

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan lingkungan yang terjadi di Indonesia menimbulkan berbagai dampak buruk terhadap ekosistem. Misalnya, Pemanasan global termasuk isu yang paling dominan karena berkaitan dengan polusi yang dihasilkan oleh kegiatan industri. Berdasarkan laporan dari perusahaan Jerman yang berfokus tentang kualitas udara, pada tahun 2023 Indonesia termasuk dalam negara dengan kategori tingkat polusi udara tertinggi yang berada di peringkat 14 dunia (IQAir, 2023). Selain itu, menurut laporan Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan dan Kehutanan tahun 2023 timbunan sampah mencapai angka 31,9 juta ton yang berasal dari 290 kab/kota se-Indonesia (KLHK, 2023). Dengan demikian, pengelolaan sampah maupun polusi di Indonesia belum terlaksana dengan baik.

Fenomena permasalahan lingkungan menarik perhatian dari berbagai kalangan termasuk para peneliti. Penelitian (Baquero, 2024) menemukan bahwa perusahaan yang berorientasi menjaga lingkungan akan menjalankan kegiatan operasionalnya dengan mengimplementasikan prinsip ramah lingkungan. Selain itu, pengintegrasikan prinsip ramah lingkungan ke dalam operasi bisnis cenderung mewujudkan keunggulan kompetitif yang lebih tinggi pada perusahaan (Arhavbarien et al., 2022; Khaksar et al., 2016). Lebih lanjut, penelitian (Guzmán et al., 2023; Lozano et al., 2024) menemukan bahwa penerapan strategi hijau berdampak terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, Isu mengenai lingkungan juga

menarik perhatian investor. Pada Gambar 1 di bawah menunjukkan perbandingan kinerja beberapa indeks saham emiten di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016-2023.



Gambar 1.1 Indeks Sri-Kehati

Sumber: Sri Kehati, 2024

Data indeks SRI-KEHATI menunjukkan pertumbuhan sebesar 49,76% di tahun 2023. Kinerja perusahaan di tahun tersebut lebih baik dibandingkan dengan IHSG dan LQ45. Indeks SRI-KEHATI merupakan pelopor investasi berbasis ESG di Indonesia (sri kehati, 2024). Berdasarkan gambar 1, menunjukkan bahwa investor lebih memilih untuk berinvestasi pada perusahaan yang peduli lingkungan. Argumen yang mendasari adalah para investor percaya bahwa investasi tersebut tidak hanya berkontribusi dalam mengatasi permasalahan lingkungan akan tetapi juga dipercaya dapat memberikan pengembalian yang lebih tinggi di masa depan (Bauer et al., 2021; Siemroth & Hornuf, 2023).

Pemerintah telah menetapkan berbagai regulasi yang bertujuan agar aktivitas industri perusahaan tidak menimbulkan dampak buruk terhadap ekosistem. Peraturan mengenai perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009. Undang-undang tersebut menetapkan

bahwa perusahaan agar dalam menjalankan kegiatan bisnisnya selalu memperhatikan ekosistem. Selain itu, Undang-Undang tersebut mewajibkan perusahaan melaporkan secara transparan mengenai pengelolaan lingkungan yang berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 menjelaskan tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Pada pasal 10 mengatur bahwa perusahaan diwajibkan untuk menyusun laporan keuangan berkelanjutan (*sustainability report*). Lebih lanjut, Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia No. 1 Tahun 2021 yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mengatur program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program PROPER bertujuan untuk mengevaluasi pencapaian perusahaan dalam menjamin keberlanjutan ekosistem. Perusahaan yang mendapatkan peringkat PROPER artinya perusahaan tersebut menjalankan aktivitas bisnisnya secara ramah lingkungan. Semakin tinggi peringkat PROPER yang diperoleh, maka semakin baik pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang mengintegrasikan praktik hijau dalam kegiatan bisnisnya akan memperoleh penghargaan dari pemerintah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnisnya dengan penuh tanggung jawab terhadap lingkungan, serta memiliki kewajiban untuk melaporkan secara transparan pengelolaan lingkungan dan sosial perusahaan.

