

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Nilai perusahaan berguna untuk investor menilai tingkatan baik atau buruk suatu manajemen saat mengelola perusahaan. Kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan masa kini serta pengelolaan perusahaan di masa yang akan datang sejalan dengan nilai perusahaan yang tinggi. Penilaian kualitas informasi pada laporan keuangan dapat dilihat dari seberapa banyak pengungkapan yang dilakukan dan keterbukaan informasi oleh perusahaan (Kelvin, 2017). Kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat berkaitan dengan nilai perusahaan dan salah satu anggapan dasar pemangku kepentingan yang menjadi perhatian lebih lanjut. Baiknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kegiatan operasionalnya menimbulkan dampak lingkungan yang baik atau tidak. Apabila dampak lingkungan yang diberikan oleh perusahaan tidak merugikan lingkungan sekitar perusahaan, maka perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya dan dapat menjaga kelangsungan kinerjanya (Khairiyani dkk., 2019).

Fokus pemerintah saat ini yaitu pada pembangunan dan kesejahteraan masyarakat dengan turut serta mendukung program MDGs (*Millenium Development Goals*). Salah satu tujuan MDGs yaitu pada penanganan isu perubahan iklim. Kegiatan operasional perusahaan menjadi suatu pemicu timbulnya perubahan iklim yang berpengaruh besar terhadap lingkungan yang

menyebabkan terjadinya pergantian pola pikir dimana perusahaan juga dinilai dari kinerja lingkungannya, bukan hanya dari kinerja perusahaan (laba perusahaan). Pergantian pola pikir ini bisa selaku motivasi industri biar lebih fokus pada keberlangsungan aktivitas operasional industri senantiasa berjalan dengan mencermati kelestarian alam (*planet*), kedamaian warga (*people*), serta senantiasa memperoleh keuntungan (*profit*) (Sawitri, 2017).

Menurut Mardiyanto (2009) nilai perusahaan ialah nilai sekarang berlandaskan kas masuk untuk masa depan yang dikeluarkan oleh industri. Nilai perusahaan juga sebagai refleksi tingkatan pencapaian industri yang dapat dilihat pada harga saham perusahaan (Ulum dkk., 2020). Manajemen industri berkeinginan untuk memiliki nilai perusahaan yang besar disebabkan bila nilai sesuatu perusahaan besar maka nilai industri tersebut dapat memperlihatkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dijadikan oleh investor selaku tolak ukur guna memperhitungkan suatu perusahaan secara keseluruhan (Islahuddin, 2008). Performa perusahaan sangat baik dapat dilihat dari pengelolaan harta dan modal dengan baik, dengan kinerja perusahaan yang baik para pemangku kepentingan melihat gambaran positif dan membuat para pemangku kepentingan percaya atas perputaran arus kas masa depan perusahaan. Bukti bahwa para pemangku kepentingan percaya dapat dilihat dari keputusan mereka untuk memberikan modal mereka ke perusahaan (Sawitri & Setiawan, 2019).

Menurut (Fama, 1978), nilai perusahaan direfleksikan pada harga saham perusahaan tersebut. Nilai pasar perusahaan merupakan harga saham suatu

perusahaan yang terdapat di pasar saham disaat berlangsungnya transaksi, sebab harga saham perusahaan menjadi gambaran nilai harta perusahaan sebenarnya. Bagian seperti struktur organisasi, kekayaan perusahaan, teknologi, sumber daya manusia, dan faktor lingkungan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Konar & Cohen, 2001).

Meskipun perbaruan dokumen *Nationally Determined Contribution* telah dilakukan oleh Indonesia, tetapi sasaran Indonesia guna menggapai netralitas karbon pada 2060 dinilai “Sangat Tidak Mencukupi”. Untuk sesuai dengan Perjanjian Paris, Indonesia butuh menetapkan sasaran serta kebijakan yang lebih khusus paling utama pada zona yang berkontribusi pada kenaikan emisi karbon serta mendesak aliran pendanaan internasional terpaut iklim. Climate Transparency Report 2021 melaporkan jika walau Indonesia telah menganjurkan kenaikan energi terbarukan di bidang tenaga listrik, industri, serta transportasi, tetapi belum terdapat strategi penghentian batubara secara bertahap dan kebijakan yang mendesak persaingan energi terbarukan dengan batubara (<https://iesr.or.id>).

Kementerian Keuangan Republik Indonesia sudah menetapkan ketentuan baru terpaut perlindungan terhadap perubahan iklim dunia. Pada 7 Oktober 2021, dalam UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) terciptalah pajak karbon serta memperbanyak peraturan pajak yang digunakan selaku alat untuk mengendalikan perubahan iklim. Selaku negeri yang dikategorikan terancam perubahan iklim, pemerintah menetapkan Persetujuan Paris yang memiliki komitmen *Nationally Determined Contribution* serta membentuk

penindakan perubahan iklim sebagai salah satu daftar utama nasional dalam perencanaan serta penerapan pembangunan 2020 – 2024. Dalam dokumen NDC, Indonesia berjanji guna meminimalisir emisi gas rumah kaca (GRK) yang beresiko untuk lingkungan, dengan penyusutan sebesar 29% dengan keahlian sendiri serta 41% dengan sokongan internasional pada tahun 2030 (<https://fiskal.kemenkeu.go.id>).

