

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Undang-Undang Republik Indonesia No 8 Tahun 1995 tentang pasar modal menyatakan bahwa bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka dan menyatakan bahwa pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, efek yang diterbitkan oleh perusahaan publik, serta lembaga profesi yang berhubungan dengan efek. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah pasar modal di Indonesia. Berdasarkan Jakarta *Industrial Classification* (JASICA) Bursa Efek Indonesia (BEI) membagi perusahaan ke dalam beberapa sektor dan subsektor, diantaranya adalah:

Tabel 1. 1 Klasifikasi Industri di Bursa Efek Indonesia (BEI)

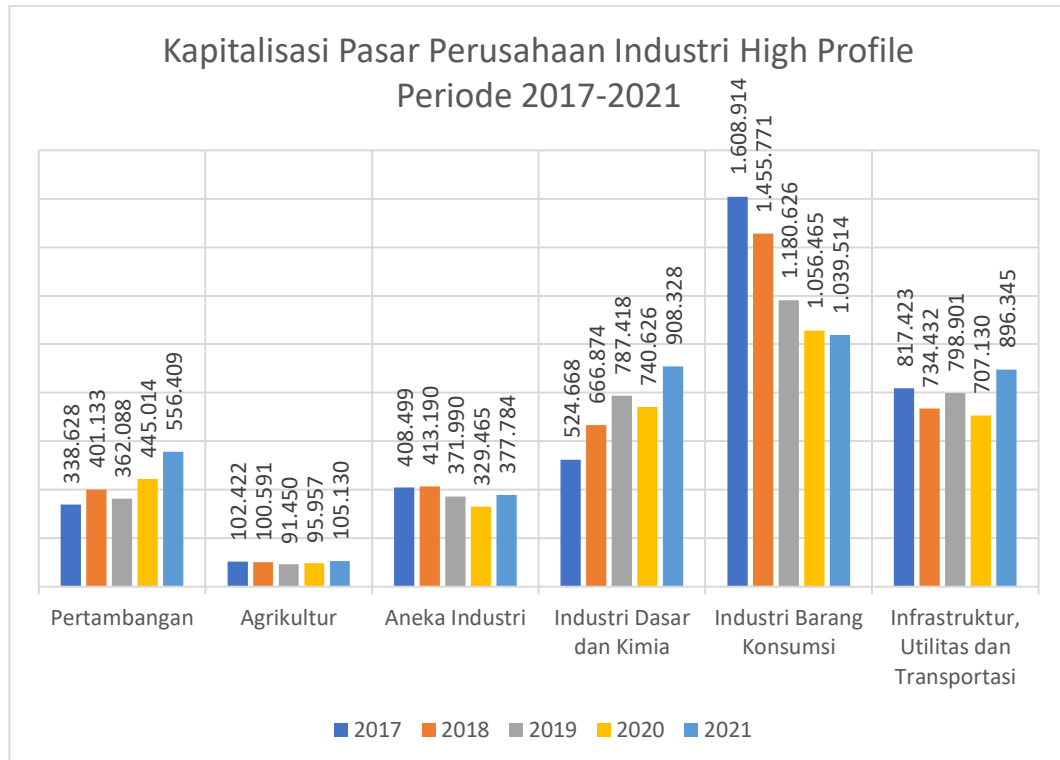
No	Sektor	Klasifikasi Industri	Tipe Industri
1	Pertambangan	Sektor Primer	<i>High Profile</i>
2	Agrikultur		
3	Aneka Industri	Sektor Sekunder	<i>High Profile</i>
4	Industri Dasar dan Kimia		
5	Industri Barang Konsumsi		
6	Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi	Sektor Tersier	<i>High Profile</i>
7	Perdagangan, Jasa dan Investasi		<i>Low Profile</i>
8	Properti, Real Estate dan Konstruksi Bangunan		
9	Keuangan		

Tabel 1.1 menjelaskan mengenai klasifikasi industri di Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat 9 jenis industri, yaitu pertambangan, agrikultur, aneka industri, industri dasar dan kimia, industri barang konsumsi, keuangan, perdagangan jasa dan investasi, properti real estate dan konstruksi bangunan dan infrastruktur utilitas dan transportasi, terdapat 3 jenis klasifikasi industri yaitu sektor primer, sektor sekunder dan sektor tersier dan terdapat 2 jenis tipe industri yaitu industri *high profile* dan *low profile*. Menurut Aresteria et al., (2021), Martin et al., (2018) dan Sambudi &

Maharani (2019) perusahaan industri *low profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat persaingan yang lebih rendah serta mempunyai dampak yang tidak signifikan terhadap lingkungan, contoh dari perusahaan industri *low profile* adalah perusahaan keuangan, perdagangan, hotel dan pariwisata serta properti, sedangkan perusahaan industri *high profile* adalah perusahaan dengan tingkat risiko politik yang tinggi, tingkat persaingan yang ketat dan mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungannya, contoh dari perusahaan industri *high profile* adalah perusahaan perminyakan, pertambangan, agribisnis, kimia, energi, pulp dan kertas, makanan hewan, produk makanan dan minuman, kosmetik, transportasi serta telekomunikasi. Perusahaan *low profile* tidak menghasilkan polusi, limbah dan mempengaruhi lingkungan sebanyak perusahaan *high profile*, maka perusahaan *high profile* akan mendapatkan banyak sorotan lebih dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Berdasarkan data yang diolah penulis, perusahaan yang termasuk kedalam industri *high profile* merupakan perusahaan yang aktif dalam menerbitkan *sustainability report* perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan industri *high profile* memberikan lebih banyak sinyal praktik keberlanjutan karena memberikan informasi lebih dibandingkan dengan sektor lain.

Kapitalisasi pasar adalah perkalian antara harga penutupan saham dengan jumlah saham yang beredar, ukuran perusahaan dapat terlihat berdasarkan nilai saham yang beredar pada periode tertentu yang diterbitkan oleh perusahaan (Yusra, 2019). Nilai kapitalisasi perusahaan dapat merepresentasikan bernilai atau tidaknya perusahaan pada saat akuisisi. Nilai kapitalisasi pasar juga dapat menjadi pengukuran secara *real time* untuk nilai perusahaan. Saat perusahaan mulai *go public* harga saham akan ditentukan oleh *supply* dan *demand* sahamnya di pasar, harga saham akan naik apabila terdapat faktor-faktor yang menguntungkan dan apabila terdapat potensi pertumbuhan perusahaan yang kurang baik maka harga saham akan menurun (Fernando et al., 2022). Selain itu, nilai kapitalisasi pasar dapat mencerminkan nilai total perusahaan serta mempengaruhi keputusan investasi bagi investor untuk memasukkannya sebagai portofolio saham. Semakin besar nilai kapitalisasi pasar, pada umumnya akan menjadi daya pikat tersendiri bagi investor untuk melakukan investasi. Berikut merupakan tingkat kapitalisasi

pasar pada tiap sektor perusahaan industri *high profile* Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.