Di sisi lain, perusahaan memiliki tanggung jawab terkait kinerja yang berhubungan dengan kesejahteraan para *stakeholder*. Ini berarti bahwa perusahaan

sadar dalam kegiatan bisnisnya perlu untuk memperhatikan lingkungan serta tetap menciptakan nilai perusahaan yang positif (Salihi et al., 2024; Wilutama & Viverita, 2022). Nilai perusahaan merupakan nilai yang berhubungan dengan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya melalui peningkatan harga saham (Gantino et al., 2023). Nilai perusahaan yang positif diyakini oleh Investor sebagai indikator menilai kinerja perusahaan (Hidayat et al., 2024a). Selain itu, tingginya nilai perusahaan menandakan bahwa perusahaan memperoleh kepercayaan investor sekaligus menunjukkan prospek usaha yang positif di masa mendatang (Afifah et al., 2017; Agustia et al., 2019; Khusnah et al., 2021).

Berbagai faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan, seperti profitabilitas, leverage, *growth opportunity*, struktur modal (Dhani & Utama, 2017; Hermuningsih, 2013; Utomo, 2016). Selain itu, faktor non-keuangan seperti tata kelola perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan (González & Muñoz, 2016; Leung & Cheng, 2013). Lebih lanjut, untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus memiliki kemampuan merancang dan membentuk strategi secara berkelanjutan agar dapat bertahan dan berkembang di tengah perubahan pasar dan regulasi (Seok et al., 2024). Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial berperan penting dalam menciptakan nilai jangka panjang yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Aydoğmuş et al., 2022; Elbardan et al., 2023; Quintiliani, 2022). Perusahaan harus menyusun strategi yang sesuai dengan kondisi pasar dan regulasi pemerintah sehingga perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab terhadap lingkungan sekaligus meningkatkan nilai perusahaan (Chau et al., 2025). Penelitian (Jo & Kwon, 2022) menemukan bahwa

strategi hijau meningkatkan kinerja perusahaan, yang selanjutnya berkontribusi dalam menciptakan nilai perusahaan yang lebih baik.

Penerapan strategi hijau bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, menghemat biaya, serta meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rasheed et al., 2024). Strategi ini dapat mengurangi biaya penggunaan energi, pengelolaan limbah, dan bahan baku serta terhindar dari denda ataupun sanksi terkait dampak lingkungan (Amornkitvikai et al., 2024). Selain itu, penerapan prinsip keberlanjutan ke dalam seluruh aspek operasional cenderung meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Arhavbarien et al., 2022). Perusahaan yang menjalankan aktivitas bisnis secara ramah lingkungan dan diiringi dengan peningkatan profitabilitas akan memperoleh lebih banyak perhatian dari para *stakeholder* (Asni & Agustia, 2022; Rahelliamelinda & Handoko, 2024). *Green supply chain management* (GSCM) merupakan salah satu bentuk strategi hijau yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Peneliti terdahulu menemukan bukti empiris bahwa GSCM secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan (Bose & Pal, 2012; Sadovnikova & Pujari, 2017; Skhvediani et al., 2024; L. Zhang et al., 2023).

Green supply chain management merupakan konsep manajemen rantai pasok yang berlandaskan pada prinsip ramah lingkungan (Kirchoff et al., 2016; Ngcobo et al., 2022). GSCM menggambarkan hubungan perusahaan dengan pemasok dan pelanggan yang memiliki tujuan untuk menjaga lingkungan (Novitasari & Agustia, 2021; Tseng & Chiu, 2013). GSCM meliputi penerapan dan pengawasan program manajemen lingkungan melalui aktivitas *R* (*Reduce, Reuse, Recycle, Rework*,

