

BAB I

PENDAHULUAN

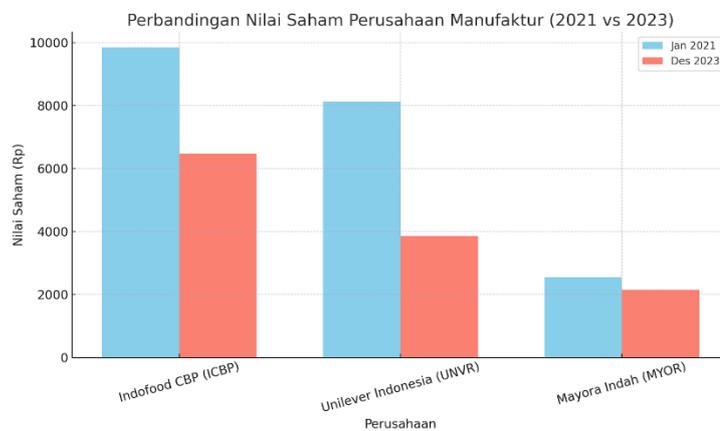
1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan transformasi digital saat ini, nilai perusahaan tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kinerja keuangan, tetapi juga oleh faktor-faktor non-keuangan seperti kepedulian terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola yang baik (Primacintya, 2024). Sektor manufaktur sebagai penyumbang besar PDB dan lapangan kerja di Indonesia, ikut terdampak oleh perubahan ini. Selama periode 2021 hingga 2023, banyak perusahaan manufaktur mengalami tekanan akibat perlambatan ekonomi dan meningkatnya tuntutan terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan, yang berdampak langsung pada penurunan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merefleksikan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek jangka panjang suatu entitas bisnis. Penilaian ini tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh kemampuannya mengelola sumber daya secara efisien dan bertanggung jawab, termasuk aspek sosial dan lingkungan (Atanti & Trisnarningsih, 2024). Rasio Tobin's Q menjadi indikator yang banyak digunakan karena tidak hanya mengukur kinerja keuangan, tetapi juga mengandung ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 32 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria kelayakan data selama periode 2021 hingga 2023, ditemukan adanya tren penurunan nilai perusahaan yang

cukup signifikan. Fenomena ini muncul di tengah meningkatnya tekanan terhadap praktik keberlanjutan, baik dari regulator maupun investor. Beberapa perusahaan besar seperti Indofood CBP (ICBP), Unilever Indonesia (UNVR), dan Mayora Indah (MYOR) mengalami penurunan nilai saham secara berturut-turut selama tiga tahun terakhir. Hal ini mencerminkan bahwa ketidakpatuhan terhadap prinsip lingkungan, sosial, dan tata kelola serta rendahnya transparansi dalam pengungkapan informasi lingkungan dapat berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1.1 Perbandingan Nilai Saham Perusahaan Manufaktur

Gambar di atas menunjukkan bahwa tiga perusahaan manufaktur besar yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Indofood CBP (ICBP), Unilever Indonesia (UNVR), dan Mayora Indah (MYOR) mengalami penurunan nilai saham secara signifikan dalam kurun waktu 2021 hingga 2023. Saham ICBP tercatat turun dari sekitar Rp9.800 di Januari 2021 menjadi sekitar Rp6.500 pada akhir 2023. Penurunan yang lebih tajam dialami oleh Unilever Indonesia, dari sekitar Rp8.200 menjadi Rp3.900, serta Mayora yang juga mengalami penurunan dari sekitar Rp2.600 menjadi Rp2.150. Fenomena ini mencerminkan bahwa perusahaan

manufaktur di Indonesia sedang menghadapi tekanan yang tidak hanya bersifat finansial, namun juga reputasional dan non-keuangan.

Tekanan masyarakat terhadap isu lingkungan yang ditujukan kepada perusahaan dapat menjadi salah satu penyebab terjadinya penurunan tren nilai perusahaan. Pada tahun 2020 tiga perusahaan manufaktur besar yaitu Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), dan Wings Surya digugat oleh Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Jawa Timur atas dugaan pencemaran lingkungan di kawasan Surabaya. Dengan tuntutan ganti rugi sebesar Rp4 miliar telah memengaruhi pergerakan harga saham, dimana saham GOOD tercatat turun 5,81% menjadi Rp1.290 per lembar. Meski manajemen GOOD menegaskan bahwa gugatan ini tidak berdampak pada operasional perusahaan, kasus tersebut memperlihatkan bahwa isu lingkungan dapat memengaruhi persepsi investor sekaligus menekan nilai perusahaan secara keseluruhan. (IDN Financials, 2020).

