

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis serta analisis mengenai pengaruh kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1) Kinerja Lingkungan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang diukur menggunakan PROPER berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor FMCG. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan peringkat PROPER belum tentu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Arah pengaruh negatif mengindikasikan bahwa kinerja lingkungan masih dapat dipandang oleh pasar sebagai aktivitas yang membutuhkan biaya tambahan, seperti biaya pengelolaan lingkungan, investasi teknologi, pengelolaan limbah, dan pemenuhan regulasi.

2) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur menggunakan GRI 401-418 *Standards* 2021 berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengungkapan aspek sosial perusahaan belum tentu meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih dapat dipersepsikan sebagai aktivitas yang membutuhkan biaya dan sumber daya tambahan, terutama apabila manfaat ekonominya belum terlihat secara langsung terhadap peningkatan pendapatan, reputasi merek, loyalitas konsumen, produktivitas karyawan, atau prospek pertumbuhan perusahaan.

3) Inovasi Hijau berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi hijau yang diukur mengacu pada penelitian Agustia et al. (2019) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemenuhan indikator inovasi hijau, seperti penggunaan teknologi yang mengurangi energi, air, dan limbah, penggunaan bahan

ramah lingkungan, kemasan ramah lingkungan, serta material yang dapat didaur ulang, mampu mendukung peningkatan nilai perusahaan. Pada sektor FMCG, inovasi hijau dapat menjadi strategi yang relevan karena berkaitan langsung dengan efisiensi operasional, diferensiasi produk, reputasi merek, serta meningkatnya perhatian konsumen terhadap produk dan proses bisnis yang lebih ramah lingkungan.

5.2 Keterbatasan

Meskipun penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur pengolahan dan pengujian data, masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan ini dapat menjadi pertimbangan dalam memahami hasil penelitian serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan model dan cakupan penelitian secara lebih luas. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Ruang Lingkup Sektoral dan Periode Pengamatan

Objek penelitian hanya berfokus pada perusahaan sektor FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2025. Dengan demikian, hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada sektor lain yang memiliki karakteristik operasional, tingkat risiko lingkungan, pola pengungkapan sosial, serta strategi inovasi hijau yang berbeda. Selain itu, periode pengamatan yang terbatas juga dapat memengaruhi kemampuan penelitian dalam menangkap dampak jangka panjang dari kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan.

2) Penggunaan PROPER sebagai pengukuran kinerja lingkungan

Tidak seluruh perusahaan sektor FMCG memperoleh peringkat PROPER pada setiap tahun pengamatan, sehingga perusahaan yang tidak memiliki data PROPER harus dikeluarkan dari sampel penelitian. Kondisi ini menyebabkan jumlah sampel penelitian menjadi lebih terbatas. Selain itu, keterbatasan data PROPER juga dapat memengaruhi variasi data kinerja lingkungan, karena hanya perusahaan yang mengikuti atau memperoleh penilaian PROPER yang dapat dianalisis dalam penelitian ini.

3) Rendahnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan

Model penelitian ini hanya mampu menjelaskan sebesar 7,40% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 92,60% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan variabel yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor fundamental perusahaan, kondisi industri, maupun faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, sentimen pasar, kebijakan pemerintah, dan kondisi pasar modal. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu diinterpretasikan dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut.

5.3 Saran

1) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian, baik dari sisi sektor perusahaan maupun periode pengamatan, agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan memperluas sektor-sektor yang sensitif terhadap isu lingkungan, seperti pertambangan, energi, basic material, kesehatan, atau industri kimia, karena sektor tersebut memiliki dampak lingkungan besar sehingga implementasi kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan inovasi hijau cenderung lebih menjadi perhatian pemangku kepentingan. Selain itu, penambahan sektor-sektor yang sensitif terhadap isu lingkungan juga dapat meningkatkan jumlah perusahaan yang mengikuti program PROPER, sehingga sampel penelitian yang menggunakan data PROPER menjadi lebih banyak dan representatif. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel moderasi agar mampu menjelaskan faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan seperti tata kelola perusahaan, kepemilikan institusional, atau tingkat pengungkapan keberlanjutan, karena faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi bagaimana pasar merespons aktivitas keberlanjutan perusahaan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu,

perusahaan perlu mengelola kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial secara lebih strategis agar tidak hanya dipandang sebagai beban biaya atau kewajiban pelaporan, tetapi dapat memberikan manfaat ekonomi yang jelas bagi perusahaan. Perusahaan dapat mengaitkan kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial dengan efisiensi biaya, pengelolaan risiko, peningkatan reputasi merek, loyalitas konsumen, serta keberlanjutan usaha jangka panjang. Selain itu, perusahaan sektor FMCG perlu terus mengembangkan inovasi hijau karena hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi hijau mampu mendukung peningkatan nilai perusahaan. Inovasi hijau dapat diarahkan pada penggunaan teknologi yang lebih efisien, bahan produk yang ramah lingkungan, kemasan yang lebih berkelanjutan, serta material yang dapat didaur ulang agar perusahaan memiliki daya saing yang lebih kuat dan mampu menciptakan nilai ekonomi bagi pemangku kepentingan.

3) Bagi Regulator dan Pemerintah

Bagi regulator dan pemerintah terkait seperti OJK, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dan BEI, disarankan untuk terus mendorong peningkatan kualitas, konsistensi, dan keterbandingan pengungkapan keberlanjutan perusahaan. Pemerintah juga dapat memperluas cakupan dan transparansi penilaian PROPER, khususnya pada sektor FMCG, agar semakin banyak perusahaan yang memiliki data kinerja lingkungan yang dapat diakses dan digunakan oleh pemangku kepentingan. Selain itu, regulator dapat mendorong penyajian informasi keberlanjutan yang lebih terukur sehingga informasi mengenai kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial, dan inovasi hijau dapat menjadi lebih relevan bagi pasar.

4) Bagi Investor

Bagi investor, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek keberlanjutan perlu dianalisis secara lebih selektif dalam pengambilan keputusan investasi. Kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan yang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kedua aspek tersebut belum tentu langsung mencerminkan peningkatan nilai ekonomi perusahaan, terutama apabila pelaksanaannya masih menimbulkan biaya tambahan dan belum menunjukkan manfaat yang jelas terhadap kinerja bisnis. Oleh karena itu, investor perlu menilai apakah kinerja lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan benar-benar memberikan dampak terhadap efisiensi biaya, reputasi, pengelolaan

risiko, serta prospek keberlanjutan perusahaan. Sementara itu, inovasi hijau yang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat menjadi perhatian penting bagi investor karena menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menerapkan inovasi ramah lingkungan berpotensi memiliki daya saing, diferensiasi produk, dan prospek pertumbuhan yang lebih baik, sehingga keputusan investasi sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan indikator keuangan, tetapi juga menilai kualitas dan dampak nyata dari aspek keberlanjutan perusahaan.