Refurbish, Reclaim, Remanufacture, Relogistic) dengan tujuan untuk mengurangi limbah hasil produksi (Sugandini et al., 2020a). Pada Implementasinya GSCM memastikan setiap tahap kegiatan produksi perusahaan mempertimbangkan konsekuensi terhadap lingkungan (Ahmad et al., 2022). Contohnya, GSCM memerlukan kolaborasi lingkungan antara perusahaan dan mitra, terkait desain produk dan proses yang dibutuhkan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Jo & Kwon, 2022; Lerman et al., 2022; Maldonado Guzmán & Pinzón-Castro, 2023). Dengan demikian, GSCM menjadi aspek penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan secara berkelanjutan (S. Liu & Chang, 2017). Implementasi GSCM dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi dampak lingkungan, meningkatkan efisiensi operasional dan mempererat hubungan dengan *stakeholder* dalam rantai pasok (Chu et al., 2017; Ngcobo et al., 2022).

Implementasi praktik GSCM membantu perusahaan memitigasi dampak lingkungan, menekan biaya operasional, menghasilkan nilai tambah melalui inovasi ramah lingkungan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan (Al-sheyadi et al., 2019; Kirchoff et al., 2016). Ini berarti perusahaan yang berkomitmen untuk menerapkan praktik ramah lingkungan dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya mereka dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi (Amornkitvikai et al., 2024). Selain itu, GSCM dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan daya saing perusahaan melalui perbaikan citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan para *stakeholder* (L. Zhang et al., 2023). Dengan demikian, implementasi GSCM dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi lingkungan dan kinerja bisnis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai

perusahaan (Gibral et al., 2022). Berdasarkan teori Sinyal, penerapan GSCM dapat memberikan sinyal positif bahwa perusahaan dalam menjalankan bisnisnya menerapkan prinsip keberlanjutan. Sinyal ini meningkatkan kepercayaan investor mengenai prospek jangka panjang perusahaan. Teori Sinyal menggambarkan bahwa ketika adanya asimetri informasi, individu atau entitas yang memiliki informasi lebih banyak dapat memberikan sinyal untuk menarik perhatian pihak lain (Spence, 1973). Penelitian (Bose & Pal, 2012) menemukan bahwa perusahaan yang secara proaktif menerapkan GSCM berpengaruh terhadap peningkatan harga saham perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu yang menguji GSCM dan nilai perusahaan menemukan hasil yang beragam. Pada penelitian (Bose & Pal, 2012; Helmina et al., 2022; Skhvediani et al., 2024; L. Zhang et al., 2023) membuktikan bahwa GSCM memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Sementara, pada penelitian (Novitasari & Agustia, 2021; Nureen et al., 2023; Videen, 2010) menemukan bahwa GSCM tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan GSCM membutuhkan biaya yang tinggi terkait dengan pembelian bahan ramah lingkungan yang tidak diimbangi dengan manfaat finansial (Novitasari & Agustia, 2021). Selain itu, penelitian (Videen, 2010) menemukan bahwa investor tidak secara konsisten memberikan penilaian finansial yang lebih tinggi kepada perusahaan yang menerapkan praktik ramah lingkungan. Temuan empiris yang disebutkan sebelumnya membuktikan bahwa hubungan antara GSCM dan nilai perusahaan adalah tidak langsung. Penelitian ini menduga ada variabel lain yang mengantarainya, yaitu *green innovation* (GI) (Abdelkarim, 2021;