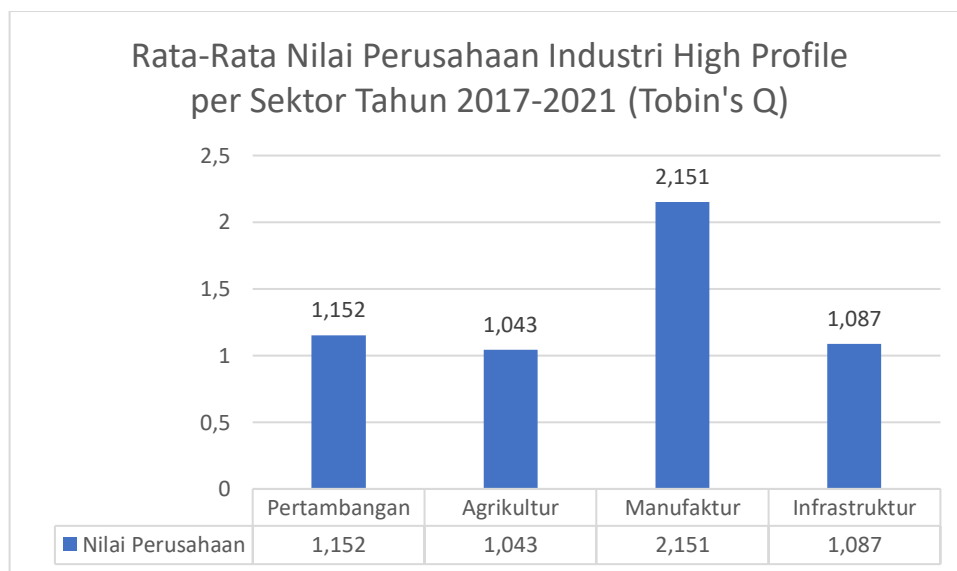
Gambar 1. 1 Kapitalisasi Pasar Perusahaan Industri *High Profile* 2017-2021

Sumber: data yang telah diolah (2022)

Gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa nilai kapitalisasi pasar perusahaan industri *high profile* di indonesia mempunyai nilai yang cukup tinggi, industri barang konsumsi mempunyai nilai tertinggi, sedangkan nilai terendah berada sektor agrikultur. Dapat dilihat juga bahwa nilai kapitalisasi pasar dari tahun ke tahun cenderung stabil. Hal ini menunjukan bahwa kinerja perusahaan industri *high profile* sangat baik. Nilai kapitalisasi pasar akan digunakan oleh investor untuk melihat fundamental perusahaan. Perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi akan cenderung menarik minat investor untuk berinvestasi, akan tetapi dengan kapitalisasi pasar yang besar perusahaan juga dituntut untuk lebih memperhatikan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan agar tercipta keberlangsungan atau *sustainability*.

Nilai perusahaan merupakan nilai harga saham perusahaan atau nilai realisasi aset saat perusahaan akan dijual (Agustia et al., 2019). Tingkat

kemakmuran para pemegang saham akan semakin meningkat apabila harga saham semakin tinggi yang diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan (Andari & Yuliandhari, 2020; Iskandar & Efita, 2016). Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menghitung rasio nilai perusahaan adalah *Price to Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), *Earning per Share* (EPS) dan *Tobin's Q Ratio*. Berikut merupakan grafik rata-rata nilai perusahaan industri *high profile* tahun 2017-2021 berdasarkan sektor menggunakan *Tobin's Q ratio* yang dijadikan sampel penelitian oleh penulis pada penelitian ini:



Gambar 1. 2 Rata-Rata Nilai Perusahaan Perusahaan Industri *High Profile* Tahun 2017-2021 berdasarkan Sektor

Sumber: data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan gambar 1.2 diatas dapat diketahui bahwa nilai maksimum nilai perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan industri *high profile* adalah sebesar 2,151 yang dimiliki oleh sektor manufaktur dan nilai minimum nilai perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan industri *high profile* adalah sebesar 1,043 yang dimiliki oleh sektor agrikultur. Nilai perusahaan yang tinggi (diatas satu) mengindikasikan bahwa saham *overvalued* atau nilai harga saham lebih besar dibandingkan dengan biaya penggantian asetnya (*replacement cost*) sedangkan nilai perusahaan rendah (dibawah satu) mengindikasikan bahwa saham *undervalued* atau biaya penggantian aset (*replacement cost*) yang dikeluarkan lebih besar daripada nilai harga sahamnya

(Fernando et al., 2022). Walaupun terdapat fluktuasi rata-rata nilai perusahaan berdasarkan sektor, akan tetapi nilai perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 tetap diatas satu. Dengan keistimewaan aktif dalam menerbitkan *sustainability report* perusahaan, memiliki nilai kapitalisasi pasar yang besar dan nilai perusahaan yang tinggi maka penulis tertarik untuk menjadikan perusahaan industri *high profile* sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara yang ikut serta dan aktif dalam penanganan perubahan iklim. Hal itu dibuktikan dengan meratifikasi Konvensi Kerangka Kerja Perubahan Iklim melalui Undang-Undang No. 6 Tahun 1994 tentang Pengesahan *United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)*, meratifikasi *Kyoto Protocol* dan meratifikasi *Paris Agreement* melalui Undang-Undang No. 16 Tahun 2016 oleh pemerintah. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia berkomitmen dan berkontribusi untuk pembangunan berkelanjutan yang dapat memenuhi kesejahteraan rakyat dibarengi dengan memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Mendapatkan kehidupan yang layak dan lingkungan hidup yang baik merupakan amanat Undang-Undang Dasar Tahun 1945. Maka peran Indonesia dalam penanganan perubahan iklim merupakan amanat konstitusi yang harus dijalankan.

