

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesadaran perusahaan dalam menanggapi era globalisasi saat ini merupakan hal yang penting dalam meningkatkan *firm value*. Perusahaan dituntut untuk menjalankan tanggungjawaban sosial dan lingkungan karena perusahaan dapat memberi pengaruh terhadap ekonomi, lingkungan, manusia baik secara positif maupun negative (Arfito *et al.*, 2023). Oleh sebab itu, *sustainability report* diperlukan untuk pelaporan dampak apa saja yang terjadi dalam bidang apapun. *Sustainability report* merupakan standart baru bagi perusahaan dalam pelaporan pertanggung jawaban social dan lingkungan bagi perusahaan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah merilis aturan POJK Nomor 51/POJK.03/2017, yang mendorong Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik untuk mengembangkan dan menerbitkan *sustainability report* yang dilaporkan secara bertahap mulai tahun 2020 (Rahmat, 2022)

Salah satu bukti komitmen perusahaan terhadap *sustainability* adalah dengan menyusun *sustainability report* yang menjelaskan bagaimana perusahaan menangani isu lingkungan, sosial dan tata kelola (Mutih, 2022). Namun, di Indonesia kualitas laporan ini belum merata, selain *sustainability report*, *green innovation* juga menjadi cara penting bagi perusahaan untuk mengatasi masalah lingkungan, inovasi ini bisa berupa produk ramah lingkungan, teknologi hemat energi, dan efisiensi pemakaian sumber daya. Misalnya di sektor makanan dan minuman, perusahaan mencoba membuat

kemasan yang bisa terurai atau mengurangi emisi akan tetapi biaya awal untuk menerapkan inovasi ini sering kali tinggi dan menjadi tantangan (Difalla, 2025). Sektor *consumer non-cycliclas* ini mencakup produk-produk yang dibutuhkan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan produk rumah tangga dan permintaan terhadap produk ini biasanya stabil walaupun kondisi ekonomi berubah-ubah.

Di Indonesia, sektor *consumer non-cycliclas* dikuasai oleh perusahaan besar seperti Unilever, Indofood, dan Mayora. Karena sektor ini sangat bergantung pada sumber daya alam, perusahaan di dalamnya menghadapi tekanan besar untuk menjalankan bisnis secara berkelanjutan. Perusahaan di sektor *consumer non-cycliclas* menghadapi masalah lingkungan seperti limbah plastik, penggunaan air berlebihan, dan emisi karbon, padahal konsumen di masa kini lebih memilih produk yang ramah lingkungan. Ini membuat perusahaan harus berinovasi, namun hasilnya terhadap keuangan perusahaan belum tentu langsung terlihat. Contohnya PT Mayora Indah Tbk. pada tahun 2023 mulai berinvestasi dalam *green innovation* seperti kemasan ramah lingkungan dan mengurangi sumber daya energy bahan bakar akan tetapi laporan keuangan mereka belum menunjukkan peningkatan nilai pasar yang signifikan karena biaya inovasinya cukup besar. Ini menunjukkan tantangan dalam menyeimbangkan antara keberlanjutan dan keuntungan (Els, 2023).

Dengan dijalankannya *sustainability report* dalam pelaporan perusahaan untuk meningkatkan tuntutan global, konsep *green innovation* menjadi strategi penting dalam menghadapi tantangan lingkungan. *Green*

innovation juga dapat memberikan dampak positif pada nilai perusahaan melalui beberapa aspek, diantaranya adalah *green innovation* dapat mengoptimalkan struktur produksi perusahaan dan dapat mendorong upaya penggunaan teknologi yang ramah lingkungan serta memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan diferensiasi terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan (Anggraini, 2024)

Namun demikian, hubungan antara *sustainability report*, *green innovation*, dan *firm value* tidak selalu bersifat linier. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang bervariasi. Sebagai contoh, studi oleh (Putri & Herawaty, 2024) menyatakan bahwa *sustainability report* berdampak positif terhadap nilai perusahaan, terutama jika didukung oleh kinerja lingkungan yang baik. Karena berdasarkan hasil persamaan regresi data panel, terlihat adanya hubungan positif antara pengungkapan *sustainability reporting* dan nilai perusahaan, artinya semakin besar pengungkapan *sustainability report*, semakin maksimal pula nilai perusahaan (Hewathudallage & Weerasinghe, 2023). Di sisi lain, Sari & Wahidahwati, (2021) menyebutkan bahwa pengungkapan *sustainability report* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya jika tidak disertai dengan kinerja keuangan yang memadai. Hasil pengungkapan *sustainability report* dalam periode pengamatan belum maksimal, artinya terdapat faktor yang memicu hal tersebut yaitu perusahaan kurang mengikuti standar yang diterbitkan oleh GRI.

