

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perusahaan terus berusaha meningkatkan nilai dan keunggulan bersaingnya sebagai bagian dari strategi yang bertujuan mencapai tujuan jangka panjang (Pratama & Siswantini, 2023). Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan utama, karena mencerminkan kesejahteraan pemegang saham dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya (Sulbahri, 2021). Nilai perusahaan memainkan peran penting sebagai indikator keberhasilan, dasar untuk keputusan investasi, dan tolok ukur kinerja manajemen, sehingga memperkuat posisi pasar dan daya saing perusahaan, serta memastikan keberlanjutannya (Ningrum, 2022). Nilai perusahaan yang tinggi juga menunjukkan keyakinan pasar terhadap hasil yang dicapai saat ini dan kemungkinan pertumbuhan di masa mendatang (Wardhani & Kawedar, 2021).

Nilai sebuah perusahaan terlihat dari harga sahamnya, yang ditentukan oleh banyaknya orang yang ingin membeli dan menjual saham tersebut di pasar modal, sehingga mencerminkan pendapat investor tentang kemampuan perusahaan dalam mencapai hasil yang baik. Semakin naik harga saham, semakin besar nilai perusahaan tersebut (Ningrum, 2022). Menurut Ningrum (2022) nilai perusahaan yang baik menunjukkan bagaimana pasar menilai performa dan masa depan perusahaan tersebut, termasuk kondisi keuangan yang kuat, kemampuan untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan, serta potensi pertumbuhan yang baik di masa depan. Nilai perusahaan yang besar juga mencerminkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dengan baik, memenuhi kewajiban keuangan secara tepat waktu, serta mampu memberikan keuntungan kepada para pemegang saham.

Tren nilai perusahaan ini terlihat dari kinerja harga saham perusahaan-perusahaan di sektor *basic materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dari tahun 2021 sampai 2023, harga saham di sektor ini mengalami perubahan yang

terutama ditandai dengan penurunan. Selama periode 2021-2022, harga saham 60 perusahaan (64,51% dari 93 perusahaan) mengalami penurunan, sementara harga saham 28 perusahaan (30,10% dari 93 perusahaan) naik dan 5 perusahaan (5,37% dari 93 perusahaan) perusahaan tidak berubah. Selanjutnya, pada periode 2022-2023, harga saham 58 perusahaan (62,36% dari 93 perusahaan) kembali turun, sedangkan harga saham 25 perusahaan (26,88% dari 93 perusahaan) meningkat dan 10 perusahaan (10,75% dari 93 perusahaan) tetap stabil. Data ini menunjukkan bahwa harga saham kebanyakan perusahaan di sektor *basic materials* mengalami penurunan dalam dua periode berturut-turut, yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor tersebut sedang mengalami penurunan (Setiawan dkk., 2025).

Fenomena ini juga terlihat jelas pada kinerja perusahaan-perusahaan tertentu dalam sektor *basic materials*. Harga saham PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) turun dari Rp2.260 pada tahun 2021 menjadi Rp1.525 pada tahun 2024. PT Avia Avian Tbk (AVIA) juga mencatat penurunan, yakni dari Rp930 menjadi Rp410. Sementara itu, harga saham PT Berkah Beton Sadaya Tbk (BEBS) turun drastis, dari Rp5.300 menjadi hanya Rp5. Penurunan harga saham juga berdampak pada PT Ekadharma International Tbk (EKAD), PT Sinergi Inti Plastindo Tbk (ESIP), PT Gunung Raja Paksi Tbk (GGRP), dan PT Ifishdeco Tbk (IFSH). Seluruh perusahaan ini mengalami fase koreksi harga yang berlangsung selama kurang lebih tiga tahun. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan harga saham tidak terbatas pada beberapa perusahaan saja, melainkan berdampak luas terhadap berbagai perusahaan yang beroperasi di sektor *basic materials*. Ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan mengalami penurunan dan investor mulai kehilangan kepercayaan terhadap kemungkinan masa depan perusahaan-perusahaan tertentu di sektor tersebut (Wulandari & Dewi, 2025).