Penanganan perubahan iklim merupakan salah satu tujuan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development goals (SDGs)*. SDGs merupakan rencana aksi untuk pembangunan global yang disahkan pada tanggal 25 September 2015 di Markas Besar *United Nation (UN)* dan masa berlakunya sejak tahun 2016 sampai tahun 2030 yang berlaku secara universal. SDG berisi 17 tujuan dan 169 target untuk mengentaskan kemiskinan, mengurangi kesenjangan dan perlindungan terhadap lingkungan. SDGs merupakan kelanjutan dari MDGs atau *Millenium Development Goals*. Prinsip dari SDGs adalah “*No One Left Behind*” yang berarti tidak meninggalkan satu orang pun. Selain meratifikasi berbagai macam kesepakatan mengenai perubahan iklim, Pemerintah Indonesia juga mengeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) No. 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian

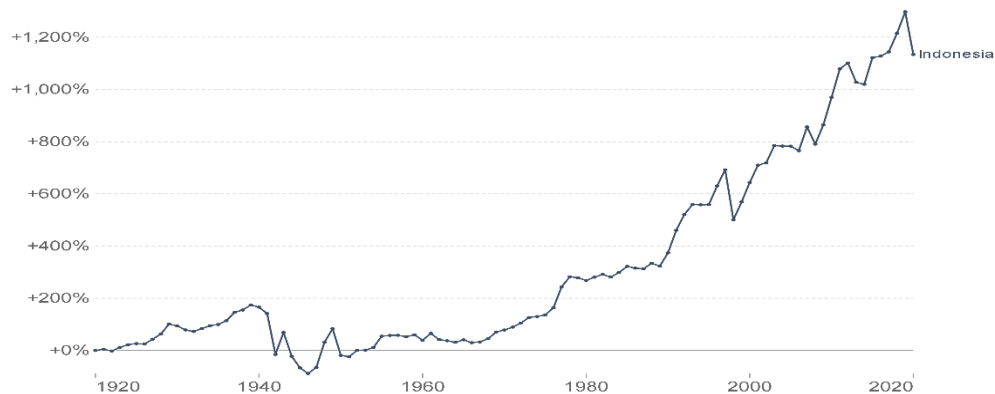
Tujuan Pembangunan Berkelanjutan agar tujuan dari SDGs dapat tercapai dan terlaksana dengan melibatkan seluruh pihak (SDGs Indonesia, 2017).

Perusahaan merupakan salah satu pihak yang terlibat dalam tujuan pembangunan berkelanjutan. Penerbitan *sustainability report* yang berisi kinerja dan strategi keberlanjutan perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan merupakan bentuk dukungan serta kontribusi perusahaan dalam penanganan perubahan iklim dan pencapaian *sustainable development goals*. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 51/POJK.03 Tahun 2017 Tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik laporan berkelanjutan adalah laporan yang berisi kinerja keuangan, ekonomi, sosial dan lingkungan hidup suatu lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik yang diumumkan kepada masyarakat. Menurut Bab IV Pasal 10 dan 11 Peraturan ini, lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik wajib menyusun laporan keberlanjutan baik disusun terpisah dengan *annual report* atau bagian dari *annual report* (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Salah satu bagian dari *sustainability report* merupakan aspek kinerja lingkungan perusahaan. Emisi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari perusahaan, yang berimbas pada kinerja lingkungan perusahaan, khususnya perusahaan industri *high profile*. Emisi karbon merupakan sisa hasil pembuangan ke atmosfer yang berasal dari pembakaran senyawa yang mengandung karbon. Batu bara, gas alam dan minyak merupakan senyawa yang dapat menghasilkan emisi apabila menghasilkan sisa pembakaran. Emisi merupakan salah satu penyumbang pencemaran udara terbesar yang dapat berdampak pada lingkungan sekitar (Adhariani, 2021:101; Sulaiman, 2019). Indonesia merupakan penghasil emisi karbon urutan terbesar ke-8 didunia dan ke-5 di Asia dibawah China, India, Jepang dan Iran (Tempo.Co, 2021). Berikut merupakan grafik peningkatan emisi CO2 Per Kapita Indonesia dalam 100 tahun terakhir dalam laman *Our World in Data*.

Change in per capita CO₂ emissions

Carbon dioxide (CO₂) emissions from the burning of fossil fuels for energy and cement production. Land use change is not included.

Our World
in Data



Source: Our World in Data based on the Global Carbon Project OurWorldInData.org/co2-and-other-greenhouse-gas-emissions/ - CC BY

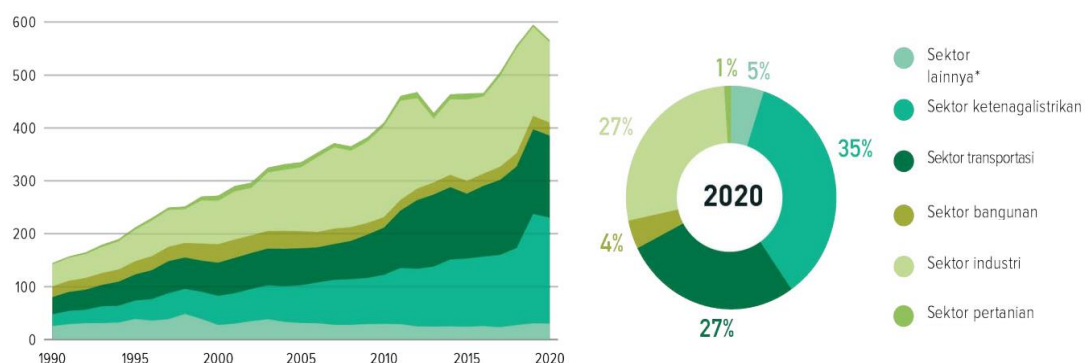
Gambar 1. 3 Emisi CO₂ Per Kapita Indonesia dalam 100 Tahun Terakhir

Sumber: Ritchie & Roser (2020) dalam laman Our World in Data

Berdasarkan gambar 1.2 diatas dapat terlihat bahwa dalam 1 abad terakhir sejak tahun 1920 sampai tahun 2020 tingkat emisi CO₂ per kapita Indonesia meningkat secara signifikan hingga 1.133,66 persen atau sebesar 2,16 t. Peningkatan terbesar terdapat pada tahun 2019 hingga 1.297,25 persen. Peningkatan terkecil terdapat pada tahun 1946 sebesar minus 88,21 persen. Peningkatan ini disebabkan oleh peningkatan pembakaran bahan bakar fosil, penggunaan gas, maupun batubara (Ritchie & Roser, 2020). Menurut laporan *Climate Transparency: Membandingkan Aksi Iklim G20 menuju Net Zero 2021* menyatakan bahwa pendorong terbesar dari keseluruhan emisi GRK adalah emisi CO₂ dari pembakaran bahan bakar. Berikut merupakan grafik selengkapnya.

