

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Sejalan dengan semakin banyaknya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini, membuat setiap perusahaan menetapkan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tetap tercapai. Salah satu tujuan tersebut adalah untuk memaksimumkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan (Sartono, 2014) Hal tersebut membuat kesan bahwa nilai perusahaan menjadi penting untuk kepentingan meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan bisnis yang sangat ketat untuk menarik minat investor agar mau menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. Pada tahun 2020, sektor barang konsumen primer memiliki presentase indeks harga saham negative, yaitu sebesar -11,90% (Bunayah & Hariani, 2023). Pada tahun 2021, presentase indeks harga saham sektor barang konsumen primer juga menunjukkan angka negative yaitu sebesar -16,00% (Bunayah & Hariani, 2023). Pada akhir tahun 2022, PT Damai Sejahtera Abadi Tbk (UFOE) mencatat penurunan saham sebesar -84,98% ytd dari yang sebelumnya Rp 1.625 per saham menjadi Rp 244 per saham (Winarni, 2022). Selain itu, PT Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) juga mengalami penurunan harga saham hingga -80,71% menjadi Rp 54 per saham dari yang sebelumnya Rp 280 per saham (Winarni, 2022). Hal ini dikarenakan saham-saham pada sektor konsumen primer memiliki sifat yang defensif atau dengan kata lain tidak memiliki banya faktor yang mampu untuk memengaruhi pergerakan harga saham. Selain itu, daya beli masyarakat yang kurang kuat juga menjadi salah satu faktor menurunnya harga saham sektor tersebut (Kenia & Tendi, 2021).

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah menjalankan operasional bisnisnya beberapa tahun sejak perusahaan didirikan hingga saat ini (V. Buana & Nuzula, 2017) Nilai perusahaan juga dapat dianggap sebagai persepsi investor terhadap perusahaan terbuka dan sering dikaitkan dengan harga

saham (Sujoko, 2007). Itu artinya persepsi para investor terhadap suatu perusahaan dapat dilihat dari pergerakan harga saham suatu perusahaan di pasar modal.

Perusahaan menjalankan operasional bisnisnya memiliki tujuan yaitu menghasilkan laba, akan tetapi dalam mencapai tujuannya tersebut sering kali tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan atas proses bisnisnya. Untuk mencegah dampak yang ditimbulkan dari proses bisnis perusahaan, pemerintah mengeluarkan kebijakan melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur tentang konsep tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam pasal 1 dinyatakan bahwa, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Peraturan ini juga didukung dengan POJK no 51 tahun 2017 mengenai kewajiban perusahaan public untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keberlanjutan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terjadi pergeseran tujuan perusahaan, yang bukan hanya menghasilkan laba akan tetapi juga harus memiliki kepedulian dan kontribusi bagi lingkungan dan masyarakat sekitar atas dampak yang ditimbulkan dari proses menciptakan laba dan konsep ini dirumuskan dalam konsep 3P (*profit, people dan planet*). di mana perusahaan berkeyakinan bahwa kegiatan usaha yang bertanggung jawab harus menjaga dan memperhatikan keseimbangan antara sasaran keuangan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), masyarakat atau pemangku kepentingan (*people*) dan lingkungan hidup (*planet*) (Fitriani, 2013). Dari ketiga konsep tersebut lingkungan hidup (*planet*) menjadi hal yang perlu dijadikan fokus lebih oleh perusahaan karena kerusakan lingkungan seperti pencemaran akibat limbah sisa produksi yang berasal dari aktivitas operasional perusahaan telah berdampak kepada kepentingan masyarakat sekitar hingga ke tingkat yang merugikan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengelola manajemen lingkungan dengan tepat guna memberikan reputasi yang baik sehingga menarik minat calon investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

(Yudharma et al., 2016) menyebutkan bahwa investasi yang tinggi pada tindakan pengelolaan lingkungan yang dilakukan perusahaan akan mempunyai dampak positif terhadap nilai perusahaan. Survei global yang dilakukan oleh The Economist

Intelligent Unit menunjukkan bahwa 88 persen eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan aspek lingkungan sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan. Semakin tinggi minat investor untuk berinvestasi dalam perusahaan akan berdampak baik pada nilai perusahaan.

Dalam praktiknya, biaya lingkungan masih menjadi topik permasalahan bagi sebagian perusahaan, karena perusahaan menganggap bahwa biaya lingkungan yang dikeluarkan merupakan suatu pemborosan dan dapat mengurangi laba. Padahal, penghematan biaya lingkungan dapat saja dilakukan ketika perusahaan memiliki manajemen lingkungan yang baik. (Nugraha, 2018) menyatakan penghematan biaya oleh perusahaan-perusahaan yang mengikuti PROPER di tahun 2018 memiliki total penghematan sebesar Rp925,241 triliun, naik enam belas kali lipat dibanding tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp53,076 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola dana mereka bukan hanya dari segi keuntungan ekonomis namun juga dari segi pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dan telah sesuai dengan aturan yang akan berdampak kepada naiknya nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Wulaningrum & Kusrihandayani, 2020) menemukan bahwa biaya lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsector industry *real estate* dan *property*. (Anjanie & Hasyir, 2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa *environmental cost* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Okta et al., 2022) menemukan bahwa biaya lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pelaporan akuntansi ke publik tidak hanya mencakup informasi kinerja ekonomi saja, tetapi juga kinerja lingkungannya. Maka dari itu perusahaan perlu memberikan fokus lebih pada kinerja lingkungan agar menciptakan pandangan yang baik dari sisi stakeholder sehingga citra perusahaan akan meningkat yang kemudian akan meningkatkan nilai perusahaan juga. Menurut (Albertini, 2013) kinerja lingkungan (*environmental performance*) itu sendiri merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi jejak atau dampak lingkungan yang mungkin diakibatkan oleh aktivitas operasinya.

