

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perubahan iklim saat ini sedang menjadi topik hangat di seluruh dunia. Efek dari fenomena ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan manusia dan makhluk hidup lainnya untuk bertahan hidup. Kebijakan dari pemerintah dan organisasi internasional lainnya tidak dapat menghentikan perubahan iklim ini [1]. Produksi energi, pembuatan komoditas, penggundulan hutan, transportasi, produksi makanan, pasokan energi untuk bangunan, dan konsumsi yang berlebihan merupakan faktor yang berkontribusi terhadap perubahan iklim [2]. Sedangkan kegiatan operasional organisasi merupakan salah satu aspek yang berkontribusi. Perusahaan berada di bawah tekanan konstan untuk meningkatkan produktivitas agar dapat bertahan dalam bisnis dan memenuhi target keuangan, seperti menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya [3]. Akibatnya, mereka mungkin lalai dalam mempertimbangkan dampak lingkungan dari tindakan mereka [4]. Untuk memahami dampak perubahan iklim terhadap operasional perusahaan dan bagaimana perusahaan merespons tantangan ini, penting untuk meninjau beberapa konsep penting yang berperan dalam keberlanjutan bisnis. Di antara konsep-konsep ini adalah *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Kinerja Keuangan, dan Nilai Perusahaan. Penjelasan mengenai konsep-konsep ini akan memberikan gambaran lebih dalam tentang bagaimana perusahaan dapat menyeimbangkan kepentingan finansial dengan tanggung jawab lingkungan dan sosial mereka.

Green Accounting atau akuntansi lingkungan adalah pendekatan akuntansi yang memperhitungkan biaya dan manfaat yang terkait dengan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis. Metode ini tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi tetapi juga mempertimbangkan dampak terhadap sumber daya alam dan lingkungan. *Green Accounting* membantu perusahaan dalam menilai efisiensi penggunaan sumber daya alam, memantau pengeluaran terkait lingkungan, dan mengukur sejauh mana aktivitas mereka memengaruhi lingkungan. Dengan demikian, *Green Accounting* menjadi alat penting untuk meningkatkan transparansi perusahaan dalam hal keberlanjutan lingkungan dan tanggung jawab sosial.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan bertanggung jawab tidak hanya terhadap pemegang saham tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi. CSR mencakup berbagai kegiatan yang dirancang untuk memberi manfaat kepada masyarakat, lingkungan, dan ekonomi secara keseluruhan. Perusahaan yang mengimplementasikan CSR biasanya terlibat dalam program-program yang mendukung keberlanjutan, seperti mengurangi jejak karbon, mendukung inisiatif sosial, dan memperhatikan kesejahteraan karyawan serta masyarakat sekitar. Melalui CSR, perusahaan menandakan komitmen mereka terhadap praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan, yang dapat memperkuat reputasi dan loyalitas pelanggan.

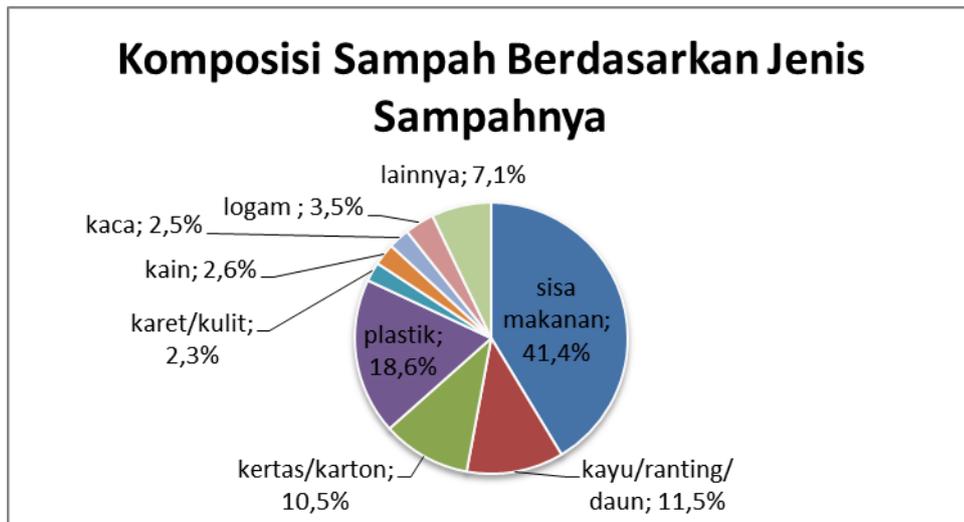
Kinerja keuangan adalah indikator yang digunakan untuk menilai kesehatan dan efisiensi keuangan suatu perusahaan. Indikator ini mencakup berbagai metrik seperti laba bersih, *Return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), *Current Ratio* (CR), dan margin keuntungan. Kinerja keuangan yang baik

mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, mengelola aset secara efisien, dan memberikan pengembalian yang memadai kepada pemegang saham. Selain itu, kinerja keuangan yang kuat juga menjadi indikator utama bagi investor dalam menilai potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan mengacu pada persepsi pasar terhadap nilai total dari sebuah perusahaan, yang sering diukur dari harga saham atau nilai pasar perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan ekspektasi investor mengenai prospek masa depan perusahaan, termasuk kemampuan untuk menghasilkan keuntungan, mengelola risiko, dan mempertahankan pertumbuhan jangka panjang. Faktor-faktor seperti kinerja keuangan, praktik manajemen, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan kepercayaan pasar yang kuat terhadap masa depan perusahaan dan sering kali berkorelasi dengan pencapaian target strategis perusahaan.

Karena ketidakpedulian perusahaan terhadap lingkungan, sejumlah masalah lingkungan muncul, termasuk limbah dari kegiatan operasional, pengemasan produk, dan kontaminasi dari limbah air. Perusahaan sering kali mengabaikan dampak lingkungan mereka meskipun banyak yang telah mengadopsi kebijakan lingkungan dan sosial atau memperhatikannya. Contoh-contoh kontaminasi lingkungan perusahaan menandakan betapa banyak perusahaan yang tidak memahami betapa pentingnya perlindungan lingkungan. Salah satu contoh kasus yang belum diketahui penyelesaiannya adalah semburan lumpur panas Sidoarjo tahun 2006 [1]. Selain itu, sejumlah besar sampah kemasan

produk baru-baru ini berakhir di sungai dan lautan. Masalah sampah kemasan produk dan kemasan saset masih belum terselesaikan. Pemerintah dapat melarang penggunaan kemasan plastik sekaligus meningkatkan ruang daur ulang untuk membatasi sampah plastik. 18% dari 69,2 juta ton sampah yang dihasilkan di Indonesia pada tahun 2022-menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) adalah sampah plastik [5].



Gambar 1. 1 Grafik Komposisi Sampah Dari Jenis Sampahnya
Sumber : data sipsn.menlhk.go.id



Gambar 1. 2 Grafik Timbulan Sampah Tahunan
Sumber : data sipsn.menlhk.go.id

Menurut data, sampah makanan dan plastik merupakan mayoritas dari produksi sampah di Indonesia. Kerusakan lingkungan akibat sampah bukan hanya kesalahan pemerintah dan masyarakat, tetapi juga produsen dan pelaku usaha. Penanganan sampah plastik harus menjadi perhatian utama bagi para produsen. Idealnya, perusahaan yang memproduksi makanan, minuman, kosmetik, dan hal-hal lain yang menghasilkan sampah plastik harus tunduk pada peraturan yang ketat. KLHK telah mengeluarkan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. 75 tahun 2019, yang menguraikan peta jalan bagi produsen untuk mengurangi sampah. Produsen di sektor makanan dan minuman serta ritel diwajibkan oleh hukum untuk meminimalkan jumlah sampah yang dihasilkan oleh barang, wadah, dan kemasan mereka. Produsen di sektor makanan dan minuman dan ritel diwajibkan oleh hukum untuk meminimalkan sampah yang dihasilkan oleh barang, kemasan, dan wadah mereka yang terdiri dari kertas, plastik, logam, dan kaca [5].

Oleh karena itu, bisnis memiliki peran penting dalam mengurangi limbah. Bisnis saat ini harus melayani kepentingan semua orang, termasuk masyarakat, lingkungan, karyawan, dan pelanggan, selain pemilik dan manajemen mereka [1]. Pemerintah memberlakukan undang-undang dengan mencari berbagai strategi untuk mengurangi polusi yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi terhadap lingkungan. Laporan keuangan perseroan terbatas harus memuat informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, sesuai dengan Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007. Hal ini mengimplikasikan bahwa semua pemangku kepentingan yang relevan, termasuk pemerintah, masyarakat, investor, dan pihak-pihak lain, harus diberi informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan [6]. Masa depan

perusahaan, serta kehidupan manusia dan hewan lainnya, dapat dipengaruhi oleh penyebaran informasi lingkungan yang efektif [1].

Kemudian, ilmu akuntansi memainkan peran penting dalam mengungkapkan informasi tentang tantangan lingkungan, seperti biaya lingkungan yang dialami perusahaan sebagai akibat dari penggunaan akuntansi hijau. Catatan item, tindakan, dan peristiwa yang terjadi di masyarakat dan berhubungan dengan sumber daya seperti tanah, air, dan karbon dikenal sebagai “akuntansi hijau” atau *Green Accounting* [7]. Menerapkan *Green Accounting*, sebuah teknik akuntansi yang memasukkan biaya lingkungan dalam pengeluaran perusahaan, merupakan salah satu tugas lingkungan perusahaan [6]. *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang biasa disebut sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta *Green Accounting* dapat membantu perusahaan dalam mengatasi tantangan lingkungan dan masyarakat. Perusahaan dapat membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat dan lingkungan karena perusahaan tidak dapat dipisahkan dari kedua bidang tersebut [8]. Perusahaan bertujuan untuk mengurangi atau mencegah kerusakan lingkungan di masa depan dan meningkatkan daya saing mereka dengan menggunakan barang-barang yang ramah lingkungan melalui penggunaan akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan [9].

Implementasi keduanya akan meningkatkan profitabilitas bisnis. Reputasi perusahaan akan meningkat di mata masyarakat jika memberikan manfaat sosial yang signifikan. Orang akan membeli lebih banyak hal ketika mereka memiliki persepsi positif, yang akan meningkatkan penjualan dan mempengaruhi profitabilitas bisnis [9]. Profitabilitas perusahaan mengungkapkan seberapa sukses

ia mengubah keuntungan. Investor akan memilih untuk berinvestasi jika profitabilitas perusahaan meningkat karena, untuk sebagian besar, mereka semua ingin mendapatkan hasil maksimal dari uang mereka. Dengan kata lain, kinerja keuangan perusahaan akan naik bersamaan dengan profitabilitasnya. Reputasi organisasi akan meningkat dengan peningkatan kesuksesan finansial. Selain itu, reputasi positif dapat menarik lebih banyak investor ke bisnis. Peningkatan harga saham perusahaan menandakan pertumbuhan indeks untuk investor. Ini menandakan bahwa untuk mempertahankan reputasi mereka, perusahaan perlu memberikan informasi kepada pihak lain [9]. Peningkatan partisipasi investor akan meningkatkan peluang perusahaan untuk maju, yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut [10] teori legitimasi, perusahaan harus mempertahankan fungsi sosialnya dengan memenuhi kebutuhan sosial dan memberikan citra yang lebih tinggi kepada masyarakat. Menurut [11], konsep manajemen strategis yang dikenal sebagai teori *stakeholder* didasarkan pada tujuan membantu perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dan memperkuat hubungannya dengan pihak eksternal. Hal yang demikian telah diungkapkan oleh penelitian [6], [9], [12], [13], dan [14] menyatakan bahwa *Green Accounting* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian [15], [16], dan [1] yang *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi *Green Accounting* tidak berpengaruh seperti penelitian [17] dan [8]. Adapun beberapa penelitian yang

menyatakan bahwa profitabilitas dan kinerja keuangan mempengaruhi nilai perusahaan seperti [6], [9], [15], [16], dan [14].

Dari uraian itu, *research gap* pada penelitian ini yaitu pada ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu. Dimana pada beberapa penelitian menyatakan *Green Accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pada penelitian lain menyatakan *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serta pada beberapa penelitian menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan pada penelitian lain CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji kembali variabel tersebut.

Dari teori, fenomena, dan penelitian sebelumnya. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan**”, dengan studi kasus pada perusahaan manufaktur sub sektor perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Green Accounting* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui apakah *Green Accounting* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian menyatakan manfaat hasil penelitian atas tercapainya tujuan penelitian. Manfaat ini menjelaskan manfaat praktis dan manfaat teoritis.

Dari uraian diatas maka manfaatnya ialah:

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan kajian mengenai topik-topik yang dibahas dalam penelitian ini, khususnya tentang pengaruh *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang diteliti pada penelitian ini ialah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

b. Bagi Pembaca Pada Umumnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan melalui *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan, dan profitabilitas. Dengan perusahaan yang diteliti adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

c. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagian akuntansi dan pihak perusahaan dalam mengelola dan mengatur keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan melakukan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan. Serta dapat digunakan untuk mempertimbangkan dampak kegiatan operasional terhadap lingkungan dan sosial sekitar.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi mengenai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dalam penelitian ini menggunakan *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan, dan profitabilitas.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai apakah *Green Accounting*, *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan, dan profitabilitas menjadi faktor meningkatnya nilai suatu perusahaan.