

BAB I

PENDAHULUAN

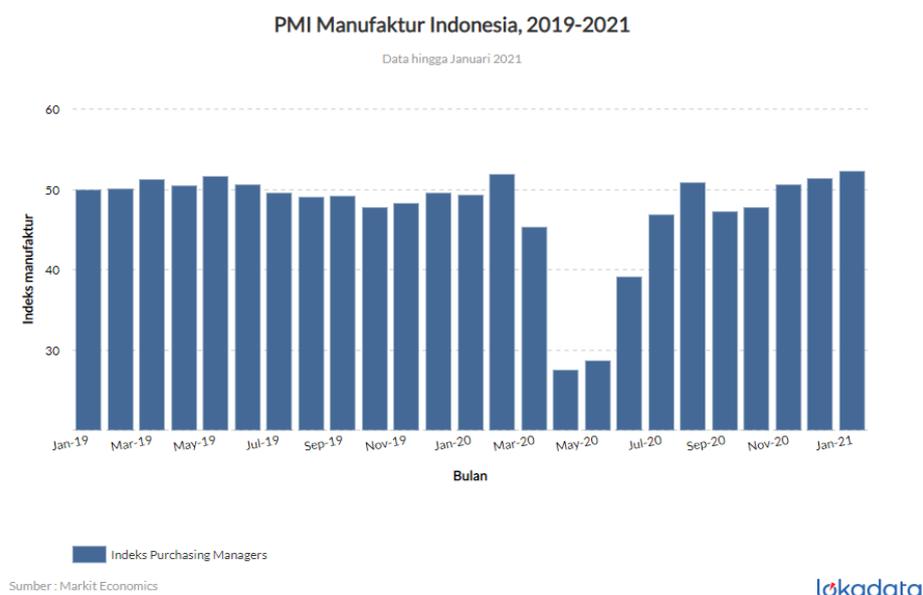
1.1 Latar Belakang

Globalisasi turut membawa pertumbuhan yang pesat bagi perekonomian, baik di lingkup nasional maupun internasional. Perkembangan globalisasi ini tak luput dari pertumbuhan industri yang terus meluas. Dampak globalisasi yang paling nyata ialah semakin ketatnya persaingan di berbagai lini. Persaingan usaha yang semakin ketat menjadikan pemimpin perusahaan dituntut agar menjalankan usahanya sebaik mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan. Kondisi perekonomian global turut memengaruhi nilai sebuah perusahaan. Setiap perusahaan pasti bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan *shareholder*. Memaksimalkan performa perusahaan perlu dicapai untuk memakmurkan para pemegang saham. Sebuah langkah keuangan dapat dilakukan akan memengaruhi aspek lain dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan terus berinovasi dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan yang diharapkan mendorong pertumbuhan penjualan yang disertai dengan peningkatan nilai perusahaan. Nilai Perusahaan (*firm value*) yakni suatu landasan yang dipakai investor dalam menilai perusahaan dari segi fundamental untuk melakukan investasi (Yohendra & Susanty, 2019).

Indonesia kembali mengalami resesi ketiga pada 2020/2021 yang disebabkan oleh disebabkan oleh krisis kesehatan akibat adanya virus Covid-19. PDB nasional berkontraksi selama empat kuartal yakni dari kuartal II-2020 hingga kuartal I-2021. Disampaikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa produk domestik bruto (PDB) RI pada kuartal III-2020 - 3,49 persen (year on year/yoy). Akibatnya, selain terjadi resesi, Indonesia mengalami kontraksi negatif di kuartal II-2020 ekonomi. Hal ini disebabkan oleh terganggunya fondasi ekonomi akibat perpaduan antara faktor eksternal dan internal. Seluruh pihak turut andil dalam penanganan krisis tersebut untuk mengembalikan

kestabilan perekonomian Indonesia. Dilihat dari kinerja makro sektor industri manufaktur di beberapa indikator, industri manufaktur merupakan sektor pendorong utama Indonesia agar keluar dari resesi ekonomi.

Industri manufaktur memiliki kontribusi signifikan terhadap industri nasional. Manufaktur ialah industri yang mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang memiliki nilai komersial dan memenuhi standar teknis. Di Indonesia, perusahaan manufaktur mengalami eskalasi kegiatan manufaktur secara berkala. Hal ini dapat dilihat dari *Purchasing Managers Index* (PMI) Manufaktur Indonesia yang memberikan gambaran *real-time* aktivitas ekonomi di sektor manufaktur. PMI dihitung berdasarkan survei yang dilakukan oleh Markit Economics atas permintaan Nikkei. PMI Manufaktur Indonesia mencakup empat indikator utama, yaitu produksi, pesanan baru, ketersediaan tenaga kerja, dan pengiriman pemasok.



