

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa kini, salah satu isu global yang paling penting adalah perubahan iklim. Kepedulian masyarakat sekitar, pemerintah, dan pelaku bisnis terhadap lingkungan kian semakin meningkat. Hal ini mendorong bisnis untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dari kegiatan operasi mereka dan mencari cara untuk menguranginya. Perusahaan harus mengendalikan dan mengurangi kegiatan operasional yang berpotensi untuk merusak lingkungan. Karena dengan dilakukannya kegiatan tersebut tanpa adanya kendali dari perusahaan, maka hal tersebut akan menyebabkan rusaknya lingkungan dan jika tidak ada tindakan yang mencegah kegiatan tersebut maka akan menyebabkan bencana alam yang dapat merugikan semua pihak. Menurut (Hapsoro & Falih, 2020) bencana alam bisa mengakibatkan gangguan rantai operasional perusahaan dan menyebabkan terjadinya kerugian pada perusahaan. Selain itu dampak negatif yang timbul dari aktivitas operasi perusahaan berupa pencemaran lingkungan yang nantinya dapat menimbulkan masalah di sekitar wilayah perusahaan, dan pencemaran lingkungan inilah yang membuat keseimbangan lingkungan berubah.

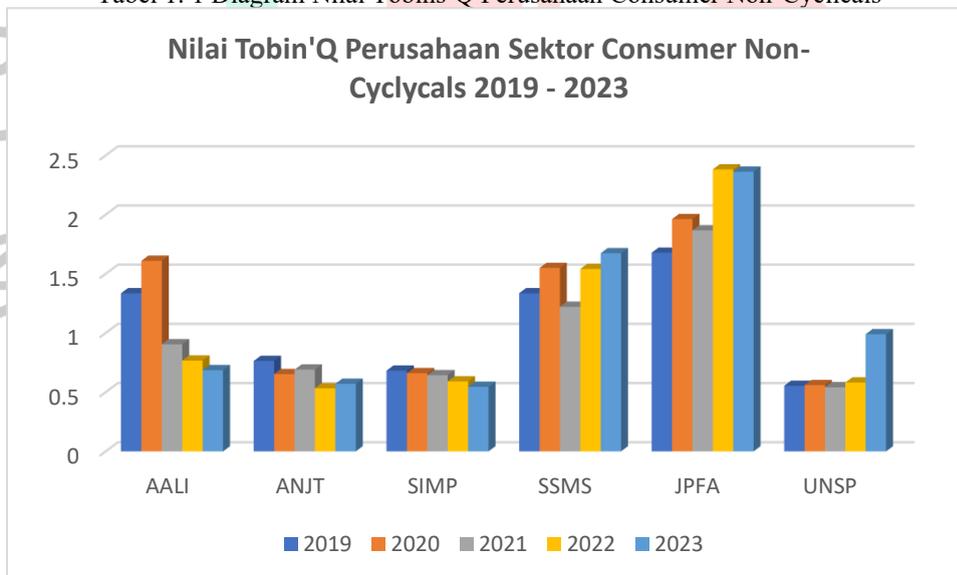
Nilai suatu perusahaan adalah salah satu ukuran penting yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mempertahankan operasinya. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan persepsi investor tentang prospek pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan. Menurut Yumiasih dan Isbanah (2017), nilai suatu perusahaan menunjukkan nilai masa depan yang diharapkan dari perusahaan, yang dihitung berdasarkan laba saat ini atau potensi peningkatan laba di masa mendatang. Investor lebih percaya pada kinerja dan stabilitas masa depan suatu perusahaan ketika nilainya meningkat. Akibatnya, nilai menjadi alat penting untuk menilai daya saing suatu perusahaan dan kinerjanya.

