia, meskipun tingkat kesadaran bervariasi antar industri, kesadaran lingkungan telah dikaitkan dengan kepatuhan regulasi yang lebih baik dan partisipasi dalam program keberlanjutan, menunjukkan perannya yang penting dalam membentuk akuntabilitas karbon dan citra korporat.

C. Akuntabilitas Karbon

Akuntabilitas karbon merujuk pada tanggung jawab dan kemampuan perusahaan untuk mengukur, mengelola, mengungkapkan, dan mengurangi emisi karbon secara transparan dan sistematis, mencakup praktik seperti pengukuran dan pelaporan karbon, sistem manajemen karbon internal, kepatuhan regulasi, dan pengungkapan sukarela upaya pengurangan emisi (Firmansyah et al., 2021; Putri & Agustin, 2023). Hal ini semakin diakui sebagai elemen inti dari tanggung jawab lingkungan korporat, terutama dalam konteks mitigasi perubahan iklim global dan kerangka kerja keberlanjutan internasional. Dari perspektif teori akuntabilitas dan legitimasi, akuntabilitas karbon berfungsi sebagai mekanisme melalui mana perusahaan menunjukkan tanggung jawab lingkungan dan memperoleh legitimasi dari pemangku kepentingan dengan mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan kepercayaan melalui pelaporan karbon yang transparan (Kristanti & Saptono, 2022; Meila et al., 2024). Studi empiris menunjukkan bahwa akuntabilitas karbon yang kuat terkait dengan kinerja lingkungan yang lebih baik,

dukungan pemangku kepentingan yang lebih besar, dan risiko reputasi yang lebih rendah terkait isu iklim. Akuntabilitas karbon dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk kemampuan teknologi, komitmen manajemen, tekanan regulasi, dan ekspektasi pemangku kepentingan, dengan teknologi digital seperti fintech hijau memfasilitasi pengumpulan data real-time, pelaporan standar, dan pemantauan emisi yang akurat. Selain itu, kesadaran lingkungan organisasi mendorong pengelolaan karbon proaktif melampaui batas minimum regulasi. Oleh karena itu, studi ini menempatkan akuntabilitas karbon sebagai hasil utama adopsi fintech hijau dan kesadaran lingkungan, serta mekanisme perantara yang menghubungkan faktor-faktor ini dengan citra korporat.

D. Citra Korporat

Citra korporat merujuk pada persepsi keseluruhan tentang suatu perusahaan yang dipegang oleh pemangku kepentingannya, terbentuk melalui tindakan, komunikasi, dan nilai-nilai yang ditunjukkan oleh perusahaan sepanjang waktu, dan mewakili aset tak berwujud yang penting yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik investor, dan memperkuat keunggulan kompetitif. Dalam beberapa tahun terakhir, tanggung jawab lingkungan dan kinerja keberlanjutan semakin berpengaruh dalam membentuk citra korporat, karena pemangku kepentingan semakin menekankan pada praktik bisnis yang etis dan ramah lingkungan (Hidayati & Wijayanto, 2018; RAYANI, 2021). Dari perspektif teori sinyal, tindakan terkait keberlanjutan seperti inisiatif lingkungan, pengungkapan karbon, dan adopsi teknologi hijau berfungsi sebagai sinyal komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan penciptaan nilai jangka panjang. Akuntabilitas karbon, khususnya, mewakili sinyal yang kredibel karena mencerminkan tindakan lingkungan yang dapat diukur dan transparan daripada klaim simbolis, sehingga meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan. Studi empiris secara konsisten menunjukkan hubungan positif antara kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan, dan citra korporat, karena perusahaan yang secara aktif mengelola dan berkomunikasi tentang dampak lingkungan mereka cenderung menikmati manfaat reputasi yang lebih kuat (Sallam, 2016; Zusrony et al., 2024). Namun, mekanisme melalui mana inovasi digital seperti fintech hijau dan faktor organisasional seperti kesadaran lingkungan mempengaruhi citra korporat masih relatif kurang dieksplorasi. Menanggapi kesenjangan ini, studi ini menganalisis citra korporat sebagai hasil dari adopsi green fintech dan kesadaran lingkungan, dengan akuntabilitas karbon sebagai variabel perantara kunci.

E. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan literatur teoretis dan empiris yang ditinjau, studi ini mengusulkan model konseptual yang menghubungkan fintech hijau dan kesadaran lingkungan dengan akuntabilitas karbon dan citra korporat. Fintech hijau diharapkan dapat meningkatkan akuntabilitas karbon dengan meningkatkan transparansi, akurasi data, dan efektivitas sistem pelaporan lingkungan, sementara kesadaran lingkungan diantisipasi dapat

mempengaruhi akuntabilitas karbon secara positif dengan mendorong pengelolaan lingkungan yang proaktif dan kepatuhan regulasi. Selain itu, baik fintech hijau maupun kesadaran lingkungan diharapkan mempengaruhi citra korporat tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan akuntabilitas karbon, yang berfungsi sebagai mekanisme mediasi kunci yang menghubungkan teknologi berorientasi keberlanjutan dan kesadaran organisasi dengan hasil reputasi. Oleh karena itu, studi ini merumuskan hipotesis untuk menguji hubungan yang diusulkan secara empiris.

H1: Fintech hijau memiliki efek positif pada akuntabilitas karbon.

H2: Kesadaran lingkungan memiliki efek positif pada akuntabilitas karbon.

H3: Fintech hijau memiliki efek positif pada citra korporat.