Merujuk dari fenomena tersebut penting untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada sektor manufaktur yang sangat rentan terhadap isu lingkungan dan sosial. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memfokuskan pada empat variabel yang berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan, yakni *green accounting*, *corporate social responsibility* (CSR), *carbon emission disclosure*, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Pemilihan *green accounting* sebagai variabel penelitian dilandasi oleh pentingnya akuntabilitas perusahaan dalam mencatat dan melaporkan biaya serta dampak lingkungan secara sistematis (Anggita dan

Nugroho, 2022). CSR juga dipilih karena kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan berkontribusi dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif (Sakina dkk., 2024).

Pengungkapan emisi karbon menjadi aspek yang krusial mengingat meningkatnya perhatian global terhadap isu perubahan iklim. Perusahaan yang secara transparan melaporkan emisi karbon cenderung memperoleh penilaian yang lebih baik dari pasar karena dinilai memiliki komitmen terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan (Alfayerds dan Setiawan, 2021). Selain itu, kinerja lingkungan diikutsertakan sebagai variabel karena menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan melalui kebijakan dan program keberlanjutan yang konkret (Gunawan dan Berliyanda, 2024).

Teori *stakeholder* digunakan sebagai landasan utama untuk memahami bagaimana faktor-faktor eksternal, khususnya yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial, dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Teori ini diperkenalkan oleh Freeman dkk. (1984) yang menyatakan bahwa keberhasilan jangka panjang perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi harapan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Nilai perusahaan, dalam hal ini, tidak hanya mencerminkan kinerja keuangan, tetapi juga persepsi *stakeholder* terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Studi Qurniasih dkk. (2024) mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif melibatkan *stakeholder* dalam kebijakan keberlanjutan cenderung memiliki nilai

perusahaan yang lebih tinggi karena dianggap memiliki risiko yang lebih rendah dan reputasi yang lebih kuat di pasar.

Teori *stakeholder* juga sangat relevan untuk menjelaskan pentingnya *green accounting* dan CSR sebagai dua bentuk tanggung jawab perusahaan yang bersifat strategis. *Green accounting* menjadi instrumen penting dalam menunjukkan kepada *stakeholder* bagaimana perusahaan mengelola dampak lingkungannya secara terukur dan sistematis. Sementara itu, CSR berfungsi sebagai jembatan sosial yang menghubungkan perusahaan dengan komunitas serta pihak eksternal lainnya. Kedua elemen ini bukan hanya menjadi bentuk kepatuhan, tetapi juga strategi reputasi dan kepercayaan publik. Sakina dkk. (2024) menegaskan bahwa *green accounting* dan CSR yang dijalankan secara konsisten dan terkomunikasikan dengan baik mampu memperkuat nilai perusahaan melalui peningkatan loyalitas *stakeholder* serta persepsi positif dari pasar modal.

Karena isu perubahan iklim dan kelestarian lingkungan telah menjadi perhatian global yang mendesak. *Stakeholder* kini semakin memperhatikan sejauh mana perusahaan berkontribusi terhadap mitigasi risiko lingkungan dan keberlanjutan jangka panjang. Pengungkapan emisi karbon memperlihatkan transparansi perusahaan terhadap jejak karbon yang dihasilkan, sedangkan kinerja lingkungan mencerminkan efektivitas pengelolaan sumber daya dan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Penelitian oleh Prasetyaningsih dkk. (2024) menemukan bahwa perusahaan yang secara aktif melaporkan emisi karbon dan menunjukkan performa lingkungan yang baik cenderung memiliki nilai perusahaan

yang lebih tinggi karena dianggap bertanggung jawab secara sosial dan mampu mengurangi risiko reputasi di mata publik dan investor.

Praktik *green accounting* mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan yang terintegrasi dalam sistem pelaporan keuangan. Ketika perusahaan mengadopsi *green accounting*, hal ini menunjukkan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan yang lebih besar, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan reputasi perusahaan. Penelitian oleh Dahlia dkk. (2024) menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena informasi yang disampaikan lebih relevan dan bernilai bagi para pemangku kepentingan.

Corporate social responsibility (CSR) juga berperan penting dalam membentuk nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR yang konsisten dan terstruktur akan menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan investor. Selain itu, CSR dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat relasi dengan *stakeholder* eksternal. Sakina dkk. (2024) dalam penelitiannya membuktikan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, khususnya di sektor industri manufaktur.

Carbon emission disclosure atau pengungkapan emisi karbon menjadi salah satu indikator penting dalam pengelolaan isu lingkungan secara transparan. Semakin lengkap dan akuntabel pengungkapan emisi karbon perusahaan, semakin tinggi legitimasi yang diperoleh dari publik dan investor. Penelitian oleh Gunawan dan Berliyanda (2024) menyatakan bahwa pengungkapan emisi karbon secara

signifikan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan komitmen terhadap transparansi dan keberlanjutan operasional.