Emisi CO₂ terkait energi menurut sektor

Emisi CO₂ tahunan dari pembakaran bahan bakar (MtCO₂/tahun)



Gambar 1. 4 Emisi CO₂ dari Pembakaran Bahan Bakar menurut Sektor

Sumber: Laporan Climate Transparency: Membandingkan Aksi Iklim G20 menuju Net Zero 2021

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa emisi karbon yang dihasilkan dari pembakaran bahan bakar naik dalam 30 tahun terakhir. Pada tahun 2020 sektor ketenagalistrikan merupakan sektor penyumbang emisi karbon terbesar sebesar 35 persen dan sektor lainnya merupakan sektor penyumbang emisi karbon terkecil sebesar 5 persen. Perusahaan industri *high profile* yang diwakili oleh sektor ketenagalistrikan, transportasi, industri, dan pertanian menjadi penyumbang terbesar emisi karbon dengan total sebesar 90 persen. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan industri *high profile* merupakan sektor dengan penghasil emisi terbesar di Indonesia.

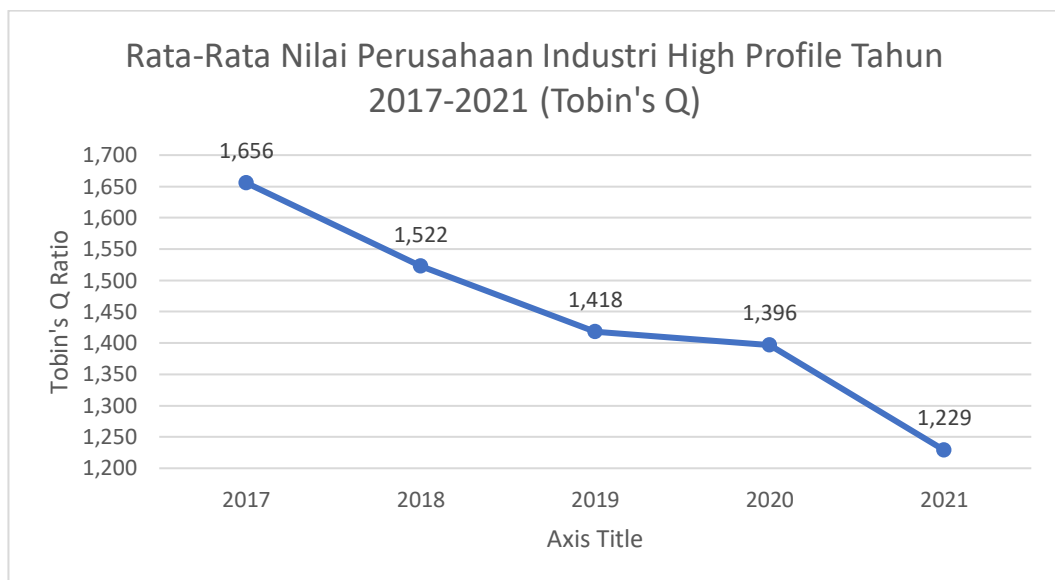
Bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan dapat dilakukan oleh perusahaan dengan mengurangi dampak lingkungan, akan tetapi pada saat yang bersamaan perusahaan menjadi salah sumber terbesar dalam pencemaran lingkungan karena aktivitas industrinya yang dapat mencemari air, tanah dan udara pada tingkat yang berbahaya (Panggau & Septiani, 2017). Semakin tumbuh aktivitas industri perusahaan sebanding dengan semakin meningkatnya pencemaran yang dihasilkan, dengan meningkatnya pencemaran lingkungan maka akan menjadi penyebab timbulnya emisi gas rumah kaca yang berdampak pada perubahan iklim (Damas et al, 2021). Sejak tahun 2015 suhu bumi sudah mengalami kenaikan hingga 3 derajat celcius dan pada tahun 2030 nanti diperkirakan suhu bumi akan mengalami kenaikan yang melampaui batas aman (IPCC, 2021). Selain menciptakan *profit*, Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap *people* dan *planet* agar perusahaan dapat *sustainable* dan mencapai prinsip *triple bottom line* (Rusmana & Purnaman, 2020). Timbulnya dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan membuat kesadaran masyarakat terus meningkat. Para aktivis lingkungan dan NGO (*Non Government Organization*) ikut serta melakukan protes masif terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan perusahaan. Hal ini dapat membuat perusahaan akan kehilangan kepercayaan dan legitimasi nya di mata masyarakat (Aulia & Hadinata, 2019). Berbagai macam tekanan dan desakan tersebut akan mempengaruhi citra perusahaan dan kinerja

perusahaan dimasa yang akan datang. Informasi pengungkapan lingkungan akan digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan investasinya. Maka Nilai perusahaan akan terdampak karena konsekuensi logis dari keputusan para investor tersebut (Alfayerds & Setiawan, 2021).

Grand theory yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini adalah *signalling theory*. Menurut Spence (1973) teori ini berfungsi untuk mengurangi asimetri informasi antara dua pihak yang berbeda. Pemberi sinyal akan berupaya untuk memikirkan bagaimana sinyalnya dapat tersampaikan dan penerima sinyal harus memikirkan bagaimana menafsirkan sinyalnya (Connelly et al., 2011). Menurut Hardiyansah et al., (2021) para pemangku kepentingan akan menganggap perusahaan mempunyai kabar baik apabila dapat mengelola kegiatannya dengan baik, terutama dengan tanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini akan membuat tidak ada keraguan dalam diri investor untuk menanamkan modalnya dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Banyaknya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan menjadi petunjuk yang baik bagi para investor. Petunjuk mengenai keadaan saat ini maupun keadaan di masa yang akan datang yang diinformasikan oleh perusahaan akan menjadi sangat penting bagi investor sebelum melakukan suatu investasi (Aviyanti & Isbanah, 2019).