H4: Kesadaran lingkungan memiliki efek positif pada citra korporat.

H5: Akuntabilitas karbon memiliki efek positif pada citra korporat.

H6: Akuntabilitas karbon memediasi hubungan antara fintech hijau dan citra korporat.

H7: Akuntabilitas karbon berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kesadaran lingkungan dan citra korporat.

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan antara fintech hijau, kesadaran lingkungan, akuntabilitas karbon, dan citra korporat. Pendekatan kuantitatif dianggap tepat karena tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan hipotetis dan menilai kekuatan serta arah hubungan kausal antara konstruk laten menggunakan teknik statistik. Penelitian ini menggunakan desain cross-sectional, di mana data dikumpulkan pada satu titik waktu dari responden korporat di Indonesia. Desain ini memungkinkan penelitian untuk menangkap persepsi dan praktik terkini terkait adopsi fintech hijau, kesadaran lingkungan, dan akuntabilitas karbon di perusahaan-perusahaan Indonesia.

B. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari perusahaan-perusahaan Indonesia dari berbagai sektor yang terlibat dalam atau terpengaruh oleh praktik-praktik terkait lingkungan dan keberlanjutan, dengan perusahaan sebagai unit analisis. Responden terdiri dari manajer, supervisor, dan staf senior yang memiliki pengetahuan memadai tentang sistem keuangan perusahaan, praktik lingkungan, dan inisiatif keberlanjutan, karena mereka terlibat langsung atau familiar dengan pengambilan keputusan terkait adopsi teknologi dan manajemen lingkungan. Teknik sampling purposif diterapkan untuk memastikan responden memenuhi kriteria penelitian, menghasilkan 185 tanggapan valid yang digunakan untuk analisis. Ukuran sampel ini dianggap cukup untuk Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS), yang sesuai untuk model kompleks dengan ukuran sampel moderat, dan juga memenuhi “aturan 10 kali”, karena melebihi persyaratan sampel minimum berdasarkan jumlah jalur struktural terbesar yang mengarah ke konstruksi mana pun dalam model.

C. Metode Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang didistribusikan kepada responden melalui saluran online dan offline. Kuesioner dikembangkan berdasarkan skala pengukuran yang telah ditetapkan, diadaptasi dari studi sebelumnya untuk memastikan validitas konten dan relevansi dengan konteks penelitian, dan direview oleh ahli akademis dan praktisi sebelum distribusi penuh untuk meningkatkan kejelasan dan memastikan kesesuaiannya dengan perusahaan Indonesia. Semua item pengukuran dievaluasi menggunakan skala Likert lima poin, berkisar dari 1 ("sangat tidak setuju") hingga 5 ("sangat setuju"), yang digunakan untuk secara konsisten dan andal menangkap persepsi dan sikap responden terhadap adopsi fintech hijau, kesadaran lingkungan, akuntabilitas karbon, dan citra korporat.

D. Pengukuran Variabel

Konstruk yang dianalisis dalam studi ini adalah variabel laten yang diukur menggunakan indikator-indikator multiple. Green Fintech (GF) mengukur sejauh mana perusahaan mengadopsi dan memanfaatkan teknologi keuangan digital untuk mendukung praktik-praktik berkelanjutan secara lingkungan, termasuk pembiayaan hijau, pelacakan karbon, pelaporan lingkungan, dan pengambilan keputusan keuangan yang berorientasi pada keberlanjutan. Kesadaran Lingkungan (EA) mencerminkan tingkat pemahaman, kepedulian, dan komitmen organisasi terhadap isu-isu lingkungan, sebagaimana ditunjukkan oleh kesadaran manajerial terhadap dampak lingkungan, komitmen terhadap perlindungan lingkungan, dan integrasi pertimbangan lingkungan ke dalam strategi bisnis. Akuntabilitas Karbon (CA) mengukur kemampuan perusahaan untuk memantau, mengelola, dan mengungkapkan emisi karbon secara transparan dan akuntabel, mencakup praktik pengukuran karbon, pelaporan emisi, kepatuhan regulasi, dan sistem manajemen karbon internal. Citra Korporat (CI) mewakili persepsi keseluruhan pemangku kepentingan terhadap perusahaan, terutama terkait tanggung jawab lingkungannya, dan dievaluasi melalui indikator terkait reputasi, kredibilitas, dan citra publik yang berorientasi pada keberlanjutan. Semua item pengukuran diperlakukan sebagai indikator reflektif, karena dianggap mewakili manifestasi dari konstruksi laten yang mendasarinya.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3, karena metode ini sangat cocok untuk penelitian prediktif, mampu menangani model kompleks dengan banyak konstruksi dan indikator, serta tangguh untuk ukuran sampel kecil hingga sedang tanpa memerlukan asumsi ketat tentang normalitas multivariat. Analisis dilakukan dengan pendekatan dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Model pengukuran dievaluasi dengan memeriksa reliabilitas indikator melalui outer loadings, reliabilitas konsistensi internal menggunakan Cronbach's alpha dan reliabilitas komposit, validitas konvergen menggunakan rata-rata varians yang diekstraksi (AVE), dan validitas diskriminan melalui kriteria Fornell–Larcker dan cross-loadings. Selanjutnya, model struktural dievaluasi dengan menganalisis signifikansi koefisien jalur, koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), dan relevansi prediktif (Q^2). Uji hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping dengan jumlah resampling yang besar untuk memperoleh t-statistik dan nilai p untuk setiap hubungan yang dihipotesiskan, sementara efek mediasi dievaluasi

dengan menganalisis efek tidak langsung dari green fintech dan kesadaran lingkungan terhadap citra korporat melalui akuntabilitas karbon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Statistik Deskriptif dan Profil Responden

