

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keadaan lingkungan global belakangan ini menunjukkan perubahan yang cukup mengkhawatirkan. Faktor yang menjadi masalah utama perhatian dunia saat ini yaitu pemanasan global. Kejadian tersebut diakibatkan karena peningkatan temperatur bumi secara perlahan dan berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Indonesia sebagai negara kepulauan yang wilayah lautnya lebih luas dibandingkan daratan menjadikannya sebagai negara yang menerima dampak perubahan iklim akibat pemanasan global. Salah satu dampak yang berpotensi terjadi yaitu hilangnya sejumlah pulau kecil. Dampak yang lebih serius terlihat dari kenaikan permukaan air laut yang cukup signifikan, terutama di Pulau Jawa, khususnya wilayah Provinsi DKI Jakarta (Ainurrohmah & Sudarti, 2022).

Kondisi bumi saat ini mengalami kenaikan suhu global sekitar 1,2°C dibandingkan dengan periode akhir tahun 1800-an, yang disertai dengan peningkatan emisi secara berkelanjutan. Berdasar pada *Emission Gap Report 2024* oleh *United Nations Environment Programme* (UNEP), totalnya emisi gas rumah kaca di 2023 tercatat mencapai 57,1 gigaton setara CO<sub>2</sub>, yang merupakan angka tertinggi sepanjang sejarah. Jumlah ini meningkat yaitu 1,3 persen dibandingkan tahun 2022 dan melampaui rata-rata kenaikan tahunan yaitu 0,8 persen pada periode 2010 - 2019. Selain itu, WMO menetapkan tahun 2024 menjadi tahun paling panas yang pernah tercatat, dengan kenaikan suhu global sekitar 1,55°C dibandingkan era pra-industri. WMO juga memperkirakan adanya peluang yaitu 80 persen

bahwasanya setidaknya satu dari lima tahun ke depan akan mencatatkan suhu global yang lebih tinggi dibandingkan tahun 2024 (*United Nation, 2025*).

Fenomena perubahan iklim menjadi bagian penting yang mendapat perhatian, terutama diakibatkan dari emisi gas rumah kaca yang bersasal dari aktivitas manusia yang mana salah satu penyumbang utama emisi tersebut berasal dari kegiatan operasional perusahaan. Dalam kajian akademik, upaya untuk memahami serta menanggapi dampak perubahan iklim perlu dilakukan secara sistematis. Pendekatan deduktif bisa dipakai dengan memulai dari prinsip-prinsip umum, seperti pentingnya perlindungan lingkungan hidup, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan yang lebih spesifik pada perusahaan yang berkontribusi besar menyumbang terjadinya kerusakan lingkungan (Lumban Gaol & Elisatris Gultom, 2025)

Seiring dengan meningkatnya permasalahan perubahan iklim dan tekanan global terhadap isu keberlanjutan lingkungan, terjadi pergeseran cara pandang dalam menilai kinerja perusahaan. Kondisi tersebut mendorong munculnya konsep *Triple Bottom Line* yang sudah diperkenalkan John Elkington tahun 1988. Awalnya, kinerja perusahaan hanyalah dilihat dari aspek keuangan atau kemampuan menghasilkan keuntungan (*profit*). Namun, saat ini penilaian kinerja perusahaan tidak lagi berfokus pada satu aspek tersebut, melainkan mencakup tiga unsur utama yang dikenal sebagai 3P, yaitu *people*, *planet*, serta *profit* (Wardani & Achyani, 2025).

Konsep *Triple Bottom Line* mempunyai tujuan yang searah dengan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan ini dirancang untuk mendorong

pembangunan yang tidak hanya meningkatkan kemakmuran ekonomi masyarakat di masa yang akan datang, tetapi juga memperkuat kehidupan sosial, melindungi mutu lingkungan hidup, serta meyakinkan keadilan dan penerapan tata kelola yang baik (Nogueira et al., 2025). Melalui tujuan tersebut, SDGs diharapkan mampu menjaga serta peningkatan mutu hidup masyarakat jangka panjang.