Nilai perusahaan adalah jumlah uang yang akan diterima apabila perusahaan dijual (Jatmiko, 2020). Nilai perusahaan menunjukkan seberapa baik manajemen mengelola aset, operasional, dan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peningkatan arus kas atau pendapatan dapat menarik investor. Kinerja keuangan,

reputasi, dan tanggung jawab sosial perusahaan juga memengaruhi nilai perusahaan. Faktor keberlanjutan seperti inovasi hijau (*green innovation*), efisiensi lingkungan (*eco-efficiency*), dan kinerja lingkungan menjadi komponen penting dalam bisnis modern yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk mendorong bisnis dalam menerapkan praktik berkelanjutan dan meningkatkan nilai mereka, pemerintah dan lembaga internasional telah menetapkan standar dan regulasi. Sebagai contoh, ISO 14001, yang mengatur sistem manajemen lingkungan, dan *Global Reporting Initiative* (GRI), yang mengatur pelaporan keberlanjutan. Untuk menilai kinerja lingkungan bisnis di Indonesia, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) telah meluncurkan Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER). Perusahaan yang mematuhi peraturan ini cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi karena mereka dianggap lebih transparan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Tabel 1. 1 Diagram Nilai Tobins'Q Perusahaan Consumer Non-Cyclicals



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Tabel 1.1 menunjukkan diagram nilai Tobin's Q perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019–2023. Nilai Tobin's Q digunakan sebagai proksi untuk mengukur nilai perusahaan, yang dihitung dengan membandingkan nilai pasar perusahaan terhadap nilai buku asetnya. Diagram tersebut menggambarkan fluktuasi nilai Tobin's Q dari beberapa perusahaan, seperti AAU, ANJT, SIMP, SSMS, JPFA, dan UNSP, selama

lima tahun. Variasi nilai Tobin's Q ini mencerminkan perbedaan persepsi pasar terhadap prospek pertumbuhan dan stabilitas perusahaan. Sebagai contoh, nilai Tobin's Q yang tinggi (>1) menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang dapat disebabkan oleh keunggulan kompetitif, reputasi, atau praktik keberlanjutan yang diadopsi perusahaan. Sebaliknya, nilai Tobin's Q yang rendah (<1) mengindikasikan bahwa pasar kurang percaya terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai di masa depan.

Fluktuasi nilai Tobin's Q tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi makro dan pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), tetapi juga oleh praktik pengelolaan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Dalam konteks bisnis berkelanjutan, nilai perusahaan merupakan indikator kunci yang mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan tradisional seperti laba atau arus kas, tetapi juga oleh faktor non-keuangan seperti inovasi hijau (*green innovation*), efisiensi lingkungan (*eco-efficiency*), dan kinerja lingkungan. Dalam konteks isu lingkungan yang semakin penting, investor dan pemangku kepentingan lainnya cenderung memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang menerapkan praktik berkelanjutan, karena hal ini dianggap dapat mengurangi risiko jangka panjang dan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi tolok ukur yang komprehensif untuk menilai dampak dari praktik-praktik keberlanjutan terhadap persepsi pasar dan kepercayaan investor.

Selain itu, penggunaan Tobin's Q sebagai pengukur nilai perusahaan dipilih karena kemampuannya untuk mencakup aset tidak berwujud seperti reputasi, inovasi, dan tanggung jawab lingkungan, yang tidak tercermin dalam laporan keuangan konvensional. Hal ini sejalan dengan teori sinyal (*signaling theory*), di mana perusahaan yang mengadopsi praktik ramah lingkungan dapat mengirimkan sinyal positif kepada pasar tentang komitmen mereka terhadap keberlanjutan, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menganalisis hubungan antara *green innovation*, *eco-efficiency*, kinerja lingkungan, dan nilai perusahaan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang bagaimana praktik keberlanjutan dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai

perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals*.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *green innovation*, *eco-efficiency*, dan kinerja lingkungan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Menurut Damas et al. (2021), inovasi hijau merupakan teknologi atau peningkatan baru dalam proses produksi yang bertujuan untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan, meningkatkan efisiensi energi, dan mendaur ulang limbah. Konsep ini sejalan dengan prinsip ekonomi sirkular, yang menekankan pentingnya penggunaan kembali dan daur ulang.

Namun, hasil penelitian mengenai dampak *green innovation* terhadap nilai perusahaan masih beragam. Misalnya, Xie et al. (2022) menemukan bahwa inovasi hijau tidak berpengaruh signifikan atau bahkan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dalam jangka pendek. Sebaliknya, Agustina et al. (2019) dan Damas et al. (2021) menyatakan bahwa inovasi hijau dapat meningkatkan nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah.