Studi ini didasarkan pada data yang dikumpulkan dari 185 responden valid yang mewakili perusahaan Indonesia yang beroperasi di berbagai sektor industri, dengan responden dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan organisasi terkait keuangan, adopsi teknologi, dan praktik lingkungan atau keberlanjutan. Sebagian besar responden memegang posisi manajerial atau supervisi, memastikan perspektif yang terinformasi tentang implementasi fintech hijau, kesadaran lingkungan, akuntabilitas karbon, dan citra korporat di dalam organisasi mereka. Dalam hal karakteristik organisasi, sebagian besar responden berasal dari sektor manufaktur (34,1%), diikuti oleh jasa (27,6%), keuangan dan perbankan (18,4%), energi dan utilitas (11,4%), serta sektor lain seperti perdagangan dan barang konsumen (8,5%), mencerminkan relevansi yang luas dari isu-isu lingkungan dan karbon di berbagai industri di Indonesia. Mengenai ukuran perusahaan, 41,6% perusahaan merupakan perusahaan besar, 35,1% perusahaan menengah, dan 23,3% perusahaan kecil, menunjukkan representasi organisasi yang beragam. Dari perspektif responden, 52,4% adalah manajer menengah, 29,7% adalah manajer senior atau eksekutif, dan 17,9% adalah supervisor atau staf senior, dengan sebagian besar responden memiliki pengalaman kerja lebih dari lima tahun, menunjukkan pemahaman yang memadai tentang praktik strategis dan operasional perusahaan mereka dan mendukung keandalan data.

Tabel 1. Profil Responden

Category	Description	Frequency	Percentage (%)
Industry	Manufacturing	63	34.1
	Services	51	27.6
	Finance & Banking	34	18.4
	Energy & Utilities	21	11.4
	Others	16	8.5
Firm Size	Large	77	41.6
	Medium	65	35.1
	Small	43	23.3
Position	Senior Management	55	29.7
	Middle Management	97	52.4
	Supervisor/Staff	33	17.9

Statistik deskriptif dihitung untuk merangkum persepsi responden terhadap konstruk utama yang dianalisis dalam studi ini, dengan semua variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin yang berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Hasil menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi di semua konstruk, menunjukkan bahwa responden secara umum memandang perusahaan mereka aktif terlibat dalam praktik fintech hijau, menunjukkan kesadaran lingkungan, menjaga akuntabilitas atas emisi karbon, dan memiliki citra korporat yang positif. Kesadaran lingkungan mencatat nilai rata-rata tertinggi (rata-rata = 4,02), mencerminkan kepedulian dan komitmen organisasi yang kuat terhadap isu lingkungan, diikuti oleh citra korporat (rata-rata = 3,91), yang menunjukkan persepsi positif pemangku kepentingan terkait tanggung jawab lingkungan. Adopsi fintech hijau juga menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi (rata-rata = 3,87), menunjukkan bahwa perusahaan telah mulai mengintegrasikan teknologi keuangan digital untuk mendukung inisiatif keberlanjutan, meskipun pengembangan lebih lanjut masih mungkin.

dilakukan. Akuntabilitas karbon mencatat nilai rata-rata yang sedikit lebih rendah (rata-rata = 3,76) dan simpangan baku terbesar, menunjukkan variasi yang lebih besar dalam praktik pengelolaan dan pelaporan karbon di antara perusahaan.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variable	Mean	Standard Deviation	Minimum	Maximum
Green Fintech	3.87	0.68	2.10	5.00
Environmental Awareness	4.02	0.61	2.40	5.00
Carbon Accountability	3.76	0.72	2.00	5.00
Corporate Image	3.91	0.65	2.30	5.00

B. Evaluasi Model Pengukuran

Model pengukuran dievaluasi untuk memastikan bahwa konstruk laten yang digunakan dalam studi ini diukur secara andal dan valid sebelum melanjutkan ke analisis model struktural. Mengikuti pendekatan SEM-PLS, penilaian difokuskan pada keandalan indikator, keandalan konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Evaluasi dilakukan menggunakan SmartPLS 3.

1. Keandalan Indikator

Keandalan indikator dievaluasi dengan menganalisis nilai beban luar (outer loading) setiap item pengukuran pada konstruksi yang sesuai, di mana nilai beban 0,70 atau lebih tinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut menjelaskan sebagian besar varians dalam konstruksi laten.

Tabel 3. Outer Loadings of Measurement Items

Construct	Indicator	Outer Loading
Green Fintech	GF1	0.826
	GF2	0.854
	GF3	0.796
	GF4	0.817
Environmental Awareness	EA1	0.783
	EA2	0.845
	EA3	0.807
	EA4	0.762
Carbon Accountability	CA1	0.864
	CA2	0.837
	CA3	0.883
	CA4	0.817
Corporate Image	CI1	0.793
	CI2	0.845
	CI3	0.827
	CI4	0.774