Munculnya berbagai konsep seperti *triple bottom line*, *Sustainable Development Goals* (SDGs), serta *Environmental, Social, and Governance* (ESG) sudah mengubah cara perusahaan dalam menilai kinerjanya. Hal tersebut yaitu dampak dari perubahan iklim yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia sama-sama menyadari bahwasanya risiko perubahan iklim perlu dimasukkan ke dalam kerangka manajemen risiko sudah stabilitas sistem keuangan serta perekonomian perusahaan tetap terjaga. Langkah-langkah ini diperlukan untuk memperkuat ketahanan sektor dalam jangka panjang terhadap dampak perubahan iklim serta sebagai respons atas tekanan dari investor serta pemangku kepentingan (Puspitasari & Faturohman, 2024).

OJK sudah mengeluarkan Peraturan OJK Nomor 51/POJK.02/2017 terkait Penerapan Keuangan Berkelanjutan untuk Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Peraturan tersebut memberikan kewajibannya perusahaan didalam melakukan penyusunan serta melaporkan pelaporan keberlanjutan setiap tahun, baik kepada Otoritas Jasa Keuangan dan juga situs resmi perusahaan. Laporan keberlanjutan yang disusun dengan baik memerlukan adanya landasan

yang jelas. Peningkatan standar keberlanjutan terus berkembang serta menyesuaikan kebutuhan para pemangku kepentingan.

Pada tahun 2016, *Global Reporting Initiative* menetapkan standar global untuk pelaporan keberlanjutan yang dikenal sebagai *GRI Standards*. Standar GRI diperbarui pada tahun 2021 dengan mempunyai tiga seri standar yaitu Standar Universal, Standar Sektor, serta Standar Topik (Pertiwi et al., 2024). Standar tersebut dipakai oleh beberapa perusahaan, terutama pada sektor tertentu. Kerangka keberlanjutan lain mulai bermunculan seperti *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) yang dikembangkan oleh *International Sustainability Standards Board* (ISSB) sejak tahun 2021 dan juga mengeluarkan *International Financial Accounting Standard (IFRS) S1* pada 31 Maret 2022 (Da Rato, 2024).

Persaingan bisnis dan regulasi yang tinggi membuat perusahaan untuk terus memperhatikan daya tarik di mata investor. Nilai perusahaan menjadi ukuran penting karena mencerminkan bagaimana pasar menilai kinerja serta potensi keberlanjutan perusahaan. Nilai perusahaan tinggi menandakan bahwa investor percaya terhadap kapabilitas perusahaan mendapat keuntungan sekaligus menjaga kelangsungan operasionalnya. Terdapat beberapa cara untuk meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya yaitu praktik keberlanjutan yang dikelola dengan baik bisa meningkatkan reputasi, daya saing, serta menarik minat investor yang juga berfokus pada faktor lingkungan, sosial, serta tata kelola dalam menentukan investasi. Pengelolaan dan pengungkapan isu lingkungan yang tidak optimal berpotensi menurunkan nilai perusahaan, meskipun pengaruhnya juga bisa dipengaruhi oleh faktor lain (Manulang & Soeratin, 2024).

Realita yang ada di lapangan menunjukkan bahwasanya nilai perusahaan tidak selalu sejalan dengan perkembangan aktivitas bisnis. Bahkan perusahaan yang melakukan operasi di sektor yang tergolong stabil, seperti *consumer non cyclicals* tetap mengalami perubahan atau ketidakstabilan nilai pasar (Amro & Asyik, 2021). Perusahaan *Consumer non-cyclicals* yang ada di BEI mencakup berbagai subsektor seperti ritel barang primer dan makanan, minuman, makanan olahan, produk pertanian, tembakau, produk rumah tangga, serta produk perawatan pribadi. Sektor ini mempunyai prospek ekonomi yang relatif stabil karena permintaannya cenderung konsisten, seiring dengan kebutuhan masyarakat terhadap barang-barang konsumsi primer. Selain itu, pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia turut mendorong peningkatan kebutuhan konsumsi.