Meskipun *green innovation*, *eco-efficiency*, dan kinerja lingkungan menawarkan banyak manfaat, ada beberapa masalah saat menerapkannya. Mengadopsi teknologi ramah lingkungan dan mengubah proses produksi merupakan masalah utama pada awalnya. Selain itu, ada kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk yang ramah lingkungan. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu memberikan insentif bagi perusahaan yang berkomitmen menerapkan praktik berkelanjutan, sementara perusahaan perlu meningkatkan edukasi kepada konsumen tentang manfaat produk ramah lingkungan.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Faktor-faktor seperti *green innovation*, *eco-efficiency*, dan kinerja lingkungan dapat memengaruhi nilai perusahaan, baik secara positif maupun negatif. Studi kasus PT Multi Bintang Indonesia dan PT Unilever Indonesia menunjukkan bahwa turunnya nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kinerja dan persepsi investor.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis, khususnya dalam memahami hubungan antara *green innovation*, *eco-efficiency*, kinerja lingkungan, dan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Untuk merealisasikan bisnis secara berkelanjutan, perusahaan perlu mengadopsi praktik-praktik yang ramah lingkungan, seperti inovasi hijau (*green innovation*), efisiensi lingkungan (*eco-efficiency*), dan menjaga kinerja lingkungan. Menurut (Damas et al., 2021), inovasi hijau adalah teknologi atau modifikasi proses produksi baru yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi energi, mendaur ulang limbah, mengurangi polusi, dan mendesain produk yang lebih ramah lingkungan. Inovasi hijau tidak jauh berbeda dari inovasi konvensional. Menciptakan keunggulan kompetitif sambil mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan adalah hal yang membedakannya (Agustina et al., 2019).

Upaya perusahaan untuk mengembangkan teknologi, prosedur, atau produk baru yang ramah lingkungan disebut inovasi hijau (*green innovation*). Konsep ini mencakup desain produk yang ramah lingkungan, pengurangan limbah, dan peningkatan efisiensi energi (Damas et al., 2021). Menurut Agustina et al. (2019), tujuan dari inovasi hijau adalah untuk memperoleh keunggulan kompetitif sambil mengurangi dampak yang merugikan bagi lingkungan. Ini sesuai dengan prinsip ekonomi sirkular, yang menekankan betapa pentingnya penggunaan kembali, daur ulang, dan pengurangan limbah. Perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungan mereka dengan menerapkan inovasi hijau, yang dapat berdampak pada nilai perusahaan.

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), telah mencatat peningkatan jumlah sampah nasional menjadi 68,5 juta ton pada tahun 2021, dengan timbunan sampah plastik meningkat sebesar 17% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengambil langkah konkret dalam mengurangi dampak lingkungan. Salah satu contohnya adalah PT Unilever Indonesia Tbk, yang memperkenalkan *Refill Station* dengan sistem antarmuka dari Algramo. *Refill Station* ini merupakan wujud nyata penerapan inovasi hijau dan ekonomi sirkular, yang mengedepankan prinsip

penggunaan kembali dan daur ulang untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai (Unilever.co.id, 2020). Langkah ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan investor.

Salah satu contoh nyata penerapan inovasi hijau yaitu *Refill Station* yang diperkenalkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk ini, memungkinkan konsumen untuk mengisi ulang produk-produk Unilever dengan kemasan yang dapat digunakan kembali, sehingga mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Di hari ketika *Refill Station* pertama kali diluncurkan, saham PT Unilever Indonesia Tbk mengalami peningkatan sebesar 1.04% (Unilever.co.id, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi hijau tidak hanya memberikan manfaat lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan konsumen.

- Fenomena ini membuktikan bahwa *green innovation* dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, langkah ini juga sejalan dengan upaya pemerintah untuk mengurangi sampah plastik, seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri LHK No. 75 Tahun 2019 tentang peta jalan pengurangan sampah oleh produsen. Dengan demikian, inovasi hijau tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga memberikan keuntungan ekonomi bagi perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan pandangan mengenai dampak inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Menurut Xie et al. (2022), *green innovation* tidak memiliki pengaruh signifikan atau bahkan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dalam jangka pendek. Namun, penelitian oleh Agustina et al. (2019) dan Damas et al. (2021) menunjukkan bahwa *green innovation* dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang.

