

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu, laju pertumbuhan global semakin pesat, sebanding dengan persaingan global yang semakin ketat di segala aspek, terutama dalam dunia bisnis dimana yang terbaik dapat memiliki nilai tersendiri bagi publik dan konsumen, oleh sebab itu nilai suatu perusahaan menjadi berarti untuk suatu perusahaan. Nilai perusahaan adalah bukti nyata bagi para pihak pemberi modal untuk memperhitungkan adanya pengembalian melalui nilai perusahaan yang positif mencerminkan tingginya nilai saham perusahaan, dan turut meningkatkan kemakmuran pemegang saham menurut penelitian dari Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021)

Meningkatnya nilai dari sebuah Perusahaan merupakan bagian yang paling penting dalam keinginan yang diharapkan dari para anggota dan para pemegang saham karena tingginya nilai dari suatu perusahaan akan menunjukkan tinggi pula Tingkat kesejahteraan bagi para anggota dan para pemegang saham (Maharani dan Handayani 2021). Sehingga dalam hal ini ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan menyejahterakan para pemegang saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang (Dwicahyanti, R. dan Priono, H. 2021)

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya agar tidak mengalami kerugian. Perusahaan yang keuntungannya besar dapat lebih menjanjikan untuk para investor berinvestasi. Persaingan yang ketat antara para perusahaan dalam mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dapat menyebabkan eksplorasi sumber daya alam yang semakin tinggi. *Sustainability Report* dibutuhkan oleh perusahaan agar tidak hanya berfokus pada laporan keuangan saja, tetapi juga perusahaan berfokus pada laporan tata kelola perusahaan, lingkungan dan sosial. Laporan pengelolaan secara keberlanjutan yang terdapat di dalam *Sustainability Report* bermanfaat bagi para *stakeholders* untuk memahami bagaimana kinerja perusahaan secara keberlanjutan dari berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, lingkungan dan sosial termasuk aspek untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan *Sustainability Report* mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi perusahaan kepada para *stakeholders*.

Meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan jangka panjang perusahaan. Representasi kualitas perusahaan terlihat melalui kontribusi dari perusahaan, indikator ini menjadi salah satu landasan bagi pemberi modal dalam memutuskan untuk melakukan pendanaan berupa pinjaman (kreditur) maupun penanaman modal (investor). Untuk mencapai peningkatan nilai perusahaan, dibutuhkan peningkatan kualitas kinerja bisnis, melahirkan strategi-strategi yang bersifat berkelanjutan dan dapat membawa manfaat secara internal maupun eksternal, salah satunya dengan menerapkan operasional berbasis industri hijau.

Nilai perusahaan adalah bukti nyata bagi para pihak pemberi modal untuk memperhitungkan adanya pengembalian melalui nilai perusahaan yang positif mencerminkan tingginya nilai saham perusahaan, dan turut meningkatkan kemakmuran pemegang saham (Sembiring & Trisnawati, 2019). Dalam tengah fenomena pemanasan global, perusahaan wajib memasukan faktor lingkungan dalam mencapai peningkatan nilai perusahaan. Tidak hanya mengoptimalkan keuntungan, tetapi juga perlu berorientasi pada kepentingan aspek lingkungan dan sosial. Peralihan fokus menuju keseimbangan antara ekonomi, lingkungan dan sosial merupakan bagian dari program pemerintah untuk menciptakan ekonomi hijau (*green economy*), tujuannya tidak hanya pada laju pertumbuhan ekonomi, tetapi juga kualitas pertumbuhan yang memberikan manfaat dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga meningkatnya kualitas kehidupan manusia di semua lapisan masyarakat pada masa kini dan masa mendatang (Pollin, Robert. "Global Green Growth for Human Development." 2016).

Pentingnya menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan pada industri pertambangan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, banyak perusahaan pertambangan di Indonesia yang telah memulai untuk menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan. Penerapan strategi industri hijau dan pengungkapan laporan keberlanjutan menjadi semakin penting karena meningkatnya tuntutan dari para pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan masyarakat.

Perusahaan-perusahaan manufaktur perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan bisnis mereka, serta memastikan bahwa operasi

mereka berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Selain itu, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa praktik bisnis yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan, termasuk pertumbuhan pendapatan dan peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk memahami hubungan antara strategi industri hijau, pengungkapan laporan keberlanjutan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Kontribusi perusahaan manufaktur terhadap nilai tambah atau jumlah nilai jasa akhir pada tahun 2022, yakni sebesar 17,34%. Lima besar kontributor di periode ini adalah industri makanan dan minuman sebesar 6,66%, industri kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 1,96%, industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik sebesar 1,57%, industri alat angkutan 1,46%, serta industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 1,05%. Di perusahaan manufaktur menunjukkan bahwa industri perusahaan manufaktur punya peran penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Kinerja ekspor sektor manufaktur pada periode tahun 2021 tercatat sebesar USD81,06 Miliar dan mendominasi 78,80% total ekspor nasional yang mencapai USD102,87 Miliar. Terjadi surplus pada neraca ekspor-impor periode tersebut sebesar USD8,22 Miliar. Lima subsektor industri dengan nilai ekspor terbesar adalah industri makanan dan minuman (19,58%), industri logam dasar (13,78%), industri kimia, farmasi dan obat tradisional (9,28%), industri barang dari logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik (7,63%), serta industri tekstil dan pakaian jadi (5,86%) menurut

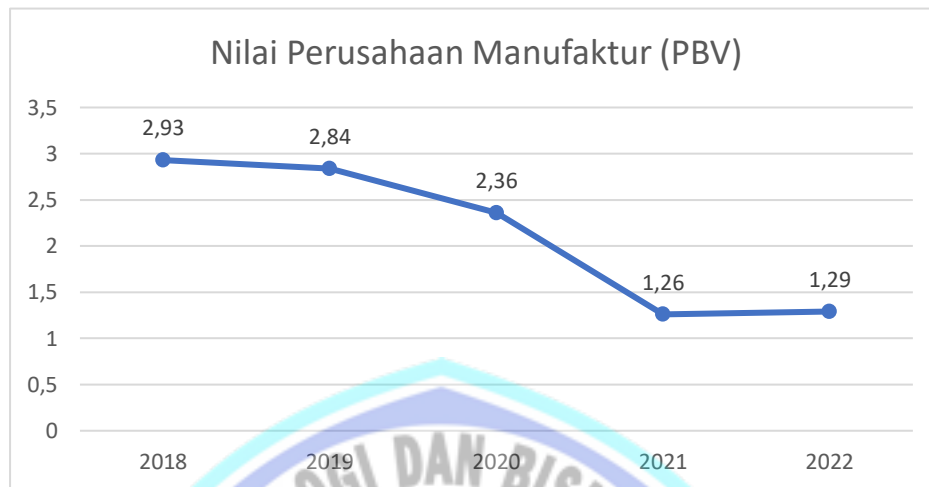
Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita di Jakarta Selatan (21/12/2023).

Dalam konteks industri manufaktur di Indonesia, penting untuk mempertimbangkan kondisi lingkungan dan sosial yang kompleks, termasuk aspek seperti keberlanjutan sumber daya alam, hak asasi manusia, dan hubungan dengan masyarakat lokal. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan manufaktur perlu memastikan bahwa strategi industri hijau mereka dan pengungkapan laporan keberlanjutan mencerminkan tantangan dan kebutuhan unik yang terkait dengan konteks Indonesia.

Tidak hanya kepentingan lingkungan dan sosial, terdapat faktor lainnya yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan adalah *sales growth*. Pertumbuhan penjualan adalah mencerminkan kualitas kinerja suatu entitas dalam berdaya saing dalam satu area industri yang sama, yang mana kestabilan peningkatan ini akan membawa prospek pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan return saham yang tinggi bagi investor (Dolontelide & Wangkar, 2019).

Dalam mengukur nilai perusahaan sebuah perusahaan tentu harus mempunyai penetapan yang jelas agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengukuran nilai perusahaan dilakukan dengan tujuan agar dapat mengetahui hasil yang telah diperoleh apakah sudah sejalan dengan sebelumnya yang telah dirancang dan direncanakan. Untuk menilai nilai sebuah perusahaan, dapat digunakan indikator seperti *financial statement analysis*, termasuk di dalamnya untuk mengukur nilai

perubahan harga saham. Untuk pengukuran tersebut digunakan rasio PBV (*Price to Book Value*).



Gambar 1.1. Grafik

Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur 2020-2022

Sumber: www.idx.co.id data diolah oleh peneliti, 2024

Dari data statistik tahunan Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang diukur oleh *price to book value* (PBV) cenderung mengalami penurunan dari tahun 2018-2022. Pada tahun 2021 rata-rata PBV perusahaan manufaktur mengalami penurunan cukup drastis sebesar 1,1% yakni rata-rata PBV menjadi 1,26% dari 2,36%. Hal tersebut diakibatkan karena aktivitas industri yang menurun, dilihat dari *Purchasing Managers Index* (PMI) manufaktur Indonesia turun hingga 6,68% dibandingkan pada sebelumnya. Hal ini terjadi karena turunnya utilitas industri hingga 50%. Menurut laporan *Purchasing Managers Index* (PMI), turunnya angka PMI manufaktur Indonesia disebabkan oleh keterlambatan permintaan dan produksi korporasi yang berdampak pada penurunan aktivitas pembelian. Penurunan permintaan disebabkan oleh kenaikan biaya yang terus berlanjut akibat inflasi. Kenaikan harga juga mendorong perusahaan industri Indonesia mengurangi persediaan produksinya. Pada saat yang

sama, persediaan pasca produksi terus menurun karena melambatnya permintaan dan lemahnya pertumbuhan produksi. Secara keseluruhan, perusahaan manufaktur diproyeksi bertahan positif pada tahun mendatang. Namun, kepercayaan bisnis investor menurun karena kekhawatiran tentang perkiraan ekonomi perusahaan. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada tahun 2018-2022 dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat mengalami kenaikan atau penurunan. Kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal dari perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan diindikasikan mempunyai banyak faktor yang dapat mempengaruhinya, diantaranya telah dilakukan penelitian sebelumnya yaitu: Strategi industri hijau (Latifah, 2017), pengungkapan laporan keberlanjutan (Bima Putranto, and Andri Prastiwi, 2015), pertumbuhan penjualan (Elisa dan Siti Nur, 2021) dan nilai perusahaan (Tanggo & Taqwa, 2020).

Strategi hijau telah lama diperkenalkan dan secara masif diterapkan di banyak industri. Namun, sebagian besar masih terbatas hanya secara formalitas dan pelaksanaannya yang terlalu normatif. Prinsip 'hijau' seringkali hanya dipahami sebagai sesuatu yang terkait dengan kelestarian lingkungan hidup. Padahal, prinsip tersebut memiliki makna yang sangat luas dan mendalam, keberlanjutan menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh strategi hijau. Dalam perkembangan selanjutnya, strategi hijau banyak ditransformasikan ke dalam satuan praktik yang lebih terfokus, seperti manajemen hijau, pemasaran hijau, rantai pasok hijau, sumber daya manusia hijau, keuangan hijau, ritel hijau, inovasi hijau, dan masih banyak lagi. Singkatnya, apapun yang hijau diyakini akan meningkatkan kemampuan bersaing, nilai perusahaan, dan ketahanan bisnis (Latifah, 2017).

Menurut (Dolontelide & Wangkar, 2020) pengungkapan laporan keberlanjutan adalah gambaran umum tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari perusahaan. *Sustainability Report* perusahaan Indonesia menunjukkan komitmen perusahaan terhadap ekonomi global yang berkelanjutan dan dapat membantu perusahaan mengukur, memahami, dan mengkomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola mereka, kemudian menetapkan tujuan, dan mengelola perubahan secara lebih efektif. *Sustainability Report* Perusahaan Indonesia dan peningkatan *sustainability report* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi komponen penting dari *Integrated Reporting*, yang menggabungkan parameter keuangan dan non-keuangan. Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan dan *triple bottom line* adalah istilah umum untuk pelaporan keberlanjutan. Perusahaan di Indonesia mengomunikasikan kinerja dan dampaknya pada berbagai topik keberlanjutan, termasuk parameter, melalui laporan keberlanjutan mereka. *Sustainability report* dapat mewujudkan nilai perusahaan, di mana perusahaan yang memberikan penjelasan secara transparan tentang pelaporan keberlanjutan akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan nantinya pemangku kepentingan akan berinvestasi di perusahaan. Jika sebuah perusahaan memiliki informasi keberlanjutan yang tidak lengkap dapat menyebabkan asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham atas kegiatan keberlanjutan. Dengan hal itu, perusahaan seharusnya melaporkan *sustainability report* secara konsisten pada setiap tahunnya agar pemangku kepentingan memiliki informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan.

Strategi industri hijau, pengungkapan laporan keberlanjutan dan pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang langsung memengaruhi nilai perusahaan karena kontras persepsi manajerial terhadap pertumbuhan perusahaan dan di masa yang akan datang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dari beberapa faktor faktor diatas dapat mempengaruhi perbedaan hasil dari penelitian. Dari beberapa hasil penelitian masih terdapat ketidakkonsistenan atau ketidakselarasan antara hasil penelitian mereka dengan penelitian terdahulu dalam meneliti bagaimana strategi industri hijau, pengungkapan pelaporan keberlanjutan dan pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu berdasarkan konflik atau fenomena pada latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul yaitu **“Strategi Industri Hijau, Pengungkapan Pelaporan Keberlanjutan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Tahun 2020-2022 “**.

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini membatasi pada permasalahan strategi industri hijau, pengungkapan pelaporan berkelanjutan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur tahun 2020-2022 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Strategi industri hijau berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
2. Apakah Pengungkapan Laporan Berkelanjutan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
3. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2020-2022.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun Penelitian ini Bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Industri Hijau Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengungkapan Laporan Berkelanjutan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, antara lain:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai Strategi Industri Hijau, Pengungkapan Laporan Berkelanjutan dan Pertumbuhan Penjualan

Terhadap Nilai Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Eek Indonesia tahun 2020-2022

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor dapat menjadi bahan pertimbangan di dalam mengambil suatu keputusan investasi saham perusahaan agar dapat memperoleh *return* secara optimal dengan melihat faktor yang mempengaruhi nilai Perusahaan
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai salah satu dasar dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan dalam bidang keuangan terutama dalam rangka memaksimalkan dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat di pengaruhi oleh beberapa factor diantaranya adalah *green industry*, pengungkapan pelaporan berkelanjutan dan *sales growth* atau pertumbuhan penjualannya.