Gambar 1.1 Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical (2021-2024)

Sumber: Purba et al. (2025)

Gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwasanya pada tahun 2022 sektor *Consumer non-cyclicals* mengalami pertumbuhan yaitu 1,40 dibandingkan tahun sebelumnya, yang mengindikasikan adanya pemulihan ekonomi pascapandemi

*Covid-19*. Namun, pada tahun 2023 sektor ini mengalami penurunan yaitu 1,22, dan tren penurunan tersebut berlanjut pada tahun 2024 dengan penurunan yaitu 0,80. Oleh sebab itu, sektor ini menjadi relevan untuk diteliti guna melihat apakah faktor non keuangan serta praktik keberlanjutan dalam perusahaan bisa berdampak terhadap nilai perusahaan.

Populasi penelitiannya difokuskannya pada sektor perusahaan *consumer non-cyclical* yang merupakan sektor dengan produk yang tetap dibutuhkan oleh masyarakat tanpa dipengaruhi secara signifikan oleh kondisi siklus ekonomi, sehingga aktivitas produksinya cenderung berlangsung secara stabil serta berkelanjutan (Nadya, 2023). Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan pada sektor ini mempunyai tingkat konsumsi energi dan penggunaan sumber daya yang relatif tinggi secara terus-menerus, sehingga berpotensi menimbulkan akumulasi dampak lingkungan dalam jangka panjang. Selain itu, kedekatan produk sektor *non-cyclical* dengan konsumen akhir menjadikan perusahaan berada di bawah sorotan publik serta investor terkait praktik keberlanjutan yang diterapkan.

Indonesia kini menghadapi tekanan yang semakin besar untuk mengatasi krisis sampah plastik, karena volume limbah pasca konsumsi terus meningkat tanpa penanganan yang efektif. Pemerintah sudah mengeluarkan *roadmap* pengurangan limbah dengan menerapkan prinsip *Extended Producer Responsibility* (EPR), yang menuntut perusahaan bertanggung jawab atas limbah produk mereka setelah konsumsi, seperti pengumpulan, daur ulang, serta pembuangan yang sesuai. Data resmi menunjukkan bahwasanya sebagian besar limbah nasional masih belum tertangani dengan baik, dengan sekitar 40% sampah tidak diolah dan hanya 22%

dari 10,8 juta ton limbah plastik yang berhasil didaur ulang menurut catatan sistem informasi pengelolaan limbah nasional (Santoso, 2025).

Sektor yang menghasilkan produk makanan dan minuman membuat sektor *consumer non cyclical* memakai plastik kemasan dalam membungkus produknya. Hal tersebut dikarenakan saset mudah dipakai dan harganya terjangkau. Kemasan saset yang berubah menjadi sampah dan tidak mendapatkan penanganan serius bisa berdampak pada lingkungan. Kendala lingkungan yang diakibatkan dari sampah bisa berdampak besar karena bahan dasar yang sulit diurai serta penggunaan sekali pakai menyebabkan timbunan yang berlipat-lipat jumlahnya.

Menyadari permasalahan tersebut, masyarakat yang ada dalam bagian gerakan *Break Free From Plastic* melaksanakan audit merek sampah saset di 34 lokasi di Indonesia, termasuk wilayah Indonesia Timur seperti Nusa Tenggara Timur dan Ambon, pada periode Oktober 2023 hingga Februari 2024. Dari kegiatan tersebut terkumpul 9.698 sampah saset, dengan lima produsen yang paling banyak ditemukan berasal dari Wings, Salim Grup, Mayora Indah, Unilever, serta PT Santos Jaya Abadi yang termasuk ke dalam sektor *consumer non-cyclical*. Proses audit melibatkan ratusan relawan yang memilah serta mengidentifikasi sampah saset berdasarkan merek dan jenis material, di mana jenis plastik *Low Density Polyethylene* (LDPE) menjadi yang paling dominan (Mubarok, 2024).

