

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat dapat membawa kemajuan besar, namun juga dapat menimbulkan berbagai masalah kerusakan lingkungan. Seperti pada tahun 2018, kasus warga Sukoharjo yang melaporkan PT. Rayon Utama Makmur kepada Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia (KLHK). Diduga perusahaan tersebut melakukan aktivitas yang menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan. Akibat kerusakan lingkungan yang dilakukan oleh aktifitas perusahaan telah dilakukan berbagai pertemuan dunia seperti Protokol Kyoto, Limbah dan Peralatan Elektronik (WEEE), Konferensi Montreal untuk membahas masalah lingkungan telah dilakukan (Chen et al., 2006). Ini menunjukkan bahwa masalah lingkungan semakin mendapat perhatian dari dunia internasional. Di Indonesia, upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan menerapkan regulasi yang mengatur masalah lingkungan hidup. Salah satu regulasi tersebut diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan. Masalah kerusakan lingkungan tersebut menjadikan kepedulian stake holder juga meningkat. Bentuk kepedulian stakeholder tersebut berdampak kepada tekanan kepada perusahaan agar memperhatikan masalah lingkungan dan efisiensi dalam penggunaan sumberdaya alam. Dengan efisiensi tersebut, selain menghemat sumber daya alam yang terbatas, dapat juga meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Bundgaard et al., 2017).

Green innovation dianggap sebagai pendekatan yang efektif untuk memenuhi tuntutan lingkungan yang semakin meningkat dan efisiensi dalam penggunaan sumberdaya alam, serta dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan melalui produk yang ramah lingkungan (Sezen & Çankaya, 2013). Keunggulan ini juga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal Return on

Equity (ROE) dan Return on Asset (ROA), seperti yang terlihat dalam penelitian Przychodzen J & Przychodzen W (2015). Selain itu, investor memiliki keyakinan berinvestasi di bidang lingkungan dalam jangka pendek meningkatkan biaya perusahaan, tetapi dalam jangka panjang akan meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan (Burnett et al., 2011).

Chen et al. (2006) mengelompokkan green innovation ke dalam dua kelompok utama, yaitu green product innovation dan green process innovation. Green Product mengacu pada penciptaan barang dengan sedikit efek positif atau negatif terhadap lingkungan (Fabien Durif Caroline Boivin Charles Julien et al., 2010a). Green Process mengacu pada operasi manufaktur perusahaan yang dilakukan tanpa menggunakan bahan kimia berbahaya untuk menciptakan produk yang ramah lingkungan (Fitriani, 2015). Menurut Ramanathan et al. (2010) yang menyatakan bahwa pengenalan aturan lingkungan akan berdampak pada biaya produksi. Lebih lanjut mereka menambahkan bahwa pengenalan lingkungan membuat perusahaan lebih efisien dalam jangka panjang. Selain itu, penerapan green innovation berdampak pada keunggulan kompetitif perusahaan (Küçükoğlu & Pinar, 2015).

Nilai perusahaan adalah bagaimana persepsi stakeholder terhadap perusahaan terkait kinerja keuangannya. Menurut Damas et al., (2021) nilai perusahaan adalah rasio yang berkaitan dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang tercatat di pasar modal. Penerapan strategi lingkungan akan mampu menjembatani antara kepentingan lingkungan dan kepentingan ekonomi, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Agustia et al., 2019). Menurut teori legimitasi, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sosial di sekitarnya karena perusahaan memiliki hubungan sosial dengan lingkungan tersebut. (Ainy dan Barokah, 2019). Teori ini juga menyatakan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan hak-hak publik secara luas dan tidak hanya fokus pada hak-hak investor saja agar mendapatkan legimitasi dari para pemangku kepentingan. Salah satu cara perusahaan agar bisa mendapatkan legimitasi dari para pemangku kepentingan yaitu dengan menerapkan green innovation.

Hal ini juga sejalan dengan teori stakeholder mengisyaratkan bahwa perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, menjaga keseimbangan antara nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai sosial serta mencari perbaikan sosial akan mendapat perhatian lebih dari stakeholders yang kemudian berdampak pada pemberian dukungan penuh atas kegiatan operasional perusahaan. Dengan legimitasi dan dukungan dari stakeholder diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dengan legimitasi dan dukungan tersebut perusahaan akan mendapat berbagai macam keuntungan.

Penelitian terkait Green Innovation yang dilakukan oleh Zhang et al. (2020) yang menyatakan bahwa Green Innovation berhubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut Husnaini & Tjahjadi (2020) juga mendukung pendapat ini, yaitu dengan hasil temuan ketika suatu perusahaan melakukan green innovation process bersama dengan manajemen kualitas maka nilai perusahaan akan meningkat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dai & Xue (2022) menunjukkan bahwa green innovation juga memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Mariyamah dan Handayani (2020) juga mendukung hal ini yang menyatakan bahwa green product innovation dan green process innovation berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan studi sebelumnya yang sudah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk memberikan bukti empiris pengaruh green product innovation dan green process innovation terhadap nilai perusahaan. Dari fenomena yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah perusahaan di Indonesia sudah menerapkan konsep green innovation dalam proses serta hasil produksinya dan bagaimana pengaruhnya terhadap firm value.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah dari peneliain ini adalah :

1. Apakah green product innovation berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah green process innovation berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah :

1. Memberikan bukti empiris bahwa green innovation product berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris bahwa pengaruh green process innovation terhadap nilai perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan, dapat mengetahui pentingnya menerapkan konsep green innovation, yaitu dengan menghasilkan produk yang ramah lingkungan perusahaan ikut menjaga kelestarian lingkungan, sehingga perusahaan mendapat respon baik dari masyarakat (stakeholder), dengan begitu nilai perusahaan juga akan meningkat
2. Untuk masyarakat, agar masyarakat teredukasi mengenai kondisi lingkungan alam terkait produk yang dipakai sehari-hari, serta dampak dari proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan.
3. Untuk peneliti, Memberikan bukti empiris bagi peneliti tentang konsep green innovation, serta bagaimana pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan dalam penelitian ini akan disusun berdasarkan gambaran atau sistematika sebagai berikut :

## BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas persoalan dan isu yang mendasari mengapa penelitian ini dilakukan. Dalam bagian terdapat penjabaran akan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori dasar yang digunakan sebagai pengembangan penelitian. Teori dasar dalam tersebut didapat dari literatur-literatur serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain teori stakeholder, teori legitimasi, nilai perusahaan, hubungan green product innovation terhadap nilai perusahaan, serta hubungan antara nilai perusahaan dengan green process innovation. Bab ini juga menjelaskan hipotesis penelitian dan kerangka konseptual yang akan diuji.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang pelaksanaan operasional penelitian. Variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan juga dijelaskan dalam ini. Variabel independen dalam penelitian ini adalah green product innovation (PRODUCT) dan green process innovation (PROCESS). Nilai perusahaan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan ukuran perusahaan (SIZE), dan tingkat pertumbuhan (GROWTH) merupakan variabel kontrol dalam penelitian ini.

## BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan masalah yang diteliti lengkap dengan variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, serta analisis dan data yang digunakan.