Namun, di era globalisasi ini, nilai suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh hasil keuangan dan responsivitasnya terhadap pasar, tetapi juga oleh kemampuannya untuk mengatasi kebutuhan lingkungan dan sosial. Kekhawatiran tentang perubahan iklim, krisis lingkungan, dan tekanan dari konsumen dan investor mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab (Nurjannah dkk., 2025). Aktivitas manusia seperti pembakaran bahan bakar fosil dan

penggundulan hutan telah terbukti menyebabkan peningkatan suhu dan perubahan iklim (Marrung & Ferdiansah, 2025). Hal ini, pada gilirannya, meningkatkan kesadaran pemangku kepentingan, mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan (Cahyaningtyas dkk., 2022). Oleh karena itu, perusahaan kini tidak hanya memperhatikan keuntungan semata, tetapi juga bertujuan untuk berkontribusi pada perlindungan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sebagai strategi untuk menjaga keberlanjutan perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan (Pratama & Serly, 2024).

Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki potensi signifikan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, sebagaimana tercermin dalam meningkatnya jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI (Purwaningrum & Haryati, 2022). Namun, Indonesia juga menghadapi tantangan serius berupa emisi karbon yang terus meningkat setiap tahunnya, bahkan masuk dalam sepuluh negara terbesar penghasil emisi di dunia menurut laporan *Global Carbon Project* (Wong dkk., 2021). Pada tahun 2021, total emisi gas rumah kaca (GRK) global mencapai 34.175,3 juta ton setara CO₂, meningkat sebesar 1.753,7 juta ton setara CO₂ selama periode 10 tahun dari 2012 hingga 2021. Di Indonesia, total emisi GRK pada tahun 2021 mencapai 568,3 juta ton setara CO₂, yang menunjukkan peningkatan sebesar 98,2 juta ton setara CO₂ dibandingkan tahun 2012 (Fahmi dkk., 2025). Situasi ini menyoroti perlunya perusahaan untuk mengurangi jejak karbon mereka dan mengungkapkan emisi mereka secara transparan dan bertanggung jawab (Wong dkk., 2021). Menempatkan emisi karbon dalam *sustainability report* atau laporan keuangan tahunan tidak hanya menunjukkan komitmen perusahaan terhadap lingkungan tetapi juga memberi kesan positif kepada para investor, yang mencerminkan bahwa perusahaan siap mengelola risiko lingkungan dan mewujudkan pertumbuhan yang berkelanjutan (Ramadhani, 2023). Selanjutnya, penurunan emisi karbon menunjukkan adanya sistem pengaturan yang baik dan proses yang jelas serta terbuka di seluruh tahapan. Transparansi ini menunjukkan komitmen perusahaan yang kuat terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, memperkuat citra perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Agustia & Haryati, 2023).

Sejalan dengan pentingnya pengungkapan emisi karbon, investasi hijau juga berpotensi menjadi pendorong signifikan penciptaan nilai perusahaan (Nurmalasari &

Kania, 2024). Investasi hijau melibatkan pembiayaan inisiatif ramah lingkungan yang bertujuan untuk mencegah kerusakan ekosistem dan meminimalkan dampak negatif dari aktivitas perusahaan (Dani & Harto, 2022). Dukungan untuk investasi hijau diperkuat oleh Undang-Undang Investasi No. 25 Tahun 2007, khususnya Pasal 3, ayat (1), yang menekankan pentingnya prinsip tanggung jawab lingkungan dalam semua kegiatan investasi (Gunawan & Andhaniwati, 2024). Partisipasi perusahaan dalam investasi hijau dianggap sebagai strategi penting untuk membangun reputasi yang kuat (Wijayanti, 2024). Melalui investasi tersebut, perusahaan dapat menunjukkan komitmen konkret untuk mengurangi dampak lingkungan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing, memperbaiki citra mereka, dan menambah nilai bagi perusahaan secara keseluruhan (Nurmalasari & Kania, 2024).