Gambar 1 PMI Manufaktur Indonesia tahun 2019-2021

PMI Manufaktur Indonesia pada Januari 2021 yakni berada di angka 52,2. Indeks tersebut meningkat dibandingkan bulan sebelumnya, Desember 2021 yaitu 51,3. Indeks tersebut merupakan kenaikan berturut-turut selama empat bulan terakhir. Selain itu, IHS Markit mencatat ini merupakan yang tertinggi selama 6,5 tahun terakhir, serta salah satu yang terbesar sejak survei ini dimulai pada April 2011. Informasi dari PMI Manufaktur Indonesia ini dapat

memberikan gambaran tentang kondisi sektor manufaktur Indonesia, yang dapat membantu para pengambil keputusan dalam merencanakan strategi bisnis yang tepat dan mengantisipasi perubahan ekonomi di masa depan.

Optimalisasi nilai perusahaan yang dapat diraih melalui *corporate governance* dan penerapan fungsi pengelolaan keuangan yang baik. Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan di industri manufaktur memaksimalkan nilai bisnisnya. Semakin baik nilai perusahaan akan dipandang sebagai informasi yang berharga oleh calon investor. Nilai perusahaan menggambarkan pencapaian yang dilakukan oleh perusahaan dan dapat menjadi tolak ukur kemampuan manajemen sebuah perusahaan dalam memakmurkan para pemegang saham. *Firm value* dianggap sebagai persepsi investor mengenai sejauh mana perusahaan dapat mengendalikan sumber dayanya serta hubungannya dengan nilai saham perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menciptakan kepercayaan pasar selain di kualitas kerja yang sedang terlaksana tapi juga di prospeknya di masa depan. Karenanya, nilai perusahaan menjadi faktor krusial untuk menggambarkan sebuah perusahaan yang mampu memengaruhi persepsi investor.

Industri yang semakin berkembang akan sebanding dengan permasalahan pencemaran yang timbul akibat kegiatan produksi. Perusahaan semakin dituntut untuk berinovasi menjadi lebih ramah lingkungan guna meminimalisir akibat yang timbul. Isu keberlanjutan yang semakin penting menyebabkan peningkatan permintaan bagi perusahaan untuk bertanggung jawab pada lingkungan serta masyarakat disekitar lokasi operasi perusahaan. Pelaksanaan CSR perusahaan menjadi salah satu fokus investor dalam menilai apakah sebuah perusahaan telah melaksanakan peranan sosialnya secara tepat untuk masyarakat dan lingkungan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* kerap menjadi bahan pertimbangan investor ketika menilai suatu perusahaan. Dengan demikian, *CSR* merupakan salah satu aspek yang berdampak pada *firm value*. Pelaksanaan *CSR* yang optimal dan menaati regulasi yang berlangsung bisa mendorong investor untuk memberi tanggapan baik atas kemampuan perusahaan dan meningkatkan *value* pasar (Retno & Priantinah, 2012). Dengan pelaksanaan *CSR* yang baik, kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan

dapat meningkat, serta meningkatkan penilaian investor ketika membuat keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan.

Indonesia memiliki kualitas CSR yang relatif kurang daripada negara luar (Suastha, 2016). Rendahnya pemahaman mengenai praktik CSR serta perusahaan yang masih belum menjadikan tanggung jawab lingkungan sebagai fokus perusahaan menyebabkan perusahaan dengan implementasi CSR yang masih relatif rendah. CSR perusahaan di Indonesia masih dianggap kurang membuktikan kontribusi positif bagi perusahaan. Meskipun saat ini pelaksanaan CSR di Indonesia sudah lebih berkembang, bentuk perwujudan CSR sendiri terkadang masih belum tepat sasaran. CSR bahkan dianggap sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap iklim, maka perlu dilakukan secara berkelanjutan. Program-program implementasi CSR seharusnya dilaksanakan untuk memperhatikan lingkungan sekitar dan pemberdayaan masyarakat, bukan hanya sekedar memperbaiki citra perusahaan. Maka dari itu pemerintah turut mengencangkan praktik CSR di Indonesia dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup RI No 3 Tahun 2014 mengenai Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dengan hadirnya PROPER dianggap dapat memotivasi perusahaan di Indonesia untuk memperhatikan kondisi lingkungan serta memberdayakan penduduk di sekitar lokasi perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan memerlukan pengelolaan yang apik, mengingat hubungannya dengan masyarakat sekitar sebagai pelaksana CSR. (Dewi & Wigdado, 2012). Masyarakat dan stakeholder perlu diikutsertakan dalam pelaksanaan kegiatan CSR tersebut. CSR berkaitan erat dengan manajemen perusahaan, akibatnya bidang kegiatan dalam CSR masih dalam pengawasan manajemen. Sebagai salah satu strategi perusahaan, seharusnya CSR dapat menjadi keunggulan kompetitif. Dengan demikian, dalam mengimplementasikan program CSR perusahaan harus berkomitmen dan bersifat berkelanjutan.