Perbedaan hasil ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah. Studi kasus PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa *green innovation* dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan citra dan kepercayaan investor. Meskipun *green innovation* menawarkan banyak manfaat, penerapannya tidak lepas dari tantangan. Salah satu tantangan utama adalah biaya awal yang tinggi

untuk mengembangkan teknologi ramah lingkungan dan mengubah proses produksi. Selain itu, kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk ramah lingkungan juga menjadi hambatan. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu memberikan insentif bagi perusahaan yang berkomitmen menerapkan inovasi hijau, sementara perusahaan perlu meningkatkan edukasi kepada konsumen tentang manfaat produk ramah lingkungan.

Langkah penting menuju bisnis yang berkelanjutan adalah inovasi hijau. Perusahaan dapat mengurangi dampak mereka terhadap lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan nilai mereka dengan menerapkan inovasi hijau. Studi kasus yang dilakukan oleh Unilever Indonesia menunjukkan bahwa produk ramah lingkungan seperti *Refill Station* tidak hanya mengurangi penggunaan plastik tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan. Tantangan seperti kurangnya kesadaran masyarakat dan biaya tinggi masih perlu ditangani. Diharapkan penelitian ini akan membantu perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis, terutama tentang bagaimana inovasi hijau berhubungan dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, bisnis mungkin lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Penerapan *green innovation* dalam operasi bisnis sering kali dikaitkan dengan biaya operasional yang tinggi. Hal ini merupakan salah satu faktor terpenting bagi perusahaan untuk mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan. Namun, konsep *eco-efficiency* (efisiensi ekologis) dikembangkan sebagai solusi yang lebih dari sekadar mendorong pertumbuhan, tetapi juga membantu bisnis meminimalkan biaya operasional dengan tetap memperhatikan lingkungan. Menurut Fabiola & Khusnah (2022), *eco-efficiency* tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi bisnis. Dengan menerapkan *eco-efficiency*, perusahaan dapat mengurangi biaya dan polusi dari proses produksi yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan sentimen positif dari masyarakat.

Eco-efficiency didefinisikan sebagai sebuah konsep yang mengintegrasikan efisiensi energi dan air untuk meminimalkan limbah dari proses produksi (Kementerian Lingkungan Hidup, 2003). Konsep ini bertujuan untuk mengembangkan prinsip-prinsip ekonomi sekaligus mengurangi dampak negatif

terhadap lingkungan. *Eco-efficiency* dapat digunakan sebagai strategi bisnis untuk mengurangi dampak lingkungan sekaligus meningkatkan nilai bisnis. Salah satu indikator terpenting untuk menilai *eco-efficiency* adalah sertifikasi ISO 14001, yang merupakan standar internasional untuk sistem manajemen lingkungan. Perusahaan yang telah berhasil mendapatkan sertifikasi ISO 14001 telah menerapkan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Damas et al., 2021).

Pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai peraturan untuk mendorong perusahaan-perusahaan untuk menerapkan efisiensi lingkungan. Salah satunya adalah Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. 75 tahun 2019. Peraturan ini mewajibkan produsen untuk mengurangi persentase sampah dari produk mereka sebesar 30% pada tahun 2030. Namun, masih banyak produsen yang belum sepenuhnya berkomitmen untuk memenuhi target ini. Melalui peraturan dan kebijakan ini, pemerintah dapat meningkatkan kesadaran dan komitmen bisnis terhadap lingkungan.

Salah satu contoh nyata penerapan *eco-efficiency* dapat dilihat dari tindakan PT Kalbe Farma Tbk, perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang bergerak di bidang farmasi dan kesehatan. PT Kalbe Farma Tbk telah berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan melalui berbagai inisiatif, seperti pengelolaan limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun), penggunaan energi terbarukan, dan pengurangan emisi karbon. Pada tahun 2021, PT Kalbe Farma Tbk berhasil mengurangi emisi karbon yang dihasilkan dan meningkatkan efisiensi energi melalui penggunaan panel surya di beberapa fasilitas produksinya (Kalbe Sustainability Report, 2021).