Nilai perusahaan merupakan nilai realisasi aset saat perusahaan akan dijual, atau nilai dari harga saham perusahaan (Agustia et al., 2019). Apabila harga saham semakin tinggi maka nilai perusahaan akan semakin baik dan kemakmuran para pemegang saham akan semakin meningkat (Andari & Yuliandhari, 2020; Iskandar & Efita, 2016). Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menghitung rasio nilai perusahaan adalah *Price to Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), *Earning per Share* (EPS) dan *Tobin's Q Ratio*. Indikator yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan pada penelitian ini adalah *Tobin's Q Ratio*. Menurut Kurnia et al., (2021) *Tobin's Q Ratio* adalah rasio yang digunakan dengan cara mengalikan harga penutupan saham dengan total saham yang beredar lalu menambahkan dengan total nilai buku liabilitas dan membaginya dengan total nilai buku aset. Menurut Smithers & Wright (2000) kelebihan *Tobin's Q ratio* adalah dapat mencerminkan secara komprehensif nilai aktiva sebuah perusahaan karena

memasukan nilai aktiva tak berwujud yang dimiliki perusahaan dalam perhitungannya. Kelebihan lainnya dari rasio ini adalah tidak mudah dimanipulasi oleh manajemen apabila dibanding dengan indikator nilai perusahaan lain (Xie et al., 2022). Berikut merupakan grafik nilai perusahaan industri *high profile* tahun 2017-2021 menggunakan Tobin's Q ratio yang dijadikan sampel penelitian oleh penulis pada penelitian ini:



Gambar 1. 5 Rata-Rata Nilai Perusahaan Industri *High Profile*

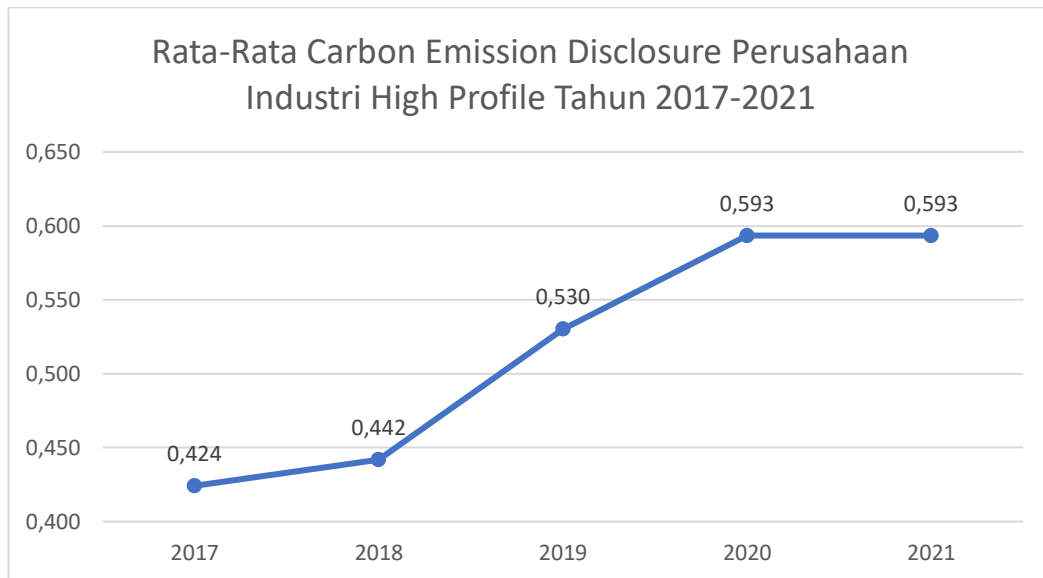
Sumber: data yang telah diolah (2022)

Gambar diatas merupakan grafik nilai rata-rata nilai perusahaan yang dihitung menggunakan Tobin's Q Ratio. Dapat diketahui bahwa terdapat penurunan nilai dari tahun ke tahun. Nilai perusahaan tertinggi terdapat pada tahun 2017 dengan nilai 1,656 dan nilai perusahaan terendah terdapat pada tahun 2021 dengan nilai 1,229. Penurunan nilai perusahaan tertinggi terdapat pada tahun 2021 sebesar 16,73 persen, diikuti tahun 2018 sebesar 13,32 persen, tahun 2019 sebesar 13,32 persen dan penurunan nilai perusahaan terendah sebesar 2,20 persen di tahun 2020. Hal ini membuat penulis tertarik untuk memilih objek dan tahun penelitian ini karena terdapat fenomena penurunan nilai perusahaan. Perusahaan yang mengalami penurunan nilai perusahaan dari tahun ke tahun adalah PT Astra International Tbk dan PT Unilever Indonesia Tbk. Salah satu alasan penurunan nilai perusahaan kedua perusahaan tersebut adalah karena adanya penurunan pergerakan harga

saham sektor konsumen. Dilansir dari laman CNBC Indonesia, menurut Hariyanto Wijaya *Head of Research* PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia mengatakan penurunan harga saham ini terjadi karena *net sell* investor asing atas saham-saham konsumen. Khusus untuk saham UNVR faktor lain yang menyebabkan penurunan adalah banyaknya kompetitor produk asing yang mudah didapat dari *e-commerce* dan karena berubahnya daya beli masyarakat karena kenaikan UMR lebih rendah, sedangkan faktor lain yang membuat saham ASII mengalami penurunan adalah karena menurunnya pembelian kendaraan roda empat dan roda dua karena adanya perusahaan transportasi online (Astuti & CNBC Indonesia, 2021). Padahal PT Astra International Tbk dan PT Unilever Tbk adalah perusahaan yang cukup aktif dalam menerbitkan *sustainability reportnya* serta telah mendapatkan sertifikasi sistem manajemen lingkungan ISO 14001. PT Astra International sendiri selalu mendapatkan penghargaan bergengsi mengenai lingkungan dari tahun ke tahun seperti *Best Environmental Performance Category 2017* dari *Center for Entrepreneurship, Change & Third Sector (CECT)*, *Best Environmental Excellence Award 2018* dari *The 2018 Global CSR Summit & Awards*, *Best CSR in Indonesia 2019* dari *Global CSR Award*, *Best CSR and Best Community Cares Companies in Indonesia 2020* dari *Global Initiatives* dan *Top Leader on CSR Commitment 2021* dari majalah *Top Business*. Selain itu perusahaan memiliki nilai pengungkapan emisi karbon yang naik. Pada tahun 2017 PT Astra International Tbk. memiliki nilai 0,39 atau mengungkapkan 7 dari 18 item pengungkapan dan pada tahun 2021 memiliki nilai 0,56 atau mengungkapkan 10 dari 18 item pengungkapan. Nilai indikator *green innovation* yang dimiliki oleh perusahaan juga mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 memiliki nilai sebesar 0,25 dan pada tahun 2021 memiliki nilai sebesar 0,5. Sedangkan PT Unilever Tbk merupakan perusahaan yang selalu mendapatkan penghargaan bergengsi mengenai lingkungan seperti *Top CSR 2017 on Consumer Goods Industry* dari *Top CSR Business News Indonesia*, *Project-Based CSR & Business Sustainability CECT Award 2019* dari *Center for Entrepreneurship, Change & Third Sector (CECT)*, *Gold CSR Brand Equity Award 2020* dari *Iconomics* dan *Indonesia Best Corporate Sustainability Initiatives 2021* dari majalah *MIX*. Selain itu, perusahaan telah mempunyai sertifikasi sistem