Novitasari & Agustia, 2021; Shafique et al., 2017) . Argumen yang mendasari adalah kesuksesan penerapan GSCM membutuhkan inovasi dari perspektif jangka panjang (Abdelkarim, 2021; Jo & Kwon, 2022). Sehingga, penerapan GSCM tidak hanya sekedar memperbaiki citra perusahaan akan tetapi dapat memberikan keunggulan kompetitif, yang dapat berkontribusi meningkatkan nilai perusahaan (Gibral et al., 2022; L. Zhang et al., 2023). GI salah satu strategi perusahaan yang bertujuan meminimalkan dampak negatif dari aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan (Khusnah et al., 2021). GI merupakan penciptaan produk dan proses baru dengan tujuan utamanya yaitu untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan serta memberikan banyak keuntungan kepada pelanggan (Ju & Jin, 2024; Khaksar et al., 2016; Ramadhan et al., 2023). Perusahaan yang proaktif dalam menjalankan usahanya dengan berorientasi pada lingkungan dapat mengoptimalkan penggunaan energi serta memiliki kinerja yang lebih baik (Jermisittiparsert et al., 2020). GI berperan penting dalam mencapai keberlanjutan lingkungan dan keunggulan kompetitif perusahaan (Agustia et al., 2019). Lebih lanjut, perusahaan yang mengadopsi GI dalam proses produksinya cenderung memiliki manajemen limbah yang lebih baik (Rasheed et al., 2024).

Hasil penelitian sebelumnya yang menguji peran mediasi GI telah dilakukan oleh peneliti terdahulu (Abdelkarim, 2021; Novitasari & Agustia, 2021; Shafique et al., 2017). Penelitian (Abdelkarim, 2021) menemukan bahwa perusahaan yang menerapkan GSCM cenderung lebih inovatif terkait lingkungan. Melalui penggunaan bahan ramah lingkungan dan inovasi produk, GSCM dapat mendorong perusahaan untuk menciptakan produk yang lebih ramah lingkungan (Abdallah et

al., 2024). Hal tersebut karena GI memberikan gagasan, pendekatan strategis, ataupun teknologi baru yang dapat mendukung implementasi GSCM pada perusahaan (Aslinda et al., 2012). Contohnya, penggunaan energi terbarukan merupakan praktik GI yang dapat membantu penerapan GSCM dalam meningkatkan efisiensi energi (Aslinda et al., 2019; Shafique et al., 2017). GI dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya (Asadi et al., 2020; Guinot et al., 2022), memperkuat daya saing perusahaan dengan menciptakan produk yang berbeda dari pesaing (Y. Z. Wang & Ahmad, 2024; X. Xie et al., 2019), yang pada gilirannya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Cahyaningtyas et al., 2022b; Kurniawati & Widiayana, 2024; F. Zhang et al., 2020).

Temuan penelitian terdahulu menemukan bahwa GSCM berhubungan positif dan signifikan terhadap GI (Aslinda et al., 2019; Rasheed et al., 2024; Shafique et al., 2017). GSCM mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk yang memenuhi standar keberlanjutan (Rasheed et al., 2024). Lebih lanjut, Penerapan GI secara positif berpengaruh dalam mendorong pertumbuhan penjualan dan laba bersih perusahaan (Amerieska et al., 2021; Asni & Agustia, 2022; Nigatu et al., 2024; D. Zhang et al., 2019). Nilai ekonomi yang diperoleh dari penerapan GI dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan investasi para investor di perusahaan, yang selanjutnya investasi tersebut dapat berkontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan (Asni & Agustia, 2022; Husnaini & Tjahjadi, 2021). Selanjutnya, teori Sinyal menjelaskan hubungan antara GSCM, GI, dan nilai perusahaan. Teori Sinyal menggambarkan bahwa ketika adanya kesenjangan informasi, individu atau entitas yang memiliki informasi lebih dapat memberikan

sinyal untuk menarik perhatian pihak lain (Spence, 1973). Oleh sebab itu, perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada *stakeholder* untuk mengurangi kesenjangan informasi, dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan (Morris, 1987). Penerapan GSCM dan GI oleh perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada *stakeholder* bahwa perusahaan menjalankan proses produksi secara efisien dan menerapkan praktik ramah lingkungan dalam setiap aktivitasnya, yang pada selanjutnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Agustia et al., 2019; Hidayat et al., 2024a; Wilutama & Viverita, 2022).