Selain itu, PT Kalbe Farma Tbk juga menerapkan prinsip 3R; *reduce* (mengurangi), *reuse* (memanfaatkan kembali), dan *recycle* (mendaur ulang) yang bertujuan untuk meminimalkan limbah yang dibuang ke tempat pembuangan akhir (TPA). Melalui program ini, perusahaan berhasil mendaur ulang limbah padat dan mengolah limbah B3 secara bertanggung jawab. Tindakan ini tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan investor. Berdasarkan laporan keuangan PT Kalbe Farma Tbk, nilai saham perusahaan mengalami peningkatan dalam kurun waktu satu tahun setelah implementasi program tersebut. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penerapan

eco-efficiency dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian pada kasus PT Kalbe Farma Tbk menunjukkan bahwa *eco-efficiency* dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Satrio & Kunto (2020), *eco-efficiency* berdampak positif terhadap nilai perusahaan karena bisnis yang sadar lingkungan lebih mungkin untuk menarik investor dan pelanggan. Hal ini berkaitan dengan fenomena yang terjadi di PT Kalbe Farma Tbk, dimana tindakan ramah lingkungan yang mereka lakukan berhasil meningkatkan kepercayaan investor dan menurunkan nilai saham. Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh Damas et al., (2021) mengindikasikan bahwa *eco-efficiency* tidak memiliki dampak yang nyata terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain perbedaan sektor industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah.

Meskipun *eco-efficiency* menawarkan banyak manfaat, penggunaannya tidak bebas dari risiko. Salah satu kendala utama adalah tingginya biaya awal untuk mengadopsi sistem manajemen lingkungan dan teknologi ramah lingkungan, seperti ISO 14001. Selain itu, kurangnya transparansi dan akuntabilitas dari beberapa perusahaan juga menjadi penghalang. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah harus meningkatkan kesadaran dan dukungan bagi perusahaan yang berdedikasi untuk menerapkan efisiensi lingkungan. Selain itu, masyarakat juga harus aktif dalam mempromosikan produk ramah lingkungan.

Eco-efficiency adalah konsep penting yang tidak hanya melindungi lingkungan tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi bisnis. Melalui penerapan *eco-efficiency*, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi polusi dan pencemaran, serta meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut penelitian terhadap kasus PT Kalbe Farma Tbk, tindakan lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai sahamnya. Namun, beberapa hal seperti biaya yang tinggi dan transparansi yang rendah masih perlu diperhatikan. Diharapkan penelitian ini akan membantu memajukan pengetahuan dan praktik bisnis, terutama dalam memahami hubungan antara *eco-efficiency* dan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik-praktik bisnis yang kuat dan ramah lingkungan.

Kinerja lingkungan telah menjadi isu krusial di era pembangunan yang semakin pesat, di mana kegiatan bisnis tidak hanya ditujukan untuk menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi juga untuk mengurangi dampak lingkungan yang merugikan. Berdasarkan Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, kinerja lingkungan adalah upaya sistematis untuk memelihara lingkungan hidup yang layak huni dan mencegah terjadinya degradasi atau kerusakan lingkungan hidup. Di sisi lain, dalam praktiknya, masih banyak perusahaan yang mengabaikan lingkungannya, seperti yang terlihat pada kasus pencemaran sungai oleh perusahaan makanan dan minuman di Indonesia. Fenomena ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja lingkungan tidak hanya penting untuk kelestarian alam tetapi juga untuk menjaga reputasi dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih dalam mengenai kinerja lingkungan dan pengaruhnya terhadap bisnis.

Kinerja lingkungan didefinisikan sebagai hasil dari sistem manajemen lingkungan yang terkait dengan penilaian lingkungan hidup, seperti pencemaran, limbah, dan efisiensi sumber daya (ISO 14001:2015). Konsep ini sejalan dengan teori *Triple Bottom Line* yang dikembangkan oleh Elkington (1999) yang menekankan pentingnya keseimbangan di antara tiga faktor utama, yaitu *profit* (manfaat ekonomi), *people* (manfaat sosial), dan *planet* (manfaat lingkungan). Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

Indonesia memiliki banyak undang-undang yang mengatur lingkungan, seperti Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 2021 dan Undang-Undang No. 32 Tahun 2009. Pemerintah juga meluncurkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER), yang menilai perusahaan berdasarkan warna emas (terbaik), hijau, biru, merah, dan hitam (terburuk). Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mendapatkan kepercayaan diri dan perusahaan yang gagal mendapatkan kemampuan untuk memperbaiki diri. Standar seperti ISO 14001 dan Global Reporting Initiative (GRI) juga digunakan di seluruh dunia untuk mengawasi dan mengevaluasi praktik kerja lingkungan.