Selain itu, inovasi hijau memainkan peran penting dalam menciptakan nilai perusahaan dan dianggap sebagai sumber daya strategis yang mendukung keberlanjutan (Nurjannah dkk., 2025). Konsep ini semakin populer karena dipandang mampu mengatasi tantangan degradasi lingkungan dan pemanasan global yang mengancam penduduk (Cahyaningtyas dkk., 2022). Melalui inovasi hijau, perusahaan dapat mengembangkan berbagai solusi yang membantu mengurangi jejak lingkungan dan meningkatkan efisiensi operasional, baik melalui penggunaan energi terbarukan, teknologi hemat energi, desain produk ramah lingkungan, atau proses produksi yang lebih berkelanjutan (Marrung & Ferdiansah, 2025). Saat melakukan inovasi hijau, setiap peningkatan yang dilakukan harus membantu mengurangi risiko bagi lingkungan, mengurangi polusi, dan meminimalkan dampak negatif dari penggunaan sumber daya. Jika digunakan, inovasi hijau bisa membantu perusahaan meningkatkan dan menjaga nilai perusahaan (Meilani & Sukmawati, 2023).

Terakhir, *Good Corporate Governance* (GCG) adalah faktor lain yang bisa meningkatkan nilai perusahaan. GCG adalah sekumpulan prinsip dasar yang mengatur cara kerja dan sistem manajemen perusahaan, dengan tujuan meningkatkan keberhasilan serta akuntabilitas perusahaan. Dengan demikian, GCG membantu menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi perusahaan, sekaligus memastikan perusahaan memenuhi aturan hukum dan standar etika yang berlaku (Yanti dkk., 2023).

Menerapkan GCG sesuai dengan aturan akan berdampak positif pada persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, karena investor percaya bahwa tata kelola yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan memperkuat nilai perusahaan (Purwaningrum & Haryati, 2022). Oleh karena itu, pengelolaan perusahaan yang baik sangat penting agar praktik keberlanjutan dapat diterapkan secara konsisten dan bertanggung jawab, diikutsertakan dalam rencana strategi perusahaan, dan memberikan manfaat lebih besar bagi perusahaan (Blesia dkk., 2023).

Beberapa penelitian sudah mempelajari pengaruh pengungkapan karbon, investasi hijau, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan, tetapi temuan mereka hasilnya beragam. Penelitian yang dilakukan Zaikin dkk (2024), dan Damas dkk (2021) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara pengungkapan emisi karbon dengan nilai perusahaan. Artinya, semakin banyak data yang diberikan perusahaan mengenai emisi karbon mereka, semakin baik penilaian atasnya. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah dkk (2025), Fanda (2024), dan Apriandi & Lastanti (2023) menyimpulkan bahwa pengungkapan emisi karbon tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Mengenai dampak investasi hijau terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Mentari & Dewi (2023), dan Astuti dkk (2025) menunjukkan bahwa investasi hijau mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang melakukan investasi hijau mendapatkan penilaian positif dari masyarakat, sehingga menarik perhatian investor yang tertarik pada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat, yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Marrung & Ferdiansah (2025), Agatha & Aryati (2024), dan Triyani (2023) menunjukkan hasil bahwa investasi hijau tidak memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Damas dkk (2021), dan Zaikin dkk (2024) menunjukkan bahwa inovasi hijau berdampak terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan wajib menerapkan dan menggunakan inovasi hijau dalam menjalankan operasinya, karena hal tersebut bisa memberi manfaat yang baik bagi perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Inovasi hijau membantu perusahaan mengubah limbah yang