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua item pengukuran menunjukkan reliabilitas indikator yang kuat, sebagaimana tercermin dari nilai outer loading yang jauh di atas ambang batas yang direkomendasikan sebesar 0.70. Untuk konstruksi Green Fintech, nilai outer loading berkisar antara 0.796 hingga 0.854, menunjukkan bahwa semua indikator secara konsisten menangkap tingkat adopsi teknologi keuangan digital untuk tujuan keberlanjutan. Indikator Kesadaran Lingkungan juga menunjukkan nilai beban yang memadai antara 0.762 dan 0.845, menunjukkan bahwa pemahaman, kepedulian, dan komitmen manajemen terhadap isu lingkungan terwakili dengan baik oleh item pengukuran. Carbon Accountability menampilkan nilai beban luar tertinggi secara

keseluruhan, berkisar antara 0.817 hingga 0.883, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara kuat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengukur, mengelola, dan mengungkapkan emisi karbon secara akuntabel. Demikian pula, indikator Citra Korporat menunjukkan beban yang kuat antara 0,774 dan 0,845, mengonfirmasi bahwa persepsi pemangku kepentingan terkait tanggung jawab lingkungan tercatat dengan andal. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa semua indikator secara efektif mengukur konstruksi laten masing-masing, mendukung kecukupan model pengukuran untuk analisis struktural selanjutnya.

2. Keandalan Konsistensi Internal

Keandalan konsistensi internal dievaluasi menggunakan Cronbach's alpha dan Composite Reliability (CR), di mana nilai di atas 0.70 menunjukkan keandalan yang memadai. Hasil menunjukkan bahwa semua konstruksi melebihi ambang batas yang direkomendasikan untuk kedua ukuran keandalan, mengonfirmasi bahwa item pengukuran secara konsisten mewakili konstruksi laten masing-masing. Secara spesifik, Green Fintech menunjukkan keandalan yang kuat dengan Cronbach's alpha 0.886 dan CR 0.916, Kesadaran Lingkungan menunjukkan Cronbach's alpha sebesar 0.862 dan CR sebesar 0.902, Akuntabilitas Karbon mencatat reliabilitas tertinggi dengan Cronbach's alpha sebesar 0.897 dan CR sebesar 0.928, dan Citra Korporat mencatat Cronbach's alpha sebesar 0.872 dan CR sebesar 0.916.

3. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dievaluasi menggunakan Average Variance Extracted (AVE), di mana nilai di atas 0.50 menunjukkan bahwa suatu konstruk menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya. Hasil menunjukkan bahwa semua konstruk mencapai nilai AVE jauh di atas ambang batas yang direkomendasikan, mengonfirmasi validitas konvergen yang memadai. Secara spesifik, Green Fintech memiliki AVE sebesar 0.676, Environmental Awareness mencatat AVE sebesar 0.643, Carbon Accountability menunjukkan AVE tertinggi sebesar 0.697, dan Corporate Image mencatat AVE sebesar 0.663. Temuan ini menunjukkan bahwa indikator-indikator setiap konstruk berbagi proporsi varians yang tinggi, mendukung validitas model pengukuran.

4. Validitas Diskriminatif

Validitas diskriminatif diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker, yang mensyaratkan bahwa akar kuadrat AVE suatu konstruk harus lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain.

Seperti terlihat pada Tabel 6, akar kuadrat AVE (nilai diagonal) melebihi korelasi antar-konstruk, mengonfirmasi bahwa setiap konstruk secara empiris berbeda.

Tabel 4. Kriteria Fornell-Larcker

Construct	GF	EA	CA	CI
Green Fintech (GF)	0.819			
Environmental Awareness (EA)	0.546	0.800		
Carbon Accountability (CA)	0.622	0.663	0.831	
Corporate Image (CI)	0.584	0.617	0.695	0.812

Tabel 4 menampilkan hasil kriteria Fornell-Larcker, yang menunjukkan bahwa model pengukuran memenuhi persyaratan validitas diskriminatif. Akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE), yang ditampilkan pada diagonal matriks, lebih besar daripada korelasi antar-konstruk yang sesuai untuk semua konstruk. Secara spesifik, Green Fintech (0.819), Environmental Awareness (0.800), Carbon Accountability (0.831), dan Corporate Image (0.812) masing-masing

menunjukkan hubungan yang lebih kuat dengan indikatornya sendiri daripada dengan konstruk lain. Meskipun terdapat korelasi moderat di antara konstruksi—terutama antara Akuntabilitas Karbon dan Citra Korporat (0.695) serta antara Kesadaran Lingkungan dan Akuntabilitas Karbon (0.663)—nilai-nilai ini tetap lebih rendah daripada akar kuadrat AVE yang sesuai. Hal ini mengonfirmasi bahwa setiap konstruksi secara empiris berbeda dan mengukur domain konseptual yang unik, sehingga mendukung kecukupan validitas diskriminatif dalam model pengukuran.

C. Evaluasi Model Struktural

Setelah memastikan bahwa model pengukuran memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang diperlukan, model struktural dievaluasi untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan antara fintech hijau, kesadaran lingkungan, akuntabilitas karbon, dan citra korporat. Evaluasi model struktural dalam SEM-PLS berfokus pada penilaian masalah kolinearitas, koefisien determinasi (R^2), koefisien jalur, ukuran efek (f^2), dan relevansi prediktif (Q^2). Analisis dilakukan menggunakan SmartPLS 3 dengan prosedur bootstrapping sebanyak 5.000 resampling.

1. Penilaian Kolinearitas

Kolinearitas di antara konstruk prediktor dievaluasi menggunakan Faktor Inflasi Varians (VIF). Nilai VIF di bawah 5.0 menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model struktural.