manajemen lingkungan ISO 14001. Perusahaan memiliki nilai pengungkapan emisi karbon yang cukup tinggi yaitu 0,61 pada tahun 2020. Indikator *green innovation* yang dimiliki perusahaan juga tergolong cukup tinggi yaitu sebesar 1 atau memiliki 4 indikator *green innovation* pada tahun 2017-2021. Hal ini menunjukkan bahwa adanya ketidaksesuaian dengan *signalling theory* yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi oleh perusahaan berfungsi untuk mengurangi asimetri informasi antara pihak perusahaan dengan pihak eksternal. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan menjadi sinyal bagi para *stakeholder*. Sinyal positif bagi para pemangku kepentingan akan didapatkan dari pengungkapan informasi kinerja lingkungan perusahaan karena perusahaan secara sukarela memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan (Hardiyansah et al., 2021; Spence, 1973).

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation*. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *carbon emission disclosure*. *Carbon emission disclosure* adalah pengungkapan, pencatatan dan penyajian secara sukarela oleh perusahaan mengenai luas emisi karbon yang dihasilkannya (Irwhantoko & Basuki, 2016; Kurnia et al., 2021). Penelitian ini menggunakan indikator yang sama yang digunakan oleh Damas et al., (2021) yaitu menggunakan *carbon emission disclosure checklist* yang dikembangkan oleh Choi et al., (2013) yaitu *checklist* yang berisi mengenai perubahan iklim, emisi karbon dan penggunaan energi yang terdiri dari 5 kategori dan 18 item pengungkapan (Choi et al., 2013). Berikut merupakan grafik *carbon emission disclosure* perusahaan industri *high profile* tahun 2017-2021 yang dijadikan sampel penelitian oleh penulis pada penelitian ini:



Gambar 1. 6 Rata-Rata *Carbon Emission Disclosure* Perusahaan Industri High Profile

Sumber: data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *carbon emission disclosure* yang diungkapkan oleh perusahaan naik dari tahun ke tahun. Nilai *carbon emission disclosure* terendah terdapat pada tahun 2017 dengan nilai 0,424 dan nilai *carbon emission disclosure* tertinggi terdapat pada tahun 2020 dan 2021 dengan nilai 0,593. Dengan naiknya rata-rata pengungkapan emisi karbon yang dilakukan oleh perusahaan dari tahun ke tahun hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mulai memiliki kesadaran akan pentingnya pengungkapan yang dilakukan untuk memberikan sinyal agar dapat mendapatkan respon yang baik dari para investor dan *stakeholder* perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya terdapat hasil yang inkonsisten mengenai pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan. Menurut Damas et al., (2021) dan Hardiyansah et al., (2021) *carbon emission disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Kurnia et al., (2021) *carbon emission disclosure* dapat meningkatkan nilai perusahaan di Indonesia, sedangkan *carbon emission disclosure* tidak mempunyai efek terhadap nilai perusahaan di Australia. Menurut Iskandar & Efitia (2016) *carbon emission disclosure* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Untuk

mengindari citra buruk , tuntutan hukum dan respon negatif dari pasar, perusahaan kategori *high profile* berusaha untuk melakukan pengungkapan emisi karbon (Hardiyansah et al., 2021). Pengungkapan emisi karbon dapat menciptakan nilai bagi perusahaan karena membawa keunggulan kompetitif (Kurnia et al., 2021). Kapabilitas dan transparansi manajemen dalam pengelolaan dan tanggung jawab terhadap lingkungan juga dapat terlihat dengan pengungkapan emisi karbon (Damas et al., 2021). Akan tetapi imlementasi pengungkapan emisi karbon menyebabkan pengeluaran yang lebih besar karena mahal (Kurnia et al., 2021). Semakin luas perusahaan mengungkapkan emisi karbonnya maka akan semakin kecil nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan akan mengungkapkan emisi karbonnya apabila biaya yang dikeluarkan lebih kecil daripada keuntungan yang akan didapatkan, apabila ternyata sebaliknya maka secara tidak langsung perusahaan akan dihukum oleh investor karena melakukan pengungkapan. (Iskandar & Efita, 2016).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *eco-efficiency*. *Eco-efficiency* adalah konsep sistem manajemen lingkungan yang fungsinya sebagai kontrol manajemen terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan (Aviyanti & Isbanah, 2019; Panggau & Septiani, 2017). Indikator *eco-efficiency* yang digunakan pada penelitian ini adalah sertifikasi ISO 14001 oleh perusahaan. Sertifikasi ISO 14001 merupakan standar internasional tentang sistem manajemen lingkungan yang penerapannya dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Perusahaan dapat menanggulangi berbagai risiko lingkungan yang telah teridentifikasi apabila melakukan penerapan standar ini (Isocenter Indonesia, 2022). Perusahaan akan dianggap *eco-efficient* dan lebih *sustainable* apabila mempunyai sertifikat ISO 14001 (Damas et al., 2021; Ong et al., 2016). Berikut merupakan tabel kepemilikan ISO 14001 perusahaan industri *high profile* tahun 2017-2021 yang dijadikan sampel penelitian oleh penulis pada penelitian ini:

Tabel 1. 2 Kepemilikan Sertifikasi ISO 14001 Perusahaan Industri *High Profile*

Keterangan	Tahun					Total	Presentase
	2017	2018	2019	2020	2021		
Memiliki sertifikasi ISO 14001	14	14	16	17	18	79	71,8%
Tidak Memiliki sertifikasi ISO 14001	8	8	6	5	4	31	28,1%
Total Observasi						110	100%

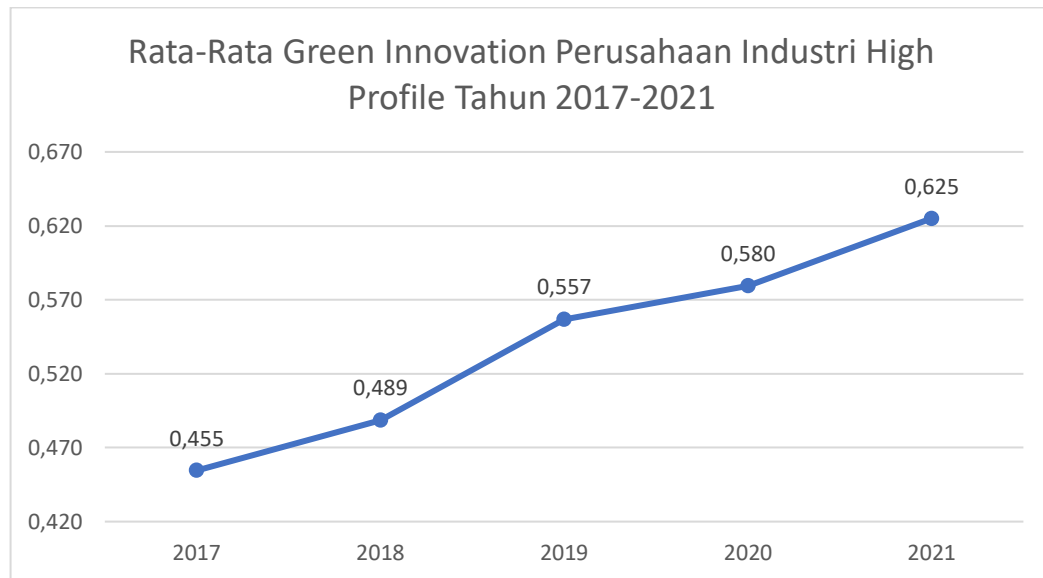
Sumber: data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan jumlah perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 dari tahun ke tahun. Dari rentang tahun 2017 hingga tahun 2021 terdapat 79 observasi atau sejumlah 71,8 persen yang memiliki sertifikasi ISO 14001 dan terdapat 31 observasi atau sejumlah 28,1 persen yang tidak memiliki sertifikasi ISO 14001. Jumlah perusahaan yang memiliki sertifikasi ISO 14001 berjumlah lebih dari 50 persen. Hal ini menandakan bahwa kesadaran perusahaan akan pentingnya kepemilikan sistem manajemen lingkungan ISO 14001 cukup tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya terdapat hasil yang inkonsisten mengenai pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan. Menurut Aviyanti & Isbanah (2019) dan Panggau & Septiani (2017) *eco-efficiency* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, menurut Safitri & Nani (2021) *eco-efficiency* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial performance* akan tetapi tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Damas et al., (2021) *eco-efficiency* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan konsep eko-efisien dengan mempunyai sertifikasi ISO 14001 akan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak menerapkan konsep tersebut. Perusahaan akan mendapatkan laba dimasa yang akan datang dan memenuhi legitimasi apabila menerapkan konsep ini (Damas et al., 2021; Panggau & Septiani, 2017). Nilai perusahaan akan mengalami penurunan apabila perusahaan lalai terhadap dampak lingkungannya, sebaliknya respon investor akan meningkat apabila perusahaan

memperhatikan dampak lingkungan yang dihasilkan (Aviyanti & Isbanah, 2019). Sedangkan menurut Damas et al., (2021) return dan tingkat profitabilitas dapat menurun karena biaya yang dikeluarkan untuk lingkungan. kepemilikan sertifikasi ISO 14001 juga membutuhkan biaya yang mahal dan sistem manajemen lingkungan tidak mudah untuk diubah menjadi keuntungan moneter. Para investor beranggapan bahwa adanya ketidakselarasan antara tujuan bisnis untuk memaksimalkan kekayaan investor dengan peningkatan laba secara langsung dan pengurangan biaya dengan kepemilikan sertifikasi tersebut.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *green innovation*. *Green innovation* adalah konsep inovasi yang tidak jauh berbeda dengan konsep inovasi konvensional, akan tetapi *green innovation* lebih mengedepankan inovasi yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi semata, akan tetapi menciptakan keunggulan kompetitif yang dibarengi dengan pengurangan dampak lingkungan yang dihasilkan. *Green innovation* dapat disebut juga sebagai *environmental innovation* (Agustia et al., 2019). Keunggulan perusahaan akan didapatkan apabila dapat menciptakan cara baru dalam menciptakan produk dan proses pendistribusiannya secara ramah lingkungan (Damas et al., 2021). Inovasi hijau merupakan aset tak berwujud yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan mengubah tujuan keberlanjutan lingkungan ke kesempatan investasi yang menguntungkan. Inovasi hijau dapat menghasilkan reputasi yang baik dan keuntungan di masa yang akan datang (Xie et al., 2022). Berikut merupakan grafik *green innovation* perusahaan industri *high profile* tahun 2017-2021 yang dijadikan sampel penelitian oleh penulis pada penelitian ini:



Gambar 1. 7 Rata-Rata *Green Innovation* Perusahaan Industri High Profile

Sumber: data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *green innovation* yang diungkapkan oleh perusahaan naik dari tahun ke tahun. Nilai *green innovation* terendah terdapat pada tahun 2017 dengan nilai 0,455 dan nilai *green innovation* tertinggi terdapat pada tahun 2021 dengan nilai 0,625. Dengan naiknya rata-rata indikator inovasi hijau yang dilakukan oleh perusahaan dari tahun ke tahun hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mulai memiliki kesadaran akan pentingnya inovasi hijau yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan sinyal kepada para investor dan *stakeholder* perusahaan agar dapat mendapatkan respon yang positif dari pasar.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya terdapat hasil yang inkonsisten mengenai pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Menurut Agustia et al., (2019) dan Damas et al., (2021) *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, menurut Xie et al., (2022) *green innovation* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, akan tetapi hanya dalam jangka pendek, sedangkan menurut Yao et al., (2019) *eco-innovation* yang di proksikan dengan *eco-product* dan *eco-process innovation* berhubungan negatif dengan nilai perusahaan. Agustia et al., (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dengan *green innovation* perusahaan dapat mengefisiensikan proses produksi,

mendapatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja lingkungan yang dapat menarik minat investor untuk berinvestasi didalam perusahaan. Hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan maka akan semakin tinggi pula minat investor terhadap perusahaan. Investor akan percaya bahwa perusahaan akan tetap dan terus *sustainable* karena proses bisnisnya diterima oleh masyarakat (Damas et al., 2021). Akan tetapi Menurut Xie et al., (2022) inovasi hijau masih belum mempunyai hasil yang spesifik terhadap kinerja keuangan perusahaan. Meningkatnya proporsi paten dari inovasi hijau dapat mendevaluasi nilai perusahaan. Hal ini membuat banyak perusahaan mengabaikan *green innovation*. Produk yang ramah lingkungan juga akan membuat perusahaan mengeluarkan *opportunity cost* yang lebih tinggi ketika perusahaan mengembangkannya (Yao et al., 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas terdapat fenomena penurunan nilai perusahaan akan tetapi ditemukan adanya kenaikan nilai *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* serta *green innovation* perusahaan hal ini tidak sejalan dengan *signalling theory* yang telah dijelaskan sebelumnya. selain itu, terdapat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh variabel *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu penulis mempunyai ketertarikan dalam melakukan analisa lebih lanjut mengenai nilai perusahaan yang akan dilakukan dalam penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Carbon Emission Disclosure, Eco-Efficiency dan Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri High Profile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan yang dapat diukur dengan melihat isi dari laporan keuangan yaitu saham yang beredar dan tingkat aset dan liabilitas yang ada (Dewi & Rahmianingsih, 2020; Rusmana & Purnaman, 2020). Nilai perusahaan dapat menjadi tolak ukur kemakmuran investor dan para pemegang saham serta kualitas perusahaan (Alfayerds & Setiawan, 2021; Damas et al., 2021). Mendapatkan keuntungan yang maksimal, memakmurkan para

pemegang saham dan memiliki nilai perusahaan yang tinggi adalah tujuan sebuah perusahaan. Semakin tingginya nilai perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat kemakmuran yang akan dimiliki oleh investor (Rasyid & Yuliandhari, 2018). Apabila perusahaan dapat mematuhi peraturan serta mengelola dan mengungkapkan kinerja lingkungannya dengan baik maka perusahaan akan mendapatkan legitimasi serta pengakuan dari masyarakat, membangun persepsi positif, meningkatkan peluang untuk bertahan dan meningkatkan nilai perusahaan (Kurnia et al., 2021; Yao et al., 2019).

Nilai perusahaan industri *high profile* mengalami penurunan selama tahun 2017 sampai tahun 2021 akan tetapi penurunan tersebut tidak membuat nilai perusahaan *undervalue* dan nilai perusahaan masih lebih besar dari 1. Fenomena tersebut berpotensi untuk menurunkan tingkat kemakmuran dan keuntungan para pemegang saham. Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat inkonsistensi hasil penelitian terhadap *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation* yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Maka berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation* serta nilai perusahaan pada perusahaan Industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021?
2. Apakah terdapat pengaruh simultan *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021?
3. Apakah terdapat pengaruh parsial:
 - a. *Carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021?
 - b. *Eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021?
 - c. *Green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang ada. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency*, *green innovation* serta nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh simultan *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh parsial:
 - a. *Carbon emission disclosure* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.
 - b. *Eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.
 - c. *Green innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Akademis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan sumber referensi baru bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan *carbon emission disclosure*, *eco-efficiency* dan *green innovation* serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan baik secara simultan maupun parsial. Penulis juga berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan pemahaman baru mengenai akuntansi lingkungan.

1.5.2 Aspek Praktis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat ke berbagai pihak yang bersangkutan, meliputi:

- a. Perusahaan industri *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi alat bantu bagi perusahaan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan yang berhubungan dengan nilai perusahaan dan akuntansi lingkungan.

b. Investor

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi investor dalam memahami nilai perusahaan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya serta menjadi bahan rujukan yang tepat untuk pengambilan keputusan investasi agar dapat mengurangi resiko kerugian.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir pada penelitian ini meliputi lima bab yang didalamnya terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan satu sama lain sehingga akan didapatkan kesimpulan atas permasalahan yang dibahas. Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir ini:

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian dari bab ini adalah isian secara garis besar isi dari penelitian ini. Bab ini berisikan tentang: gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian dari bab ini merupakan tinjauan pustaka atas beberapa literatur mengenai nilai perusahaan, *carbon emission disclosure*, *eco efficiency* dan *green innovation*, definisi teori umum sampai khusus, penelitian-penelitian terdahulu yang berasal dari jurnal nasional maupun internasional yang terakreditasi, kerangka pemikiran penelitian serta hipotesis penelitian yang dapat dijadikan sebagai jawaban sementara atas permasalahan yang dibahas.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian dari bab ini merupakan teknik, metode dan pendekatan yang digunakan didalam penelitian untuk dapat menganalisis, menyimpulkan dan menjawab permasalahan penelitian. Bab ini berisikan tentang penjelasan mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel dependen, operasionalisasi variabel independen, populasi, sampel, pengumpulan data dan sumber data, teknik analisis

data statistik deskriptif, teknik analisis regresi data panel, pemilihan metode analisis regresi data panel, uji asumsi klasik, uji signifikansi simultan, uji signifikansi parsial dan uji koefisien determinasi.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian dari bab ini merupakan penjelasan dan uraian dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini berisikan tentang hasil penelitian, analisis statistik deskriptif variabel rasio, analisis statistik deskriptif variabel nominal, hasil uji asumsi klasik, hasil pemilihan model regresi data panel, hasil uji signifikansi simultan, hasil uji signifikansi parsial, pembahasan pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen dan pembahasan pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian dari bab ini merupakan kesimpulan yang berisi jawaban dari rumusan masalah penelitian dan saran yang diajukan baik secara akademis maupun praktis.