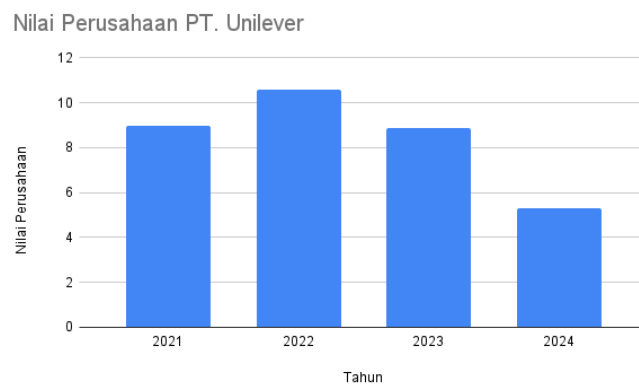


Gambar 1.2 Sampel Mikroplastik dan Merek Sampah Kemasan dalam  
Audit Merek Sampah

Sumber: Mongabay (2024)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwasanya kemasan plastik berbentuk saset terus ditemukan dalam jumlah signifikan dari tahun ke tahun dan sulit terurai secara alami. Hasil kajian dan survei Greenpeace terhadap generasi Z menunjukkan bahwasanya sebagian besar responden menyadari plastik saset sebagai permasalahan lingkungan serta menyetujui perlunya pengurangan penggunaannya, meskipun merasa mempunyai keterbatasan dalam bertindak. Di sisi lain, sampah saset masih banyak ditemukan di sungai, pesisir, serta laut. Keadaan ini memberikan dorongan butuhnya peranan pemerintahan serta produsen didalam mengambil tanggungjawab yang lebih besar terhadap pengelolaan serta daur hidup kemasan, termasuk melalui penerapan sistem guna ulang serta kebijakan pengurangan sampah yang lebih tegas (Mubarok, 2024). Kondisi tersebut menegaskan bahwasanya perusahaan *consumer non-cyclical* tidak hanya berperan sebagai penyedia kebutuhan pokok masyarakat, tetapi berperan besar serta mempunyai kontribusi bagi dampak lingkungan yang dihasilkan dari produk serta kemasannya.

Mengingat dampak yang ditimbulkan, PT Unilever Indonesia Tbk sebagai sektor non cyclicals mendapatkan Katadata *Green Initiative Awards 2023* dalam kategori *consumer goods* sebagai apresiasi atas berbagai inisiatif keberlanjutan yang sudah diterapkan. Dalam penghargaan tersebut, Unilever diakui karena komitmennya terhadap upaya pengurangan dampak lingkungan melalui strategi *The Unilever Compass*, termasuk penerapan pengemasan berkelanjutan dengan prinsip *less plastic, better plastic, serta no-plastic*, serta pengurangan jejak karbon melalui transisi ke energi terbarukan dan langkah-langkah pengelolaan limbah yang mencerminkan sistem ekonomi sirkular. Selain itu, perusahaan juga menampilkan kapasitas pengelolaan sampah pasca-konsumsi melalui program pengumpulan limbah plastik di berbagai kota di Indonesia (Rofiyandi, 2023).



Gambar 1.3 Nilai Perusahaan PT. Unilever

Sumber: Laporan Tahunan PT. Unilever 2021-2024

Berdasar pada gambar 1.3 menunjukkan adanya fluktuasi nilai perusahaan pada PT. Unilever, meskipun PT Unilever Indonesia Tbk mendapat penghargaan Katadata *Green Initiative Awards 2023* atas komitmennya dalam menjalankan berbagai inisiatif keberlanjutan, nilai perusahaannya justru menunjukkan fluktuasi

serta mengalami penurunan pada tahun 2024. Kondisi ini mengarah bahwasanya pengakuan atas praktik keberlanjutan tidak secara otomatis diikuti oleh peningkatan persepsi pasar. Penurunan nilai perusahaan tersebut menimbulkan pertanyaan penting mengenai sejauh mana praktik keberlanjutan, seperti pengelolaan lingkungan dan *green innovation*, benar-benar dipertimbangkan oleh investor didalam melakukan penilaian prospek jangka panjang perusahaannya. Permasalahan ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara upaya keberlanjutan yang dilakukan perusahaan serta respons pasar yang tercermin dalam nilai perusahaan.

Kasus pencemaran sampah saset yang dihasilkan oleh perusahaan sektor *consumer non-cyclical* menunjukkan adanya dampak lingkungan yang berasal langsung dari aktivitas produksi dan konsumsi perusahaan. Kondisi ini menuntut perusahaan lebih menekankan pada aspek tanggungjawab terhadap lingkungan selain berfokus pada keuntungan laba perusahaan. Dalam konteks ini, pencemaran sampah bisa menjadi pendorong bagi perusahaan untuk membangun inovasi produk serta kemasan yang ramah bagi lingkungan, seperti penggunaan material yang mudah didaur ulang atau penerapan sistem guna ulang, sehingga selaras dengan konsep praktik keberlanjutan.