Kinerja lingkungan juga memiliki relevansi tinggi dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik mencerminkan efisiensi operasional, pengelolaan limbah yang optimal, serta kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Penelitian oleh Prasetyaningsih dkk. (2024) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan tinggi cenderung lebih menarik bagi investor, karena dianggap mampu bertahan dalam jangka panjang dan memiliki risiko operasional yang lebih rendah.

Dalam kenyataannya tidak semua variabel yang diteliti mampu memberikan dampak nyata terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa penelitian yang membuktikan tidak mendukung hubungan dari penelitian – penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya. Misalnya, penelitian Aswangga dan Widoretno (2025) menyimpulkan bahwa *green accounting* tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan karena pelaksanaannya sering belum optimal dan hanya bersifat simbolik. Hal ini menunjukkan bahwa upaya perusahaan dalam menerapkan akuntansi hijau belum cukup diapresiasi oleh investor sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi. Ketidak terpengaruhannya ini bisa disebabkan oleh kurangnya pemahaman pasar terhadap manfaat jangka panjang dari *green accounting* atau rendahnya transparansi dan pelaporan praktik ramah lingkungan dalam laporan keuangan.

Penelitian oleh Jayati dkk. (2021) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena minimnya keterkaitan langsung antara program CSR dan peningkatan nilai ekonomi perusahaan. Meski CSR dianggap sebagai strategi reputasi dan tanggung jawab sosial, dalam praktiknya investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan dibandingkan aktivitas sosial perusahaan. Dalam konteks ini, CSR dipandang sebagai beban biaya tambahan, terutama jika tidak diimbangi dengan peningkatan profitabilitas.

Penelitian oleh Dianti dan Puspitasari (2024) menegaskan bahwa pengungkapan emisi karbon tidak berdampak langsung terhadap nilai perusahaan karena investor belum menjadikan aspek lingkungan sebagai indikator utama dalam menilai kinerja perusahaan. Meskipun pengungkapan ini menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan, namun belum menjadi perhatian utama investor di pasar modal Indonesia. Banyak investor yang masih menitikberatkan pada return jangka pendek, bukan pada kinerja lingkungan jangka panjang.

Hasil penelitian oleh Sagala dan Kusumadewi (2023) kinerja lingkungan tidak berdampak pada nilai perusahaan karena masih rendahnya kesadaran dan tuntutan pasar terhadap isu-isu lingkungan. Meskipun perusahaan telah melakukan berbagai upaya dalam pengelolaan lingkungan, hal tersebut belum cukup kuat untuk mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Ini dapat disebabkan karena upaya lingkungan belum memberikan kontribusi langsung terhadap laba

perusahaan atau karena informasi kinerja lingkungan tidak diungkapkan secara transparan kepada publik.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan inkonsistensi yang mengindikasikan bahwa hubungan antara *green accounting*, CSR, *carbon emission disclosure*, dan kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan masih perlu dikaji lebih lanjut terutama dalam konteks sektor manufaktur di Indonesia yang saat ini menghadapi tantangan besar terhadap praktik keberlanjutan. Dengan mempertimbangkan berbagai teori dan temuan empiris tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan judul **“Pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, *Carbon Emission Disclosure* Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia 2021-2023”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Carbon Emission Disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, *Carbon Emission Disclosure*, dan Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Sustainability Report* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Carbon Emission Disclosure* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, *Carbon Emission Disclosure*, dan Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Membantu perusahaan memahami bagaimana penerapan *Green Accounting*, CSR, *Carbon Emission Disclosure*, dan Kinerja Lingkungan dapat meningkatkan transparansi, reputasi, serta kepatuhan terhadap regulasi lingkungan untuk menarik minat investor.
2. Memberikan informasi mengenai transparansi dalam pelaporan keberlanjutan, menjadi faktor dalam pengambilan keputusan investasi dan meningkatkan nilai perusahaan.
3. Mendukung peningkatan standar pelaporan lingkungan dan keberlanjutan di sektor industri serta memberikan gambaran mengenai efektivitas kebijakan lingkungan dalam meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan.

1.4.2 Manfaat Teoritis Akademis

1. Mengisi kesenjangan penelitian terdahulu dengan membuktikan secara empiris bagaimana praktik keberlanjutan mempengaruhi nilai perusahaan di sektor manufaktur.
2. Menjadi sumber referensi dalam studi bagi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dengan memberikan kontribusi signifikan dengan memperkaya koleksi kepustakaan dan menjadi referensi relevan untuk penelitian-penelitian mendatang.
3. Penelitian ini berfungsi sebagai sarana untuk menerapkan teori dan pengetahuan yang telah diperoleh penulis, baik selama masa perkuliahan maupun berbagai literatur yang membahas secara khusus tentang *Green Accounting* dan *Corporate Sustainability Report*.