dihasilkan menjadi barang yang bisa meningkatkan nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah dkk (2025), Wijayanti (2024), dan Samhadi dkk (2024) memberikan hasil bahwa inovasi hijau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Suharto dkk (2022), Sari dkk (2024), Utari & Khomsiyah (2024), dan Cahyani dkk (2024) menunjukkan bahwa GCG berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penerapan GCG secara lebih baik berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan. Penerapan GCG yang baik membuat perusahaan lebih berkembang, dan membuat investor senang yang terlihat dari naiknya harga saham, yang akhirnya membuat nilai perusahaan menjadi lebih besar. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Aswangga & Widoretno (2025), dan Sari & Gantino (2023) memberikan hasil bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan temuan dari penelitian sebelumnya menunjukkan inkonsistensi, yang memotivasi penulis untuk meninjau kembali topik nilai perusahaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurjannah dkk (2025). Perbedaannya adalah dengan menggunakan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi, untuk melihat seberapa besar GCG memperkuat atau melemahkan hubungan antara pengungkapan karbon, investasi hijau, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan. Subjek penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan di sektor *basic materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2022-2024. Sektor ini dipilih karena menghasilkan bahan baku yang vital untuk berbagai bidang lainnya, seperti manufaktur, pembangunan, dan infrastruktur. Selain berperan penting dalam perekonomian, industri ini juga dipilih karena proses produksinya membutuhkan banyak energi, sehingga bisa menyebabkan risiko terhadap lingkungan yang cukup besar. Ini membuat nilai perusahaan di sektor bahan baku lebih rentan terhadap isu lingkungan, artinya cara perusahaan mengungkapkan emisi karbon, melakukan investasi hijau, dan mengembangkan inovasi hijau bisa mempengaruhi hasil kerja perusahaan serta cara investor memandang nilai perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan yang sudah disebutkan di atas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pengungkapan Emisi Karbon, Investasi Hijau, dan Inovasi Hijau Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Moderasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, maka dinyatakan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah investasi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah inovasi hijau berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah GCG memoderasi hubungan antara pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan?
6. Apakah GCG memoderasi hubungan antara investasi hijau dan nilai perusahaan?
7. Apakah GCG memoderasi hubungan antara inovasi hijau dan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh investasi hijau terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh inovasi hijau terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis peran GCG dalam memoderasi pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menganalisis peran GCG dalam memoderasi pengaruh investasi hijau terhadap nilai perusahaan.

7. Untuk menganalisis peran GCG dalam memoderasi pengaruh inovasi hijau terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat yang diharapkan berguna dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan tambahan informasi pada bidang akuntansi dan keuangan dengan menunjukkan bukti nyata bagaimana pengungkapan karbon, investasi hijau, dan inovasi hijau memengaruhi nilai perusahaan, serta mengungkap peran GCG sebagai faktor yang memperkuat atau melemahkan pengaruh tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk penelitian lanjutan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menerapkan praktik keberlanjutan dan memperkuat pengelolaan GCG. Temuan ini juga bisa digunakan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa agar memahami hubungan antara keberlanjutan, tata kelola perusahaan, dan nilai perusahaan.

1.5 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Untuk memberikan kejelasan dan panduan yang lebih tepat dalam menjawab pertanyaan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup masalah sebagai berikut:

1. Populasi Penelitian

Penelitian ini terbatas pada perusahaan sektor *basic materials* yang terdaftar di BEI dengan pengamatan penelitian selama periode 2022-2024.

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini hanya membahas variabel-variabel yang dianggap memengaruhi nilai perusahaan, yaitu pengungkapan emisi karbon, investasi hijau, inovasi hijau, serta GCG yang berfungsi sebagai faktor moderasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini disusun untuk membantu pembaca lebih memahami topik penelitian. Struktur penelitian disajikan di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara umum tentang penelitian yang dilakukan dan menjabarkan pertanyaan utama yang dibahas dalam penelitian tersebut. Pembahasan pada bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan serta cakupan penelitian, serta cara penyusunan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas dasar teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori sinyal dan teori legitimasi. Bab ini juga melihat kembali penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran konseptual, variabel-variabel yang diteliti, serta hipotesis yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan cara penelitian yang digunakan, seperti jenis penelitian yang dilakukan, kelompok yang diteliti, metode mengumpulkan data, serta penjelasan tentang variabel-variabel seperti nilai perusahaan, pengungkapan emisi karbon, investasi hijau, dan inovasi hijau, beserta cara mengukurnya. Bab ini juga menjelaskan cara menganalisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menampilkan hasil penelitian yang didasarkan pada teknik pengolahan data yang sudah ditentukan. Hasil uji hipotesis yang melibatkan variabel independen, dependen, dan moderasi juga dibahas.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, masalah-masalah yang dialami selama proses penelitian, serta saran-saran yang bisa membantu penelitian di masa depan.