Krisis iklim dan degradasi lingkungan tengah melanda. Berdasarkan studi '*Carbon Majors*' pada tahun 2017 menemukan bahwa terdapat 100 produsen bahan bakar fosil aktif terkait dengan 71% emisi gas rumah kaca industri

(GRK) global sejak 1988. Hal ini membuktikan bahwa proses produksi serta operasional perusahaan menimbulkan dampak yang dapat merusak lingkungan. Menghadapi situasi tersebut, sudah seharusnya perusahaan tidak hanya berfokus pada *profit* yang didapatkan saja, tanpa menyoroti dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan perlu menerapkan “*sustainable business*” atau yang biasa disebut “*green business*” dalam menjalankan bisnisnya. Pada tahun 1994 John Elkington mengenalkan konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yaitu 3P: *people* (sosial/masyarakat), *planet* (lingkungan), dan *profit* (keuntungan). Sebagai hasil dari teori dan aplikasi *triple bottom line*, beberapa bisnis mulai mengenali hubungan antara kesejahteraan sosial, kesehatan lingkungan, dan kesuksesan dan ketahanan finansial organisasi. Perusahaan perlu melaksanakan bisnis dengan menerapkan konsep *triple bottom line* tersebut. Jika 3P diimplementasikan dengan optimal, maka perusahaan tak hanya sekedar mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga keuntungan non materi yaitu penghargaan, pengakuan serta reputasi yang baik di masyarakat.

Perusahaan saling berkompetisi untuk mendapatkan perhatian pasar dengan mengembangkan inovasi berkelanjutan dalam upaya mengurangi dampak pencemaran pada lingkungan. Kemampuan untuk berinovasi ramah lingkungan dan menjalankan CSR menjadi *competitive advantage* bagi perusahaan. Citra ramah lingkungan yang dimiliki perusahaan serta memiliki kepedulian terhadap lingkungan yang tinggi akan dinilai lebih baik oleh *stakeholder*, dengan demikian nilai perusahaan akan meningkat. Konsep *green innovation* semakin marak diterapkan oleh perusahaan karena dianggap sebagai solusi atas pemanasan global dan pencemaran yang timbul terus-menerus. *Green innovation* digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan untuk meningkatkan daya saing. Perusahaan yang menerapkan *green innovation* memenangkan keunggulan kompetitif seperti harga saham yang tinggi, kinerja dan profitabilitas yang superior, meningkatkan image perusahaan dan akses ke pasar yang baru (Cahyaningtyas et al., 2022). Melakukan inovasi menjadi perusahaan yang ramah lingkungan tidaklah mudah dan memakan biaya yang cukup banyak. Perusahaan memerlukan

informasi yang akurat, detail, dan relevan mengenai biaya yang tampak dan biaya yang tidak tampak, selain itu perlu adanya pembatasan penggunaan sumber daya yang ada agar kelestarian lingkungan akan terjaga (Agustia, Sawarjuwono, et al., 2019). Investasi pada lingkungan meningkatkan beban perusahaan dalam jangka pendek, tetapi meningkatkan keuntungan di masa depan untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan investor. Inovasi hijau dapat meningkatkan nilai perusahaan jika dikelola dengan baik. Perusahaan perlu menyusun strategi inovasi dan terus berkembang untuk menjadi ramah lingkungan dalam segala aspek operasionalnya. Terdapat dua dimensi dalam *green innovation*, diantaranya *green product innovation* dan *green process innovation*.

Green product innovation merujuk pada penerapan gagasan-gagasan revolusioner yang berfokus pada perancangan, produksi, dan pemasaran produk baru yang memiliki tingkat inovasi dan keberlanjutan yang lebih superior dibandingkan dengan produk konvensional atau produk yang ditawarkan oleh pesaing. (Wong, 2012). *Green product innovation* digunakan untuk memenuhi persyaratan perlindungan lingkungan dengan meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan, serta konsumen dan pasar baru dapat meningkat karena produk dirancang ramah lingkungan. *Green product innovation* merupakan mode inovasi yang relatif maju yang dapat mengendalikan emisi polutan pada sumbernya. Selain mengurangi atau mencegah timbulnya polutan, *green product innovation* juga membantu perusahaan untuk memenuhi standar perlindungan lingkungan, sehingga meningkatkan reputasi sosial mereka. Memproduksi produk ramah lingkungan yang inovatif mengurangi pemborosan bahan dan energi dalam proses produksi. Ini berfokus pada penggunaan dan penggunaan kembali bahan ramah lingkungan yang memiliki umur lebih panjang secara keseluruhan.