Tabel 5. Penilaian Kolinearitas (Nilai VIF)

Endogenous Construct	Predictor	VIF
Carbon Accountability	Green Fintech	1.875
	Environmental Awareness	1.872
Corporate Image	Green Fintech	2.146
	Environmental Awareness	2.317
	Carbon Accountability	1.422

Tabel 5 menampilkan hasil penilaian kolinearitas menggunakan nilai Faktor Inflasi Varians (VIF), yang menunjukkan bahwa kolinearitas multipel bukanlah masalah dalam model struktural. Semua nilai VIF berada jauh di bawah ambang batas yang umum diterima sebesar 5,0, menunjukkan bahwa konstruksi prediktor tidak menunjukkan korelasi berlebihan yang dapat memengaruhi estimasi koefisien jalur. Secara spesifik, Green Fintech dan Environmental Awareness menunjukkan nilai VIF sebesar 1,875 dan 1,872 masing-masing saat memprediksi Carbon Accountability, menunjukkan kolinearitas rendah antara prediktor-prediktor ini. Demikian pula, saat memprediksi Citra Korporat, nilai VIF untuk Green Fintech (2,146), Kesadaran Lingkungan (2,317), dan Akuntabilitas Karbon (1,422) tetap dalam batas yang dapat diterima. Hasil ini mengonfirmasi bahwa hubungan struktural dapat diinterpretasikan secara andal dan bahwa setiap prediktor memberikan daya penjas yang unik bagi model.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai proporsi varians dalam konstruksi endogen yang dijelaskan oleh prediktor masing-masing, di mana nilai 0,25, 0,50, dan 0,75 umumnya diinterpretasikan sebagai daya penjas yang lemah, moderat, dan substansial. Hasil menunjukkan bahwa fintech hijau dan kesadaran lingkungan bersama-sama menjelaskan 54,6% varians dalam akuntabilitas karbon ($R^2 = 0,546$), mencerminkan tingkat daya penjas yang moderat hingga kuat. Selain itu, fintech hijau, kesadaran lingkungan, dan akuntabilitas karbon bersama-sama menjelaskan 63,2% varians dalam citra korporat ($R^2 = 0,632$), menunjukkan kemampuan model yang kuat untuk

menjelaskan perbedaan citra korporat di antara perusahaan Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa model yang diusulkan memiliki relevansi penjelasan yang substansial untuk kedua konstruk endogen.

3. Koefisien Jalur dan Uji Hipotesis

Hipotesis diuji dengan menganalisis koefisien jalur standar (β), nilai t , dan nilai p yang diperoleh melalui bootstrapping dengan 5.000 subsampel. Sebuah jalur dianggap signifikan jika nilai t melebihi 1.96 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 6. Koefisien Jalur Struktur

	Path	β	t-value	p-value	Result
H1	Green Fintech → Carbon Accountability	0.346	5.214	<0.001	Supported
H2	Environmental Awareness → Carbon Accountability	0.414	6.486	<0.001	Supported
H3	Green Fintech → Corporate Image	0.196	3.022	0.003	Supported
H4	Environmental Awareness → Corporate Image	0.276	4.365	<0.001	Supported
H5	Carbon Accountability → Corporate Image	0.382	6.016	<0.001	Supported

Tabel 6 menampilkan hasil analisis jalur struktural, menunjukkan bahwa semua hubungan yang dihipotesiskan bersifat positif dan secara statistik signifikan, sehingga mendukung semua hipotesis yang diajukan. Fintech hijau memiliki efek positif yang signifikan terhadap akuntabilitas karbon ($\beta = 0.346$, $t = 5.214$, $p < 0.001$), menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan yang berorientasi pada keberlanjutan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengungkapkan emisi karbon. Kesadaran lingkungan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap akuntabilitas karbon ($\beta = 0.414$, $t = 6.486$, $p < 0.001$), menyoroti peran kritis komitmen organisasi dan pemahaman manajerial dalam mendorong praktik karbon yang akuntabel. Selain itu, teknologi keuangan hijau secara positif mempengaruhi citra korporat ($\beta = 0.196$, $t = 3.022$, $p = 0.003$), menunjukkan bahwa pemangku kepentingan memandang perusahaan yang mengadopsi inovasi digital hijau sebagai lebih bertanggung jawab dan visioner. Kesadaran lingkungan juga secara signifikan meningkatkan citra korporat ($\beta = 0.276$, $t = 4.365$, $p < 0.001$), memperkuat pentingnya nilai-nilai lingkungan dalam membentuk persepsi pemangku kepentingan. Yang paling menonjol, akuntabilitas karbon memiliki dampak terkuat terhadap citra korporat ($\beta = 0.382$, $t = 6.016$, $p < 0.001$), menunjukkan bahwa pengelolaan karbon yang transparan dan akuntabel merupakan faktor kunci dalam menentukan reputasi korporat. Secara keseluruhan, temuan ini menekankan bahwa baik faktor teknologi maupun organisasi berkontribusi terhadap citra korporat, dengan akuntabilitas karbon berperan sebagai mekanisme utama yang menghubungkan inisiatif keberlanjutan dengan hasil reputasi.

4. Ukuran Efek (f^2)

Ukuran efek (f^2) dihitung untuk menilai dampak relatif setiap konstruksi eksogen terhadap variabel endogen. Menurut pedoman yang ditetapkan, nilai f^2 sebesar 0.02, 0.15, dan 0.35 menunjukkan efek kecil, sedang, dan besar, masing-masing.