Salah satu contoh nyata yang menunjukkan pentingnya kinerja lingkungan adalah kasus yang melibatkan tiga perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia, yaitu PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), dan PT Wings Surya. Ketiga perusahaan ini digugat oleh kelompok Perempuan Pejuang Kali Surabaya (PPKS) karena dianggap telah melanggar hukum dan menyebabkan kerusakan lingkungan. PPKS meminta ganti rugi sebesar 4 miliar rupiah, yang akan digunakan untuk pemulihan bantaran kali di Surabaya. Dampak dari gugatan ini terlihat pada penurunan harga saham GOOD sebesar 75 rupiah menjadi Rp. 1.290 per lembar, atau melemah sebesar 5,81%, sehari sebelum penutupan pasar pada tanggal 22 September 2020 (IDN Financials, 2020). Kasus ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang buruk tidak hanya merugikan lingkungan, tetapi juga dapat merusak reputasi dan nilai perusahaan.

Meskipun sudah ada berbagai peraturan dan program seperti PROPER, Indonesia masih terus menghadapi tantangan dalam mengatasi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan bisnis. Sistem pengendalian lingkungan yang efektif harus mencakup pengendalian lingkungan yang kuat, pengungkapan, dan pengukuran terhadap kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan produksi. Dalam skala global, negara-negara seperti Amerika Serikat telah menerapkan peraturan yang ketat melalui *Securities and Exchange Commission* (SEC), sementara standar internasional seperti ISO 14001 dan GRI 2016 digunakan sebagai pedoman pengelolaan lingkungan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, Indonesia harus memperkuat sistem tata kelola lingkungannya, termasuk melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas perusahaan.

Kinerja lingkungan memiliki dampak signifikan terhadap nilai dan reputasi perusahaan. Menurut penelitian oleh Pratama et al., (2020), kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung lebih dipercaya oleh investor dan konsumen. Namun, penelitian lain oleh Uy & Hendrawati (2020) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan sektor

industri, tingkat kesadaran masyarakat, dan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

Kinerja lingkungan merupakan faktor penting yang mempengaruhi reputasi dan nilai perusahaan, selain berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Melalui program-program seperti PROPER dan standar internasional seperti ISO 14001, perusahaan dapat meningkatkan kinerja lingkungan dan mengurangi stres karyawan. Di sisi lain, isu-isu seperti transparansi dan akuntabilitas perlu diperhatikan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi pada kemajuan pengetahuan dan praktik bisnis, terutama dalam memahami hubungan antara praktik kerja lingkungan dan nilai-nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi praktik-praktik bisnis yang kuat dan ramah lingkungan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* dari uraian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian, yaitu:

“Pengaruh *Green Innovation*, *Eco-Efficiency* dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan”

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan beberapa hal yang telah dijabarkan di bagian latar belakang, penelitian ini mengangkat beberapa rumusan masalah, yaitu:

- a. Apakah *Green Innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah *Eco-Efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- c. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- d. Apakah *Green Innovation*, *Eco-Efficiency* dan kinerja lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan bukti empiris terkait:

- a. Pengaruh *Green Innovation* terhadap nilai perusahaan
- b. Pengaruh *Eco-Efficiency* terhadap nilai perusahaan
- c. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan
- d. Pengaruh *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, dan Kinerja Lingkungan

secara simultan terhadap nilai perusahaan?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktik yakni sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan konseptual bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya dan memberikan wawasan akademis tentang *green innovation*, *eco-efficiency*, kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena yang diteliti, dan membuka jalan untuk penelitian lanjutan di bidang yang sama.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan informasi yang dapat digunakan untuk memperluas pengetahuan mengenai topik akuntansi lingkungan khususnya mengenai *green innovation*, *eco-efficiency*, kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

c. Bagi Perusahaan

Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang berharga untuk meningkatkan praktik bisnis dan mengoptimalkan kinerja bisnis.