Regulasi dan kebijakan mempunyai tugas penting dalam menentukan arah strategi bisnis di tingkat global. Dalam kondisi tersebut, keberlanjutan lingkungan menjadi salah satu perhatian utama bagi perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan aspek lingkungan disamping keuntungan finansial mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari masyarakat sekitar (Edith Ebele Agu et al., 2024).

Selain sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, penerapan praktik bisnis yang ramah lingkungan juga bisa memperkuat posisi serta daya saing perusahaan di pasar global.

Fenomena tersebut menarik guna dikaji lebih lanjut, khususnya dalam konteks bagaimana penerapan praktik keberlanjutan bisa memengaruhi nilai perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti menambahkan variabel *green accounting*, *green innovation*, serta *green intellectual capital* untuk melihat penerapannya tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional dan tanggung jawab lingkungan, tetapi juga pada persepsi pasar serta penilaian investor pada perusahaan searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Ahmar, 2025) membuktikan bahwasanya *green accounting*, *green innovation*, serta *green intellectual capital* berdampak terhadap nilai perusahaannya.

*Green accounting* dijelaskan sebagai pengambilan keputusan perusahaan dan bentuk tanggungjawab yang menyelaraskan faktor lingkungan. Melalui pengukuran dampak lingkungan dalam satuan ekonomi, *green accounting* membantu perusahaan mengevaluasi kontribusinya terhadap perlindungan lingkungan serta kesejahteraan sosial (Rosmida et al., 2025). Informasi yang dihasilkan dipakai sebagai dasar dalam sistem manajemen lingkungan, terutama untuk mendukung keputusan terkait efisiensi biaya, investasi teknologi ramah lingkungan, serta pengembangan bahan baku berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan *green accounting* bisa mendukung keberlanjutan perusahaan didalam jangka panjang.

Penerapan *green accounting* mencerminkan keseriusan perusahaan dalam mengelola dan mengungkapkan aspek lingkungan secara terbuka. Transparansi akan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan, yang menghasilkan dampak positif pada peningkatannya nilai perusahaan di pasar (Manan et al., 2025). *Green accounting* ialah strategi yang dipakai perusahaan guna meningkatkannya keterbukaan dalam pengelolaan aspek lingkungan. Namun demikian, dampak *green accounting* pada nilai perusahaan tidaklah selalu menghasilkan jawaban yang seragam karena dipengaruhi oleh karakteristik dari internal perusahaan lain.

Pentingnya *green accounting* untuk keberlanjutan perusahaan memunculkan praktik keberlanjutan lain seiring dengan meningkatnya kesadaran perusahaan akan perhatian terhadap ketahanan lingkungan, pada tahun 2008 Chen mengusung pemikiran tentang *green intellectual capital* sebagai bentuk perluasan dari konsep *intellectual capital* yang diusulkan oleh Steward pada tahun 1997. Steward menjelaskan *intellectual capital* sebagai aset atau hal-hal yang dimiliki perusahaan berbentuk materi intelektual yang memberikan keunggulan kompetitif dalam rangka menciptakan kekayaan/nilai perusahaan.

Chen (2008) mendefinisikan *green intellectual capital* menjadi keseluruhan aset tidak berwujud yang dipunyainya perusahaan, seperti pengetahuan, keterampilan, serta jaringan yang berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan. Penerapan *green intellectual capital* dipandang sebagai langkah strategis bagi perusahaan dalam mengendalikan serta mencegah dampak lingkungan yang lebih serius akibat aktivitas operasional. Melalui strategi ini, perusahaan bisa

meminimalkan risiko serta potensi biaya di masa mendatang yang bisa muncul apabila tindakan pencegahan lingkungan tidak dilakukan sejak dini.