Tabel 7. Ukuran Efek (f^2)

Relationship	f^2	Effect Size
Green Fintech → Carbon Accountability	0.156	Medium
Environmental Awareness → Carbon Accountability	0.223	Medium
Green Fintech → Corporate Image	0.077	Small
Environmental Awareness → Corporate Image	0.122	Small-Medium

Carbon Accountability → Corporate Image	0.243	Medium
---	-------	--------

Tabel 7 melaporkan nilai ukuran efek (f^2), yang menunjukkan kontribusi relatif masing-masing konstruk eksogen terhadap varians yang dijelaskan dari variabel endogen. Hasil menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan memiliki efek sedang terhadap akuntabilitas karbon ($f^2 = 0.223$), sedikit lebih kuat daripada efek fintech hijau terhadap akuntabilitas karbon ($f^2 = 0.156$), menyoroti pentingnya komitmen organisasi dan kesadaran dalam mendorong praktik pengelolaan karbon yang akuntabel. Di sisi lain, efek fintech hijau ($f^2 = 0.077$) dan kesadaran lingkungan ($f^2 = 0.122$) terhadap citra korporat lebih kecil, menunjukkan bahwa meskipun faktor-faktor ini secara langsung mempengaruhi citra korporat, kontribusi individu mereka relatif moderat. Secara mencolok, akuntabilitas karbon menunjukkan efek sedang terhadap citra korporat ($f^2 = 0.243$), menunjukkan bahwa manajemen karbon yang akuntabel memainkan peran yang lebih substansial dalam membentuk reputasi korporat daripada fintech hijau atau kesadaran lingkungan secara terpisah.

5. Relevansi Prediktif (Q^2)

Relevansi prediktif dievaluasi menggunakan nilai Q^2 Stone–Geisser yang diperoleh melalui prosedur penyamaran, di mana nilai di atas nol menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif untuk konstruksi endogen. Hasil menunjukkan bahwa akuntabilitas karbon memiliki nilai Q^2 sebesar 0.375 dan citra korporat memiliki nilai Q^2 sebesar 0.412, keduanya melebihi ambang batas minimum. Temuan ini menunjukkan relevansi prediktif yang kuat, menyarankan bahwa model yang diusulkan memiliki kemampuan yang baik untuk memprediksi nilai-nilai yang diamati dari akuntabilitas karbon dan citra korporat dalam konteks korporat Indonesia.

D. Analisis Mediasi (Berbasis Bootstrapping)

Studi ini mengusulkan akuntabilitas karbon (CA) sebagai mekanisme mediasi melalui mana fintech hijau (GF) dan kesadaran lingkungan (EA) mempengaruhi citra korporat (CI). Untuk menguji hipotesis mediasi, studi ini menggunakan prosedur bootstrapping (5.000 resampling) dalam SmartPLS 3 untuk menganalisis signifikansi efek tidak langsung. Mediasi didukung ketika efek tidak langsung secara statistik signifikan (nilai $t > 1,96$; $p < 0,05$). Selain itu, jenis mediasi (penuh vs. sebagian) ditentukan dengan menilai apakah efek langsung yang sesuai tetap signifikan ketika mediator dimasukkan ke dalam model.

Tabel 8. Hasil Bootstrapping untuk Efek Mediasi

Relationship	Direct Effect (β)	Indirect Effect (β)	Total Effect (β)	t-value (Indirect)	p-value (Indirect)	Mediation Type
GF → CA → CI	0.197	0.132	0.327	4.127	<0.001	Partial
EA → CA → CI	0.272	0.166	0.435	4.984	<0.001	Partial

Tabel 8 menampilkan hasil bootstrapping untuk analisis mediasi, menunjukkan bahwa akuntabilitas karbon secara parsial memediasi hubungan antara fintech hijau dan citra korporat serta antara kesadaran lingkungan dan citra korporat. Efek tidak langsung fintech hijau terhadap citra korporat melalui akuntabilitas karbon bersifat positif dan secara statistik signifikan ($\beta = 0.132$, $t = 4.127$, $p < 0.001$), sementara efek langsung tetap signifikan ($\beta = 0.197$), menunjukkan mediasi parsial. Hal ini menunjukkan bahwa fintech hijau meningkatkan citra korporat tidak hanya secara langsung, dengan menandakan inovasi teknologi dan orientasi keberlanjutan, tetapi juga secara

tidak langsung dengan memperkuat praktik pengelolaan karbon yang akuntabel. Demikian pula, efek tidak langsung kesadaran lingkungan terhadap citra korporat melalui akuntabilitas karbon signifikan ($\beta = 0.166$, $t = 4.984$, $p < 0.001$), dengan efek langsung juga tetap signifikan ($\beta = 0.272$), mengonfirmasi mediasi parsial. Hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan berkontribusi pada citra korporat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan mendorong praktik karbon yang lebih transparan dan akuntabel.

Pembahasan

Studi ini menyediakan bukti empiris tentang peran fintech hijau dan kesadaran lingkungan dalam membentuk akuntabilitas karbon dan citra korporat di kalangan perusahaan Indonesia. Temuan menunjukkan bahwa baik adopsi fintech hijau maupun kesadaran lingkungan secara signifikan meningkatkan akuntabilitas karbon, yang pada gilirannya secara positif mempengaruhi citra korporat. Hasil ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan inovasi teknologi dengan komitmen organisasi terhadap isu lingkungan dalam mendorong perilaku korporat yang akuntabel dan berwibawa, terutama dalam konteks ekonomi emerging seperti Indonesia, di mana praktik keberlanjutan dan transformasi digital berkembang secara bersamaan (Wahida & Uyun, 2023; Wikarta, 2022).