Dalam penelitian *green innovation*, menurut Dai & Xue, (2022) menunjukkan *green innovation* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini didukung penelitian Fabiola & Khusnah, (2022) karena *green innovation* merupakan salah satu strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan membutuhkan strategi untuk memaksimalkan profitabilitas. Namun hal ini ditentang oleh Mulyadi & Maulana, (2022) yang menyatakan *green innovation* tidak berpengaruh negatif terhadap *firm value*. Hal ini karena perusahaan dalam menerapkan *green innovation* hanya sebagai kepatuhan terhadap peraturan perundang – undangan bukan untuk penggerak utama penilaian investor (Meilani & Sukmawati, 2023)

Salah satu faktor yang diduga dapat memengaruhi kekuatan hubungan antara *sustainability report*, *green innovation*, dan *firm value* tersebut adalah struktur tata kelola perusahaan, khususnya *board size*. *Board size* mencerminkan jumlah individu yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. *Board size* yang anggotanya lebih banyak cenderung memiliki berbagai perspektif dan keahlian yang dapat memperkuat *sustainability report*, *green innovation*. Namun, *board size* dengan jumlahnya yang lebih sedikit juga bisa membuat keputusan lebih cepat, tapi mungkin tidak memiliki cukup tenaga dan keahlian untuk menangani masalah *sustainability report* yang rumit.

Penelitian oleh Menglo *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa dinamika, *board size* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon sebagai bagian dari upaya keberlanjutan. Akan tetapi menurut Febriyani *et al.*,

2023) *board size* tidak berpengaruh terhadap *free cash flow* dan *risk taking*. Oleh karena itu, *board size* dipertimbangkan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh *sustainability report* dan *green innovation* terhadap *firm value*.

Dalam penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu Mulyadi & Maulana, (2022). Gap dalam penelitian tersebut memiliki berbagai hasil yang berbeda, oleh karena itu peneliti termotivasi untuk meneliti dengan keterbaruan menambahkan variabel *sustainability report*, *board size* sebagai variabel moderasi dan mengganti *firm value* sebagai variabel dependen. Lalu dengan adanya fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *sustainability report* dan *green innovation* terhadap *firm value*, serta mengeksplorasi peran moderasi *board size* dalam hubungan tersebut. Fokus pada perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024 diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis, khususnya bagi manajemen perusahaan, investor, serta pembuat kebijakan dalam menyusun strategi keberlanjutan yang efektif dan bernilai jangka panjang.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat tertuju secara khusus dan tidak meluas, maka peneliti menetapkan beberapa batasan sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur di BEI periode 2021–2024.

2. *Sustainability report* dianalisis berdasarkan indeks GRI dari laporan tahunan atau laporan terpisah.
3. *Green innovation* mencakup inovasi produk, proses, dan teknologi ramah lingkungan yang terdokumentasi.
4. *Firm value* diukur dengan Tobin's Q.
5. *Board size* sebagai variabel moderasi dihitung dari jumlah anggota dewan direksi.

C. Rumusan Penelitian

Dengan penetapan latar belakang dan batasan masalah yang demikian, perumusan masalah diajukan dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *sustainability report* dapat berpengaruh terhadap *firm value*?
2. Apakah *green innovation* dapat berpengaruh terhadap *firm value*?
3. Apakah *board size* mampu memoderasi pengaruh *sustainability report* terhadap *firm value*?
4. Apakah *board size* mampu memoderasi pengaruh *green innovation* terhadap *firm value*?

D. Tujuan Penelitian

Dengan penetapan latar belakang dan batasan masalah yang demikian, perumusan masalah diajukan dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris antara *sustainability report* terhadap *firm value*.
2. Untuk menguji secara empiris *green innovation* terhadap *firm value*.

3. Untuk menguji secara empiris *board size* memoderasi pengaruh antara *sustainability* terhadap *firm value*.
4. Untuk menguji secara empiris *board size* memoderasi pengaruh antara *green innovation* terhadap *firm value*.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun beberapa kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu :

1. Teoritis
 - a. Sebagai acuan untuk penelitian mendatang: Hasil penelitian ini dapat menjadi fondasi bagi studi lanjutan yang ingin mengeksplorasi model lain atau menganalisis variabel-variabel berbeda yang memengaruhi nilai perusahaan.
 - b. Mendukung pengembangan teori: Penelitian ini dapat memperkuat atau menguji ulang teori-teori yang ada, seperti teori stakeholder atau teori agensi, dengan sudut pandang baru.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Untuk pengelola perusahaan: Studi ini memberikan pemahaman tentang pentingnya *sustainability report* dan *green innovation* dalam meningkatkan *firm value*, serta bagaimana *board size* dapat memengaruhi hubungan tersebut secara strategis.
 - b. Bagi para investor: Penelitian ini memiliki informasi berharga untuk pengambilan keputusan investasi, menunjukkan bahwa perusahaan yang fokus pada *sustainability report* dan *green innovation* n

cenderung memiliki nilai lebih tinggi, tergantung pada efektivitas pengawasan dewan.

- c. Untuk pemerintah: Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merancang regulasi yang mendorong praktik *sustainability report* dan *green innovation* di dunia korporasi.