Dari fenomena dan penjelasan yang telah disebutkan sebelumnya, Investor akan memikirkan kembali keputusan mereka untuk menanamkan modalnya di suatu perusahaan. Berdasarkan pembahasan di atas, fenomena nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari besarnya keuntungan suatu perusahaan, melainkan juga dilihat dari faktor lain seperti faktor lingkungan. Berbagai kejadian lingkungan yang mampu memengaruhi nilai perusahaan yaitu pengungkapan emisi karbon, *Leverage*, serta inovasi hijau.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pengungkapan emisi karbon. Pengungkapan emisi karbon meliputi pengungkapan penggunaan energi terbarukan dan jumlah energi yang digunakan yang selanjutnya menghasilkan dampak lebih besar bagi keberlanjutan lingkungan sekitar dan menjamin kelangsungan kehidupan saat ini dan yang akan datang (Hardiyansah & Agustini, 2021). Pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) merupakan gabungan penjelasan perhitungan maupun kebijakan yang terkait pada tingkatan emisi karbon yang dihasilkan pada masa lampau, dampak lingkungan yang terkena emisi karbon,

perkiraan keuangan dari risiko, peluang kesempatan terpaut perubahan iklim, serta perkiraan untuk mengelola risiko dan keberlanjutan perusahaan di masa depan (Najah, 2012).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil beragam. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019), (Hardiyansah dkk., 2021), (Rahmanita, 2020), (Kelvin, 2017), (Hardiyansah & Agustini, 2021), (Damas dkk., 2021), (Cholida. Kawendar, 2020), (Rusmana & Purnaman, 2020), dan (Anggraeni, 2015). Sementara penelitian yang menunjukkan pengaruh negatif atas pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh (Ulum dkk., 2020).

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Leverage*. *Leverage* merupakan salah satu rasio yang dipakai guna mengilustrasikan atas kemampuan suatu perusahaan guna membayar hutang yang dipunya perusahaan. Perusahaan memiliki harapan terhadap hutang yang dimilikinya yaitu, dapat menolong perusahaan dalam mengelola aset yang perusahaan miliki serta mendanai guna menghasilkan keuntungan dimana nantinya nilai perusahaan akan bertambah (Endiana & Pramesti, 2022). Sementara itu menurut (Putri & Miftah, 2021) *Leverage* merupakan keahlian perusahaan dalam memakai dana atau aktiva dimana memiliki beban tetap yang bermanfaat sebagai peningkatan penghasilan (*return*) untuk para *shareholders*.

Adapun penelitian yang telah dibuat sebelumnya perihal keterkaitan pengaruh *Leverage* pada nilai perusahaan akan tetapi memiliki hasil yang tidak sama. Penelitian dari (Aisyah & Wahyuni, 2020); (Markonah dkk., 2020) membuktikan bahwasannya *Leverage* memiliki dampak positif pada nilai perusahaan. Sementara itu penelitian dari (Indrayani dkk., 2021); (Soewignyo, 2021) membuktikan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu inovasi hijau. Menurut (Oltra & Saint Jean, 2009) inovasi hijau merupakan inovasi yang terdiri dari proses, sistem, dan produk baru atau yang dikembangkan yang bermanfaat bagi lingkungan dan kelestarian lingkungan. Sedangkan menurut (Sezen & Çankaya, 2013) inovasi hijau merupakan rencana terkait lingkungan yang dapat meningkatkan keuntungan tanpa melewati peraturan pemerintah yang telah ditetapkan. Strategi inovasi hijau akan mendesak industri guna mempunyai kapasitas tertentu yang *output* nya akan jadi sumber keunggulan bersaing yang berarti untuk perusahaan (Sharma & Vredenburg, 1998).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai inovasi hijau terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh (Rizki & Hartanti, 2021), (Dai & Xue, 2022), (Agustia dkk., 2019), (Husnaini & Tjahjadi, 2021), dan (Ramadhany dkk., 2021) memperoleh hasil bahwa inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019) yang mempunyai hasil pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan saat ini

dengan penelitian sebelumnya memiliki perbedaan pada variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan, sedangkan penelitian saat ini menambahkan variabel *Leverage* dan inovasi hijau. Hal ini dikarenakan dalam penelitian (Zuhrufiyah & Anggraeni, 2019) menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar pada bursa negara-negara di Kawasan Asia Tenggara. Oleh karena itu dalam rangka mengkoreksi model penelitian yang ada, maka digunakan sampel perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta menambahkan variabel *Leverage* dan inovasi hijau sebagai variabel tambahan. Alasan pemilihan sampel pada perusahaan energi karena sektor energi termasuk salah satu sektor yang memiliki kerentanan tinggi terhadap lingkungan (Roberts, 1992), dipastikan melalui fenomena nyata dalam kinerja operasional industri tersebut yaitu kemampuan menimbulkan kerusakan lingkungan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

### **C. PEMBATASAN MASALAH**

Pada penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti diantaranya yaitu

1. Pada penelitian ini membahas variabel yang meliputi pengungkapan emisi karbon, *Leverage*, dan inovasi hijau.
2. Sampel penelitian ini menggunakan data pada tahun 2019–2021.
3. Sampel penelitian menggunakan laporan tahunan perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan pemaparan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengungkapan emisi karbon berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji inovasi hijau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## E. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan diatas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu:

### a. Manfaat Teoritis

#### 1) Bagi Peneliti dan Akademisi

Penelitian diharapkan berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang pengaruh pengungkapan emisi karbon, *Leverage*, dan inovasi hijau terhadap nilai perusahaan serta dapat digunakan acuan penelitian berikutnya.

### b. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan,

#### 2) Bagi Investor

Hasil pada penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan bagi investor untuk mempertimbangkan dalam membuat keputusan ketika berinvestasi dalam suatu perusahaan.