Hubungan positif antara fintech hijau dan akuntabilitas karbon menyoroti nilai strategis teknologi keuangan digital dalam mendukung tata kelola lingkungan. Fintech hijau memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan akurasi, transparansi, dan ketepatan waktu data terkait karbon, sehingga memperkuat mekanisme akuntabilitas dan mendukung pengelolaan karbon yang lebih efektif. Temuan ini konsisten dengan pandangan berbasis sumber daya dan teori kemampuan dinamis, yang menekankan bahwa perusahaan yang memanfaatkan sumber daya digital canggih lebih mampu mengembangkan kemampuan yang berorientasi pada keberlanjutan. Kesadaran lingkungan ditemukan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap akuntabilitas karbon, menunjukkan bahwa mindset organisasi dan komitmen manajemen memainkan peran kritis dalam mendorong praktik karbon yang bertanggung jawab. Hasil ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan dan institusional, yang menyarankan bahwa perusahaan merespons tekanan lingkungan melalui kombinasi nilai internal dan ekspektasi regulasi serta sosial eksternal, yang semakin relevan di Indonesia di tengah meningkatnya keprihatinan publik terhadap degradasi lingkungan dan perubahan iklim (Jupesta et al., 2011; Megawati et al., 2024).

Studi ini juga menegaskan bahwa fintech hijau, kesadaran lingkungan, dan akuntabilitas karbon masing-masing berkontribusi langsung pada citra korporat, dengan akuntabilitas karbon muncul sebagai prediktor terkuat. Temuan ini mendukung teori sinyal, karena akuntabilitas karbon yang transparan dan terukur berfungsi sebagai sinyal kredibel tentang komitmen sejati perusahaan terhadap keberlanjutan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan legitimasi pemangku kepentingan. Analisis mediasi menunjukkan bahwa akuntabilitas karbon secara parsial memediasi efek fintech hijau dan kesadaran lingkungan terhadap citra korporat, menunjukkan bahwa inisiatif keberlanjutan paling efektif ketika menghasilkan hasil konkret dan dapat dipertanggungjawabkan daripada tindakan simbolis. Secara keseluruhan, studi ini memperluas literatur tentang fintech hijau dan keberlanjutan korporat dengan secara empiris menunjukkan peran sentral akuntabilitas karbon dalam menghubungkan pendorong keberlanjutan teknologi dan kognitif dengan hasil reputasi, sambil menawarkan implikasi praktis bagi manajer dan pembuat kebijakan yang ingin memperkuat citra korporat dan mendukung praktik bisnis berkelanjutan dalam konteks ekonomi yang sedang berkembang.

KESIMPULAN

Studi ini menyediakan bukti empiris tentang peran kritis fintech hijau dan kesadaran lingkungan dalam meningkatkan akuntabilitas karbon dan citra korporat di kalangan perusahaan Indonesia, menunjukkan bahwa baik inovasi teknologi melalui fintech hijau maupun komitmen organisasi yang tercermin dalam kesadaran lingkungan secara signifikan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mengelola dan mengungkapkan emisi karbon secara bertanggung jawab. Akuntabilitas karbon muncul sebagai faktor sentral yang membentuk citra korporat, menunjukkan bahwa pemangku kepentingan memberikan nilai tinggi pada tanggung jawab lingkungan yang transparan dan dapat diukur. Analisis mediasi lebih lanjut menyoroti akuntabilitas karbon sebagai mekanisme kunci melalui mana fintech hijau dan kesadaran lingkungan diterjemahkan menjadi manfaat reputasi, menunjukkan bahwa meskipun faktor-faktor ini secara langsung meningkatkan citra korporat, efeknya secara substansial diperkuat ketika mereka menghasilkan praktik pengelolaan karbon yang akuntabel daripada upaya keberlanjutan simbolis. Dari perspektif praktis, temuan ini menyarankan agar perusahaan Indonesia secara strategis mengintegrasikan solusi fintech hijau dengan inisiatif internal untuk memperkuat kesadaran lingkungan guna menginstitutionalkan akuntabilitas karbon, meningkatkan transparansi, membangun kepercayaan pemangku kepentingan, dan memperkuat citra korporat. Pada tingkat kebijakan, hasil penelitian ini menekankan pentingnya mendukung inisiatif keuangan hijau digital dan mempromosikan kesadaran lingkungan untuk mendorong perilaku korporat yang bertanggung jawab. Secara keseluruhan, studi ini berkontribusi pada literatur tentang fintech hijau dan keberlanjutan korporat dengan menyoroti peran kunci akuntabilitas karbon dalam menghubungkan pendorong keberlanjutan dengan hasil reputasi dalam konteks ekonomi yang sedang berkembang.