Green process innovation berhubungan dengan pengurangan konsumsi energi, upaya pencegahan pencemaran, pengolahan ulang sampah, dan keamanan bahan yang tidak beracun (Chen et al., 2006). Penciptaan metode mutakhir dalam proses produksi yang lebih optimal di masa depan ialah *green process innovation*. Dalam perspektif peninjauan efektivitas, optimalisasi

proses produksi bertujuan untuk mereduksi emisi zat berbahaya & limbah, mendaur ulang limbah & emisi, mengurangi pemakaian sumber daya seperti listrik, air, batu bara, dan minyak, serta mengimplementasikan proses pembuatan yang efisien dalam pemakaian bahan baku. *Green process innovation* perlu memperhatikan dampak ekologi dan ekonomi yang dihasilkan dari proses produksi. Proses produksi sebaiknya dilakukan dengan ramah lingkungan agar produk yang dihasilkan juga ramah lingkungan. Dengan demikian, dampak yang ditimbulkan dari adanya *green process innovation* ialah penurunan beban operasional perusahaan secara keseluruhan, karena sesuai dengan tujuan penting dari praktek ini ialah peningkatan kinerja ekonomi. *Green process innovation* merupakan sebuah strategi pengelolaan lingkungan preventif, terutama terjadi selama proses produksi. *Green innovation process* fokus pada pengembangan inovasi dalam produksi dengan menerapkan pendekatan seperti pengenalan proses hijau yang canggih, peralatan produksi yang ramah lingkungan, dan metode daur ulang yang berkelanjutan guna mereduksi dampaknya pada lingkungan.

Dalam menjalankan operasinya, perusahaan juga perlu menerapkan praktek kelola perusahaan yang apik. Menurut definisi Monks (2003) *Good Corporate Governance* yang baik (GCG) merupakan kerangka kerja untuk mengelola dan mengatur operasi bisnis dengan tujuan meningkatkan nilai bagi semua pihak yang berkepentingan. Implementasi *corporate governance* yang baik mampu mencegah adanya skandal, kecurangan dan tindak kriminalitas yang terjadi dalam perusahaan (Lipman & Lipman, 2006). Jika terjadi konflik keagenan dalam pengambilan keputusan akibat timbulnya kepentingan berbagai pihak, maka dapat menurunkan *stock price* yang menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan. Masalah keagenan dapat diselesaikan dengan memiliki kepemilikan bersama oleh manajemen. Prinsipal berharap manajer akan mengambil tindakan yang sesuai dengan keinginan mereka karena keberadaan kepemilikan saham oleh pihak manajerial. Manajer akan didorong untuk menaikkan nilai perusahaan dengan cara memaksimalkan kinerjanya. Investor akan memiliki anggapan bahwa pengelolaan perusahaan yang baik maka kinerja keuangan perusahaannya pun akan baik, sehingga hal

tersebut akan menumbuhkan minat investor terhadap perusahaan. Dengan demikian, harga saham akan memperoleh peningkatan serta berpengaruh positif terhadap *firm value*.

Tujuan akhir perusahaan untuk menaikkan nilai perusahaan dengan memenuhi kriteria bisnis yang *sustainable* dan ramah lingkungan, memerlukan aturan yang lugas yang didalamnya berisi hak serta kewajiban seluruh pihak terlibat dalam menjalankan tugasnya. Dalam rangka mengimbangi kepentingan para pemegang saham, Langkah ini diselesaikan dengan memberikan kesempatan kepada manajer untuk berpartisipasi dalam kepemilikan saham perusahaan. *Corporate governance* membentuk orientasi nilai perusahaan dan perilaku sosial sebagai entitas, hal itu juga dapat memengaruhi bagaimana CSR memengaruhi nilai perusahaan. Investor akan memberikan tanggapan positif terhadap peningkatan harga saham sebagai akibat dari kinerja lingkungan dan sosial yang baik dari perusahaan. Untuk mewujudkan kebijakan yang berfokus pada lingkungan, dibutuhkan komitmen dari manajemen perusahaan. Komitmen ini dapat diperkuat melalui penerapan tata kelola perusahaan yang efektif. Meningkatkan kepemilikan manajerial dan melibatkan tata kelola perusahaan yang baik melalui mekanisme CG merupakan upaya untuk meningkatkan kepercayaan pemilik modal terhadap aset yang diberikan kepada perusahaan. Ini mencoba untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dijalankan oleh pihak yang bertanggung jawab agar perusahaan dapat terkelola dengan baik. Perusahaan yang mampu menerapkan CG dengan baik akan dianggap baik dan diterima oleh para *stakeholders* karena dapat mengungkapkan secara lengkap informasi tanggung jawab atas aktivitasnya, terutama pengungkapan CSR dan *green innovation*.