Sebagai upaya untuk mendukung pelaksanaan tanggung jawab perusahaan di Indonesia dalam pengelolaan lingkungan, pada tahun 2002 Kementerian Lingkungan Hidup meluncurkan PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan) untuk pertama kalinya dan berlanjut hingga saat ini. PROPER ini dinilai berdasarkan kategori warna, yaitu mulai dari warna emas sebagai peringkat tertinggi atas kinerja pengelolaan lingkungan dengan indikator tertentu diikuti dengan warna hijau di urutan kedua, biru, merah dan hitam untuk menggambarkan kinerja lingkungan yang paling buruk. Dari penilaian PROPER, perusahaan akan memperoleh citra/reputasi sesuai dengan bagaimana pengelolaan lingkungan yang dilakukan perusahaan tersebut.

Dalam menciptakan suatu kinerja lingkungan yang baik, maka perusahaan perlu melakukan pengorbanan dalam bentuk biaya lingkungan. Menurut (Hanson dan Mowen 2016), biaya lingkungan (*environmental cost*) merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan karena adanya sistem pengelolaan lingkungan yang buruk akibat dari proses produksi perusahaan. Dengan demikian, biaya lingkungan dikaitkan dengan penciptaan, deteksi, remediasi dan pencegahan degradasi lingkungan. (Dewata dkk. 2018) juga menyebutkan bahwa biaya lingkungan mencakup biaya yang berhubungan dengan pengurangan proses produksi yang berdampak pada lingkungan (*internal*) dan biaya yang berhubungan dengan perbaikan kerusakan akibat limbah yang ditimbulkan (*eksternal*). Dalam penelitiannya (Auliya & Margasari, 2018) menemukan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian dalam penelitiannya, (Ulfamawaddah et al., 2023) mengungkapkan bahwa *environmental performance* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Septiani et al., 2019) menemukan bahwa *environmental performance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

(Arfan 2007) menyatakan bahwa laporan keuangan menjadi hal penting untuk memberikan gambaran mengenai keadaan suatu perusahaan. Agar hal tersebut dapat dicapai diperlukan suatu pengungkapan (*disclosure*) yang jelas mengenai data akuntansi dan informasi lain yang relevan. Apabila dikaitkan dengan data, pengungkapan berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang

memerlukan. Jadi data tersebut harus benar-benar bermanfaat, karena apabila tidak bermanfaat, tujuan dari pengungkapan tersebut tidak akan tercapai. (Nuzula (2017) menyatakan bahwa semakin luas pengungkapan lingkungan (*environmental disclosure*) di dalam laporan yang dibuat perusahaan, maka semakin banyak informasi yang diterima oleh para stakeholder maupun calon investor yang nantinya akan digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk keputusan investasi dan secara tidak langsung meningkatkan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan. (Setiadi & Agustina 2020) menemukan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian dalam penelitian (Cahya Utami, 2019) menemukan bahwa pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Christy & Sofie, 2023) menemukan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perusahaan sektor Konsumen Primer dan telah mengikuti program PROPER sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih objek tersebut karena pada praktiknya, kegiatan operasional perusahaan-perusahaan yang ada di sektor tersebut memiliki dampak langsung terhadap lingkungan. Hal ini tidak memungkinkan akan memiliki pengaruh terhadap pencemaran lingkungan yang dapat merugikan masyarakat sekitar mengingat perusahaan-perusahaan di sektor ini banyak menghasilkan limbah cair dan limbah padat tertentu. Perusahaan yang baik adalah Perusahaan yang tidak memberikan dampak buruk terhadap lingkungan sekitar. Jika Perusahaan memberikan efek positif terhadap lingkungan, maka perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan dan dapat menambah nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh (Handayani, 2023) yang berjudul "*Impact of Environmental Cost, Environmental Performance and Environmental Disclosure on Company Value in basic materials sector companies listed on the Indonesia stock exchange for period 2017-2019*" Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sektor konsumen primer yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2023, hal ini dikarenakan sektor tersebut

memiliki permasalahan dalam nilai perusahaan diakibatkan daya beli masyarakat yang kurang kuat. Selain itu, perubahan pengukuran pada nilai perusahaan menjadi yang lebih baru diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih optimal dibandingkan penelitian terdahulu.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian di atas maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh *Environmental Performance*, *Enviromental Cost*, *Environmental Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan dalam alasan pemilihan judul, maka masalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Enviromental Cost* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Enviromental Performance* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?
3. Apakah *Enviromental Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?

1.3 RUANG LINGKUP ATAU PEMBATAAN MASALAH

Pembatasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2023.
2. Laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan tahun 2020-2023.
3. Penelitian ini dibatasi pada variabel – variabel yang dianggap dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu *environmental cost*, *environmental performance*, *environmental disclosure*.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui *Enviromental Cost* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui *Enviromental Performance* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui *Enviromental Disclosure* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1.4.2.1 Manfaat di bidang akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan dan diharapkan mampu mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada dalam penelitian ini.

1.4.2.2 Manfaat di bidang non akademik

Studi ini berpotensi menjadi sumber wawasan fundamental dan sarana edukasi bagi khalayak untuk memahami sejauh mana elemen-elemen yang diposisikan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini memengaruhi nilai perusahaan. Hasil temuan ini, diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengguna informasi keuangan, baik dalam konteks pengambilan keputusan investasi maupun perumusan kebijakan perusahaan, guna merancang inisiatif-inisiatif yang lebih efektif di masa mendatang