REFERENSI

- Firmansyah, A., Jadi, P. H., Febrian, W., & Fasita, E. (2021). Respon pasar atas pengungkapan emisi karbon di Indonesia: bagaimana peran tata kelola perusahaan. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti* Vol, 8(2).
- Handoko, J., & Santoso, V. (2023). Pengaruh Akuntansi Hijau dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dengan Tanggung Jawab Sosial sebagai Pemediasi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 84–101.
- Hanif, M. W., Hafeez, S., & Afridi, M. A. (2023). Does wastophobia bring sustainability in consumers' responsible behavior? A case of electricity waste management. *International Journal of Energy Sector Management*, 17(2), 265–287. <https://doi.org/10.1108/IJESM-07-2021-0013>
- Hannoon, A., Al-Sartawi, A., & Khalid, A. A. (2021). Relationship between financial technology and financial performance. *The Big Data-Driven Digital* https://doi.org/10.1007/978-3-030-73057-4_26
- Hidayati, R. K., & Wijayanto, H. (2018). Pengaruh Program Csr “Kuta Beach Sea Turtle Conservation” Terhadap Brand Image Perusahaan. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 114. <https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.436>
- Ignatyuk, A., Liubkina, O., Murovana, T., & ... (2020). FinTech as an innovation challenge: From big data to sustainable development. *E3S Web of ...* https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/26/e3sconf_icsf2020_13027/e3sconf_icsf2020_13027.html
- Jupesta, J., Boer, R., Parayil, G., Harayama, Y., & ... (2011). Managing the transition to sustainability in an emerging economy: Evaluating green growth policies in Indonesia. ... *Innovation and Societal* <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210422411000311>

- Kaddumi, T. A., Baker, H., Nassar, M. D., & A-Kilani, Q. (2023). Does Financial Technology Adoption Influence Bank's Financial Performance: The Case of Jordan. In *Journal of Risk and Financial Management* (Vol. 16, Issue 9). <https://doi.org/10.3390/jrfm16090413>
- Khang, A., Misra, A., Gupta, S. K., & Shah, V. (2023). *AI-Aided IoT Technologies and Applications for Smart Business and Production*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=7mXjEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1989&dq=%22data+driven%22+financial+management&ots=xqyNnI0xTX&sig=hRPpxyLMOrfXmcXcFyYSHuAh-do>
- Kristanti, K. M., & Saptono, P. B. (2022). Pajak karbon dalam langkah pelestarian lingkungan. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 15(2), 538–547.
- Lamperti, S., Sammut, S., & Courrent, J. M. (2023). From incubator's knowledge transfer to sustainability start-ups' impact: a case study in a French support program. *Journal of Knowledge Management*, 27(9), 2393–2413. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2022-0690>
- Made Wilantara, M. (2023). *Green Marketing sebagai Manajemen Komunikasi Public Relations Industri Pariwisata Bali*. 29(2), 131–147.
- Megawati, S., Herdiansyah, H., Machmud, A., Antriyandari, E., & Sudirman, S. (2024). Integrating circular economy, digital economy, and social protection policies to drive green business innovation: Insights from Indonesia's culinary SMEs. *Problems and Perspectives in Management*, 22(4), 368–381.
- Meila, K. D., Dianty, A., & Veronica, L. (2024). Penerapan Pajak Karbon dalam Mewujudkan Sustainability Development Goals Serta Dampaknya Terhadap Penerimaan Pajak di Indonesia. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1849–1864.
- Nur'aini, N., Suhartono, S., & Raharjo, M. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kejadian Tuberkulosis: Sebuah Review. *Sanitasi: Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 13(1), 20–25. <https://doi.org/10.29238/sanitasi.v13i1.1079>
- Omer, A. M. (2008). Energy, environment and sustainable development. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 12(9), 2265–2300. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2007.05.001>
- Putri, H. D., & Agustin, H. (2023). Apakah Inovasi Hijau Dan Pengungkapan Emisi Karbon Dapat Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur? *Jurnal Akademi Akuntansi*, 6(1), 107–124.
- RAYANI, R. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP BRAND IMAGE BANK MUAMALAT KOTA PALOPO. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.
- Rustiarini, N. W., Bhagawati, D. A. S., & Mendra, N. P. Y. (2022). Intellectual Capital and Financial Performance: the Mediating Effect of Sustainability Performance. *International Journal of Management and Sustainability*, 11(4), 221–232. <https://doi.org/10.18488/11.v11i4.3210>
- Sallam, M. A. (2016). The impact of brand image and corporate branding on consumer's choice: The role of brand equity. *International Journal of Marketing Studies*, 8(1), 98.
- V. M. Anitha Rajathi, & B. Reshma Parveen. (2024). A conceptual study on impact of green manufacturing practices. *Open Access Research Journal of Engineering and Technology*, 6(2), 087–094. <https://doi.org/10.53022/oarjet.2024.6.2.0024>
- Wahida, K., & Uyun, H. (2023). Tatanan Indonesia Dalam Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan Melalui Green Economy. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(2), 14–26.
- Wikarta, E. K. (2022). TOWARDS GREEN ECONOMY: THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE AGRICULTURAL AND RURAL DEVELOPMENT PLANNING, THE CASE ON UPPER CITARUM RIVER BASIN WEST JAVA PROVINCE INDONESIA. *Ecodevelopment*, 3(1).
- Yani, W. R., & Susilawati, S. (2022). Perilaku Ketidakpedulian Masyarakat Terhadap Penyediaan Bak Sampah di Gang Gereja. *PubHealth Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 1(1), 97–100. <https://doi.org/10.56211/pubhealth.v1i1.48>
- Zhou, G., Zhu, J., & Luo, S. (2022). The impact of fintech innovation on green growth in China: Mediating effect of green finance. In *Ecological Economics*. Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921800921003670>
- Zusrony, E., Kusumaningtyas, D. D., Manalu, G., Sulistyowati, P., & Madyoningrum, A. W. (2024). Menguji Peran Brand Image: Green Marketing dan Corporate Social Responsibility dalam Keputusan Pembelian Produk Perusahaan Multinasional. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 6254–6264.