Dalam studi ini, bertumpu ke studi sebelumnya oleh Pinatih & Purbawangsa (2021), yang membicarakan pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan faktor pemoderasi Kinerja Keuangan. Beberapa perbedaan studi ini ialah : 1) Sampel studi ini terdiri dari perusahaan di sektor manufaktur dan pertambangan yang teregistrasi di BEI pada periode 2019-2021. 2) Variabel inovasi hijau telah ditambahkan dan variabel pemoderasi

telah diubah menjadi Melalui kepemilikan manajemen, tata kelola perusahaan terwakili.

Investor akan merasa yakin tentang saham yang mereka investasikan di pasar jika perusahaan berhasil menerapkan CSR secara efektif sambil terus menghasilkan inovasi yang berkelanjutan untuk menjaga lingkungan. Hal tersebut tentu akan memberikan output yang baik dan mempengaruhi nilai perusahaan. Ketertarikan investor untuk melakukan investasi akan bertambah seiring dengan naiknya nilai perusahaan. Pasar akan lebih yakin dengan prospek masa depan perusahaan dan kinerja saat ini jika nilai perusahaan dinaikkan. Di samping itu, perusahaan juga memberikan perhatian yang mendalam pada praktik tata kelola korporasi. Diharapkan bahwa penerapan tata kelola perusahaan efektif dan berkelanjutan akan membawa peningkatan dalam nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dapat menjadi jalan yang sangat baik untuk mengungkap keterkaitan antara CSR, *green innovation* dan nilai perusahaan. Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang sudah diuraikan, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi”**.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang sebelumnya dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Green Product Innovation* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Green Process Innovation* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Corporate Governance* dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?

5. Apakah *Corporate Governance* dapat memoderasi pengaruh antara *Green Product Innovation* dan Nilai Perusahaan?
6. Apakah *Corporate Governance* dapat memoderasi pengaruh antara *Green Process Innovation* dan Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Green Product Innovation* terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Green Process Innovation* terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh moderasi *Corporate Governance* terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh moderasi *Corporate Governance* terhadap hubungan *Green Product Innovation* dan Nilai Perusahaan
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh moderasi *Corporate Governance* terhadap hubungan *Green Process Innovation* dan Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta tujuan penelitian yang telah ditetapkan, penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Harapannya, studi ini akan memberikan sumbangan sebagai salah satu referensi penting untuk pengembangan literatur masa depan mengenai dampak responsabilitas sosial perusahaan dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Fokus utamanya ialah memperhatikan pengaruh penerapan tata kelola perusahaan terkait hubungan antara CSR dan inovasi hijau dengan nilai perusahaan, terutama di sektor manufaktur dan pertambangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor

Studi ini diekspektasikan mampu memberikan pengetahuan serta membantu investor memutuskan untuk berinvestasi di sebuah perusahaan dengan meninjau nilai perusahaan lewat penerapan *corporate social responsibility* dan *green innovation* yang dilaksanakan perusahaan, serta memeriksa pengaruh penerapan *corporate governance* dalam operasional perusahaan.

b. Bagi Pengusaha

Studi ini bisa dipakai para pengusaha sebagai petunjuk & masukan untuk menaikkan penerapan *corporate social responsibility*, *green innovation*, dan *corporate governance* untuk menaikkan nilai perusahaan. Studi ini pula diekspektasikan bisa memberi usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha sebagai landasan pengambilan keputusan manajemen perusahaan untuk menaikkan nilai perusahaan.

c. Bagi Pemerintah

Harapan dari studi ini ialah agar pemerintah dapat menggunakan hasilnya sebagai masukan dan pertimbangan yang diperlukan untuk memperkuat regulasi terkait kebutuhan menerapkan tanggung jawab lingkungan perusahaan secara optimal. Selain itu, diharapkan bahwa perusahaan dapat mengembangkan inovasi yang lebih berkelanjutan dalam upaya menjadi lebih peduli terhadap lingkungan. Penerapan tata kelola perusahaan yang apik juga jadi aspek yang penting untuk perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut.