

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak 2015, deforestasi hutan di Indonesia meningkat sebesar 79% yang ditandai dengan maraknya kebakaran yang terjadi pada lahan gambut. Hal ini menyebabkan total emisi gas rumah kaca tahunan di Indonesia naik pada angka 2,4 miliar ton, menurut data yang dikumpulkan oleh Potsdam Institute for Climate Impact Research (Dunne, 2019). Oleh karena itu, Indonesia lewat dokumen *Nationally Determined Contribution* (NDC) telah menetapkan targetnya dalam mengurangi emisi gas rumah kaca pada tahun 2030, sebesar 29% dengan upaya sendiri dan hingga 41% dengan dukungan internasional melalui peningkatan kapasitas seperti transfer teknologi dari negara maju lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Hal ini disampaikan lewat *Paris Agreement* yang diselenggarakan oleh Lembaga UNFCCC pada 2016, dengan agenda tujuan jangka panjang menjaga suhu rata-rata global di bawah 2°C dan pembatasan kenaikan suhu hingga maksimal 1,5°C (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Tidak hanya itu, agenda yang lebih ambisius ditunjukkan Indonesia dengan keikutsertaannya dalam 26th *UN Climate Change Conference of the Parties* atau COP 26 yang dilangsungkan di UK pada 2021. COP 26 juga yang menjadi agenda lanjutan dari NDC di *Paris Agreement* dengan fokus pada target awal dan memperluas agenda menjadi perencanaan pengurangan karbon emisi dalam faktor-faktor produksi di skala industri sebanyak 45% pada 2030, dan menjadi sepenuhnya *Net Zero Emission* pada 2050 (United Nation, 2022).

Namun, dalam realisasinya agenda yang telah ditetapkan pada COP 26 belum dapat terlaksana sebagaimana targetnya. Hal ini dikarenakan pada tahun 2022 awal terdapat kenaikan suhu rata-rata global sekitar 0,13 °C dan menjadikannya tercatat sebagai suhu terhangat selama tahun 2015-2022 (G20, 2022). Oleh karena itu, untuk mengatasi hal

ini disusun agenda lanjutan pada G20 Bali *Leaders Declaration* di Indonesia yang digelar November tahun 2022. Strategi ini merumuskan bahwa, setiap negara yang terlibat dalam program *Net Zero Emission* pada *Paris Agreement*, dan juga dituangkan dalam poin ke-13 *Sustainable Development Goals* (SDGs) yaitu *Climate Action* berkomitmen akan memberikan bantuan dana lewat *Green Climate Fund* sebesar \$100 miliar dolar dan mempertahankan batas kenaikan suhu maksimal 1,5°C (UN *Sustainable Development Goals*, 2022). Hal ini dilakukan sebagai mitigasi untuk menunjang agenda pencegahan dampak perubahan iklim dan mengadaptasi skenario bisnis yang lebih ramah lingkungan.

Seiring pesatnya perkembangan perekonomian global, model bisnis yang hanya mengharapkan profit sebanyak-banyaknya tidaklah lagi relevan. Hal ini dikarenakan fenomena pemanasan global yang menyebabkan perubahan iklim ekstrem, sehingga memengaruhi berbagai sektor kehidupan. Mempertemukan isu lingkungan dan ekonomi memang bukanlah suatu hal yang mudah diselesaikan. Menurut Dai & Xue (2022), kondisi pada perubahan iklim dan lingkungan, serta adanya *pressure* pada pertumbuhan ekonomi suatu wilayah atau negara merupakan sebuah kontradiksi yang nyata. Banyaknya aktivitas operasional dan industrial yang dilakukan sektor bisnis dapat menjadi faktor meningkatnya permasalahan ekologi.

Untuk itu, skala industri yang melibatkan lingkungan sebagai faktor risiko harus diubah dengan melakukan sebuah inovasi atas bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap permasalahan lingkungan. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan membarui proses produksi menjadi lebih ramah lingkungan dan menghasilkan jejak karbon yang minim, sehingga dapat mengurangi pencemaran lingkungan (Xie, *et al.*, 2022). Maka dari itu, hal ini pun harus sejalan dengan skenario bisnis yang terjadi di Indonesia di mana, perlahan konsep *Business as Usual* digantikan dengan bisnis berprinsip ESG (*Environment, Social, and Governance*).

Melansir Unilever.co.id, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) berkomitmen dalam menciptakan program *Clean Future* sejak 2020. “Rencananya khusus untuk *Clean Future*, Unilever akan menginvestasikan €1 miliar dalam skala global,” ujar Sancoyo

Antarikso, selaku *Governance and Corporate Affairs Directors* UNVR. *Clean Future* merupakan sebuah program inovatif yang diciptakan UNVR dalam mendukung transisi penggunaan bahan bakar fosil dalam skala produksi menjadi sumber daya yang terbarukan dan dapat diurai. Adapun realisasi dana tersebut digunakan untuk mendukung riset dan transformasi teknologi, agar mendapat substitusi bahan baku produk pembersih dan *detergen* yang berasal dari bahan rendah emisi karbon sepenuhnya pada tahun 2030. Tidak hanya itu, Unilever juga sudah memformulasikan penggunaan kemasan menuju *sustainable packaging* pada produknya dengan 100% plastik daur ulang.

Lebih lanjut Voi.id memberitakan, PT Indocement Tunggul Perkasa Tbk (INTP) turut mendukung program *Net Zero Emission* sepenuhnya pada 2050 dengan ikut berkontribusi pada aspek pembangunan hijau. Hal ini diwujudkan dengan melakukan substitusi pada Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) dalam faktor produksinya, menjadi sumber listrik dari PLN berkapasitas 55 MW seutuhnya. Program peralihan ini sudah dilaksanakan sejak tahun 2022, dan berhasil mengurangi *greenhouse effect* dari 623 kg CO²/ton di tahun sebelumnya menjadi 606 kg CO²/ton semen ekuivalen.

Adanya tindakan dari para pelaku bisnis yang mensubstitusi faktor produksi pada aktivitas operasionalnya, turut mendukung program nol-emisi yang diusung pada *Paris Agreement*. Dengan adanya fenomena ini, suatu perusahaan dapat menciptakan *competitive advantage*, di mana merupakan wujud keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan pasar dengan kompetitornya (Nainggolan, 2019). *Competitive Advantage* ini dapat meningkatkan nilai tambah perusahaan pada perspektif investor. Hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Indrarini (2019) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai suatu parameter dan penilaian investor terhadap skala keberhasilan manajemen, atas sumber daya yang dimiliki dan biasanya dinilai dari cerminan harga saham. Biasanya, perusahaan akan dianggap memiliki nilai tambah (*value*), jika melakukan inovasi yang dapat memperbaiki sistem operasional dan bahkan mengurangi *cost* pada *capital expenditure*.

Hal ini dapat diwujudkan dengan bentuk tanggung jawab perusahaan atas lingkungan (*environmental responsibility*). Caranya dengan mengungkapkan aktivitas-aktivitas yang mendukung pengurangan jejak karbon dan eksploitasi terhadap lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan, apalagi di tengah maraknya isu lingkungan yang terjadi. Dengan melakukan hal ini, reputasi yang baik dapat tercipta pada pandangan publik, sehingga dapat membantu menarik minat investor untuk melihat prospek perusahaan ke depannya dan meningkatkan nilai perusahaan (Cai, *et al.*, 2016).

Maka dari itu, tindakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dapat dibarengi dengan mewujudkan inovasi hijau pada proses produksinya. *Green process innovation* dinilai sebagai sebuah pembaharuan teknologi pada proses produksi yang sebelumnya telah diimplementasikan, dan digantikan menjadi suatu proses yang meminimalisir dampak lingkungan, mengurangi *total cost*, serta meningkatkan kualitas produksi, sehingga menjadikannya nilai tambah perusahaan (Asni & Agustia, 2021). Rezende, *et al.*, (2019) mengatakan pembaharuan inovasi didorong oleh adanya tekanan dari lingkungan eksternal, salah satunya yaitu wujud *sense of awareness* yang dimiliki oleh konsumen terhadap tindakan perusahaan dalam menggunakan sumber daya, yang dapat mengancam kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, pengadopsian teknologi yang ramah lingkungan perlu untuk diterapkan dan dikembangkan menjadi suatu strategi bisnis baru yang dapat menjadi *competitive advantage*. Hal ini dapat memperkuat posisi perusahaan di antara persaingan dengan kompetitor. Komitmen ini dapat menjadikan reputasi perusahaan meningkat, karena tercermin dari bagaimana manajemen mengelola sumber dayanya, sehingga dapat menambah nilai untuk perusahaan dan meningkat faktor investasi yang dapat menambah nilai saham (Zhang, *et al.*, 2020).

Penelitian terdahulu oleh Rizki & Hartanti (2021) yang meneliti tentang pengaruh *environmental responsibility* dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan memperoleh hasil bahwa semakin tinggi perusahaan berkomitmen dalam menerapkan praktik tanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang dapat ditimbulkan dan mengadopsi teknologi baru untuk mendukung proses bisnis yang ramah lingkungan

cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Andries & Stephan (2019) yang juga menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara *environmental innovation* terhadap kinerja lingkungan, di mana sangat memungkinkan bagi perusahaan yang berukuran besar untuk membuat inovasi, dalam bentuk pertanggungjawaban terhadap lingkungan, karena cenderung memiliki lebih banyak *resources*, sehingga lebih berkapabilitas dalam mengelolanya yang mana dapat menjadi nilai tambah (*competitive advantage*). Namun, sebaliknya hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Cai, *et al.*, (2016) yang menyatakan hubungan negatif di antara *corporate environmental responsibility* terhadap *firm risk*.

Selain itu, Dai & Xue (2022) meneliti mengenai pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan, dari perspektif siklus hidup perusahaan memperoleh hasil bahwa strategi *green innovation* meningkatkan nilai perusahaan, terutama perusahaan pada tahap siklus hidup *growth* dan *decline*. Hal ini didukung oleh penelitian Zhang, *et al.*, (2020) yang memperoleh hasil hubungan positif di antara *green innovation* terhadap nilai perusahaan, di mana penerapan *green innovation* dapat memberikan manfaat ekonomi. Dengan memperhatikan faktor tadi, perusahaan juga dapat meningkatkan investasi agar dapat melakukan lebih banyak riset dan mengembangkan *clean technology production*. Selain itu, menurut penelitian Asni & Gustia (2021) *green innovation* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan dapat memoderasi hubungan antara *green innovation* dan nilai perusahaan. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa kedua proksi kinerja keuangan yaitu, ROA dan ROE memiliki dampak yang signifikan dalam memoderasi *green innovation* dan nilai perusahaan. Hal ini menggambarkan investor di pasar modal lebih tertarik, jika perusahaan mengimplementasikan strategi *green innovation* baik dalam tingkat proses, maupun produknya.

Penelitian ini dimotivasi oleh adanya hasil yang tidak konsisten dari beberapa peneliti terdahulu, sehingga peneliti mencoba untuk mengkaji penelitian kembali dengan metode empiris dengan melihat dampak *environmental responsibility* dan *green process innovation* terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Selain itu,

literasi mengenai topik penelitian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah pasti terdapat komponen lingkungan di dalamnya memang sudah banyak dilakukan, tetapi beberapa penelitian terdahulu menyebutkan jika distribusi pengungkapan CSR tidaklah merata, sehingga istilah *environmental responsibility* digunakan agar tidak terjadi bias dalam distribusi pengungkapan pada penelitian. Adapun pengukuran *environmental responsibility* menggunakan *Environmental Performance Index* (EPI) 2022 sebagai pengungkapan bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, sedangkan *green process innovation* diukur dengan menggunakan *content analysis*. Penelitian menggunakan periode pengujian di tahun 2016-2022 dan dengan objek semua perusahaan *go-public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan iklim dan lingkungan yang masif membuat sektor bisnis harus mampu menciptakan inovasi baru. Hal ini dapat dilakukan dengan merumuskan strategi bisnis baru atau pembaharuan pada faktor produksi agar mendukung pemulihan atau keberlanjutan di masa yang akan datang. Dengan menerapkan hal ini, perusahaan mampu mengurangi dampak lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasionalnya. Reputasi perusahaan menjadi baik dari sudut pandang umum dan hal ini dapat menciptakan sebuah nilai bagi investor. Investor dapat melihat peluang tersebut sebagai faktor penentu keputusan, jika nilai portofolio perusahaan tinggi, maka hal ini sejalan pula dengan nilai yang perusahaan itu miliki. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan yang dipaparkan maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *environmental responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *green process innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris keterkaitan dan pengaruh *environmental responsibility* dan *green process innovation* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Teori

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi bukti empiris mengenai pengaruh *environmental responsibility* dan *green process innovation* terhadap nilai perusahaan.

2. Kontribusi Praktik

Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan baik dan sebagai alat pengambil keputusan untuk para investor dan juga emiten perusahaan, serta menjadikan motivasi agar perusahaan menerapkan *environmental responsibility* dan *green process innovation* dalam praktik bisnisnya.