*Green intellectual capital* menunjukkan bahwasanya pengelolaan aset tidak berwujud yang berorientasi pada lingkungan yaitu strategi penting bagi perusahaan, khususnya di negara berkembang, dalam mengendalikan dampak lingkungan sekaligus meningkatkan keunggulan bersaing. Tingginya perhatian akademik terhadap perusahaan manufaktur menegaskan bahwasanya sektor ini mempunyai peran besar dalam permasalahan keberlanjutan serta menghadapi tekanan kuat dari konsumen serta pemangku kepentingan untuk menerapkan praktik ramah lingkungan (Damaianti, 2022). Oleh sebab itu, pemilihan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian dinilai sangat relevan, karena keberhasilan pengelolaan dampak lingkungan pada sektor ini sangat bergantung pada tingkat pengetahuan, kesadaran, serta kapabilitas internal perusahaan, yang tercermin dalam penerapan *green intellectual capital* sebagai langkah strategis untuk peningkatan nilai perusahaan.

*Green innovation* yaitu pembahasan baru karena menjadi bagian dari jalan keluar untuk mengatasi pemanasan global dan kerusakan lingkungan yang terus meningkat serta mengancam keberlanjutan kehidupan (Nuryakin, 2023). Sejumlah penelitian mengklaim *green innovation* mempunyai kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang berhasil menerapkan *green innovation* secara efektif bisa mendapat berbagai keunggulan bersaing, seperti peningkatan harga saham, kinerja serta profitabilitas yang lebih baik, citra perusahaan yang positif, serta peluang untuk memasuki pasar baru.

*Green innovation* juga berfokus pada upaya mengurangi atau meminimalkan dampak kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Melalui pengembangan dan pemasaran produk ramah lingkungan, perusahaan bisa menciptakan nilai tambah bagi konsumen sekaligus menutupi biaya investasi lingkungan yang dikeluarkan (Cahyaningtyas et al., 2022). Maka, penerapan *green innovation* pada perusahaan manufaktur memberikan manfaat jangka panjang bagi pencapaian kinerja ekonomi yang berkelanjutan.

Ukuran perusahaan menjadi variable moderasi yang bisa memperkuat ataupun memperlemahkan hubungan diantara praktik hijau serta nilai perusahaan sesuai dengan penelitian (Tonay & Murwaningsari, 2022). Ukuran perusahaan yaitu skala untuk memperkirakan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai peran penting guna menentukan seberapa efisien penerapan *green accounting*, *green innovation*, serta *green intellectual capital* pada nilai perusahaannya. Perbedaan ukuran perusahaan bisa memengaruhi kebijakan manajemen dalam mengadopsi praktik ramah lingkungan. Kebijakan tersebut berpotensi meningkatkan ketertarikan investor, sehingga dilakukan pengkajian untuk melihat pengaruh ukuran perusahaan dengan praktik hijau terhadap nilai perusahaannya.

Sebagian besar penelitian terdahulu menjadikan ukuran perusahaan sebagai variable kontrol, sehingga perannya sebagai aspek yang bisa memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut masih belum banyak dikaji secara mendalam. Sebagian dari penelitian terdahulu menyatakan bahwasanya ukuran perusahaan memperkuat *green accounting*, *green intellectual capital*, serta *green innovation*

terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi beberapa penelitian menunjukkan bahwasanya ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat hubungan positif dari praktik keberlanjutan seperti penelitian oleh (Tonay & Murwaningsari, 2022) dan (Sulistiono & Nur, 2024) yang menyatakan bahwasanya ukuran perusahaan terbukti memperlemahkan dampak *green intellectual capital*, *green innovation*, serta *green accounting* pada angka perusahaan karena perusahaan besar menanggung risiko lingkungan serta operasional yang lebih tinggi, sehingga praktik hijau cenderung dipersepsikan investor sebagai kewajiban, bukan keunggulan kompetitif.