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris peran GI dalam memediasi hubungan antara GSCM dan nilai perusahaan. Motivasi yang mendasari adalah, pertama hasil penelitian yang menguji GSCM dan nilai perusahaan menemukan bukti yang belum konsisten. Misalnya, temuan empiris dari penelitian terdahulu menemukan bahwa GSCM berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Helmina et al., 2022; Sinkin et al., 2008; Skhvediani et al., 2024; L. Zhang et al., 2023). Sementara, hasil penelitian lainnya menemukan bukti empiris bahwa penerapan GSCM tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan (Novitasari & Agustia, 2021; Nureen et al., 2023; Videen, 2010). Motivasi kedua adalah masih minimnya hasil penelitian yang menguji peran mediasi GI pada pengaruh GSCM dan nilai perusahaan. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu meneliti nilai perusahaan, GSCM, dan GI secara terpisah. Bukti empiris mengenai hubungan GSCM dan nilai perusahaan telah ditunjukkan oleh beberapa penelitian terdahulu

(Bose & Pal, 2012; Helmina et al., 2022; Sinkin et al., 2008; Skhvediani et al., 2024; L. Zhang et al., 2023). Selanjutnya, penelitian terdahulu yang mengeksplorasi mengenai GI dan nilai perusahaan (Agustia et al., 2019; Asni & Agustia, 2022; Guzmán et al., 2023; Husnaini & Tjahjadi, 2021; Tonay & Murwaningsari, 2022; Wilutama & Viverita, 2022; F. Zhang et al., 2020). Selain itu, penelitian ini juga terinspirasi oleh penelitian (Novitasari & Agustia, 2021), yang meneliti tentang peran GI sebagai variabel mediasi pada pengaruh GSCM terhadap kinerja perusahaan. Perbedaan utama dengan penelitian ini yaitu dalam mengeksplorasi peran GI sebagai variabel mediasi pada pengaruh GSCM terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan PROPER periode 2019-2024. Alasan yang mendasari pemilihan objek karena PROPER merupakan program pemerintah yang mengevaluasi kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup, yang mana ketersediaan datanya dapat diakses secara terbuka, sehingga memudahkan analisis dan meningkatkan validitas data.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *green supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *green supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green innovation*?
3. Apakah *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?

4. Apakah *green innovation* memediasi pengaruh *green supply chain management* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris bahwa *green supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris bahwa *green supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green innovation*.
3. Memberikan bukti empiris bahwa *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Memberikan bukti empiris *green innovation* memediasi pengaruh *green supply chain management* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penulis dalam memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh *green supply chain management* terhadap nilai perusahaan dengan *green innovation* sebagai variabel mediasi.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini menghasilkan temuan yang dapat memberikan wawasan kepada perusahaan mengenai kontribusi GSCM dan GI terhadap nilai perusahaan.

Melalui hasil dari penelitian ini perusahaan akan mengetahui dampak penerapan GSCM dan GI pada perusahaan. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat membantu manajer menyusun rencana yang berkaitan dengan keberlanjutan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan efisiensi, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan reputasi di mata investor. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang ingin bersaing di pasar global yang semakin sadar lingkungan, sehingga penerapan GSCM dan GI tidak hanya berdampak pada keberlanjutan lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah yang nyata bagi pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini ditujukan untuk memperkaya literatur dan menjadi sumber rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti terkait *green supply chain management*, *green innovation*, dan nilai perusahaan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan peneliti selanjutnya dalam mengembangkan faktor-faktor ataupun variabel lainnya terkait dengan topik tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan bagi peneliti, dan sistematika penyusunan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan penjelasan mengenai teori yang mendasari penelitian dijelaskan dalam bab ini. Literatur dan studi sebelumnya mengenai topik penelitian beserta penjelasan mengenai kerangka kerja dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai desain penelitian, populasi penelitian dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil pengujian hipotesis penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