Berdasar pada Resource-Based View (RBV), nilai perusahaan ditetapkan oleh kapabilitas perusahaan mengatur dan memanfaatkan sumber daya strategis yang bersifat penting, jarang ditemui, tidak mudah diduplikat, serta tidak mudah tergantikan. Dalam konteks keberlanjutan, praktik *green accounting*, *green innovation*, serta *green intellectual capital* bisa dipandang sebagai sumber daya strategis tersebut. *Green accounting* menggambarkan kapasitas perusahaan dalam mengatur dan mengungkapkan informasi lingkungan secara sistematis sebagai bentuk kepatuhan serta akuntabilitas, yang memperkuat legitimasi dan kepercayaan investor. *Green innovation* menunjukkan kapasitas perusahaan dalam mengembangkan strategi, proses, dan produk ramah lingkungan yang berorientasi jangka panjang, sehingga menciptakan efisiensi serta keunggulan kompetitif. *Green intellectual capital* merepresentasikan kualitas sumber daya manusia, pengetahuan, serta budaya organisasi yang mendukung keberlanjutan, yang sulit ditiru oleh perusahaan lain.

Ketiga aspek keberlanjutan tersebut, meskipun mempunyai keterkaitan dalam isu lingkungan, berperan melalui mekanisme yang berbeda dan saling melengkapi dalam menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan yang bila dilihat dari perspektif teori legitimasi, *green innovation*, *green accounting*, serta *green intellectual capital* yaitu instrumen yang dipakai perusahaan untuk mendapat dan menjaga legitimasi sosial. Legitimasi yang kuat tercermin dalam peningkatan kepercayaan investor serta menurunkan persepsi risiko, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaannya.

Fenomena dan permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya melatarbelakangi penelitiannya. Penelitian ini memakai data *Annual Report* serta *Sustainability Report* dari masing-masing sektor *consumer non-cyclical*, mempunyai kombinasi variable yang berbeda dan tahun penelitian yang lebih terkini. Perbedaan tersebut berkontribusi dalam memberikan keterbaruan yang belum ada di penelitiannya *Research gap* penelitian ini yaitu masih adanya inkonsisten hasil dari penelitian terdahulu sehingga penelitiannya bermaksud untuk mengkaji pengaruh praktik hijau terhadap nilai perusahaan yang hasil penelitiannya masih beragam dan menunjukkan perbedaan. Fokus dari penelitiannya yaitu menyoroti *green accounting*, *green intellectual capital* serta *green innovation* sebagai variable independen penelitiannya Ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam hubungan antara *green accounting*, *green intellectual* serta *green innovation* terhadap nilai perusahaan masih belum banyak di teliti sebelumnya. Pemilihan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dikarenakan ukuran

perusahaan bisa mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam menerapkan praktik keberlanjutan yang berbeda.

## 1.2 Perumusan Masalah

Sesuai permasalahan sebelumnya, berikut ini perumusan permasalahan yang akan dijawab melalui penelitiannya:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *green intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *green innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *green accounting* dan nilai perusahaan?
5. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *green intellectual capital* dan nilai perusahaan?
6. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *green innovation* dan nilai perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai perumusan permasalahan sebelumnya, penelitiannya tujuannya untuk:

1. Menguji serta melakukan penganalisisan pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.
2. Menguji dan melakukan penganalisisan pengaruh *green intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.

3. Menguji dan melakukan penganalisisan pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.
4. Menguji dan melakukan penganalisisan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam hubungan antara *green accounting* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.
5. Menguji dan melakukan penganalisisan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam hubungan antara *green intellectual capital* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.
6. Menguji dan melakukan penganalisisan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi dalam hubungan antara *green innovation* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berikut yaitu manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian diharap mampu bisa memperkaya kontribusi teoritis dalam hubungan antara *green accounting*, *green intellectual capital*, dan *green innovation*, terhadap nilai perusahaan, serta menguatkan penerapan teori legitimasi dan *resource-based view (RBV)* dalam kerangka keberlanjutan bisnis.
2. Penelitian ini mampu menjadi bahan pemikiran bagi manajemen perusahaan, khususnya sektor *consumer non-cyclical*, dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui penerapan praktik bisnis berkelanjutan.
3. Penelitian ini mampu berkontribusi bagi pandangan investor dan pembuat kebijakan terkait pentingnya praktik keberlanjutan sebagai hal positif terhadap

nilai perusahaan. Selain itu, hasilnya bisa dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya yang ingin mengembangkan topik sejenis dengan menambah variable atau memperluas sektor kajian.