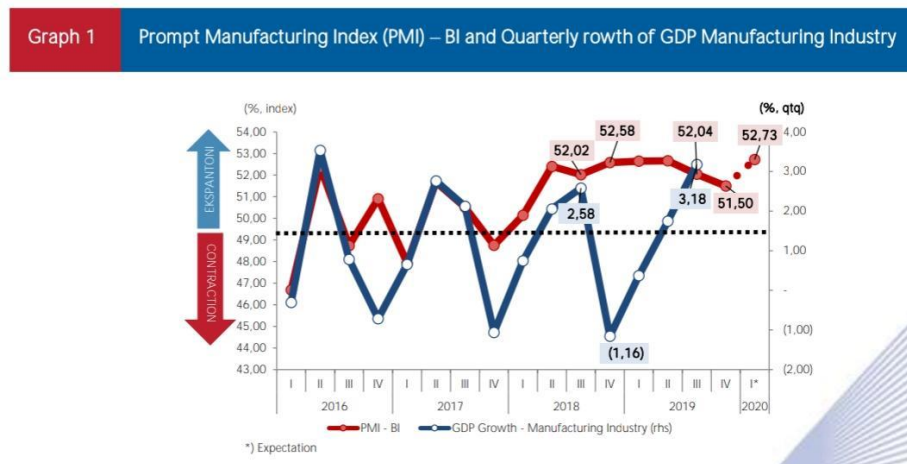


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Integrasi ekonomi dunia mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin meningkat tidak terkecuali perusahaan manufaktur di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa industrialisasi memberikan dampak yang positif bagi perekonomian di Indonesia, dengan kata lain sektor industri manufaktur menjadi penyumbang nilai tambah yang dominan dan telah tumbuh pesat mengimbangi laju pertumbuhan sektor pertanian. Seperti yang kita ketahui perusahaan manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industri di sebuah Negara. Perkembangan tersebut dapat dilihat baik dari aspek kualitas produk maupun kinerja industri secara keseluruhan.



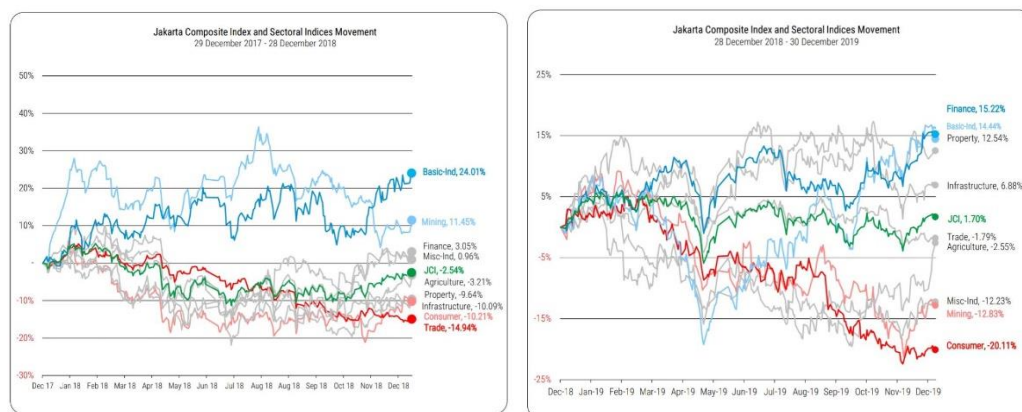
Sumber : *Prompt Manufacturing Index (PMI)* (Bank Indonesia, 2019)

Gambar 1. 1 Prompt Manufacturing Index (PMI) 2017-2019

Berdasarkan gambar 1.1 sektor industri manufaktur sepanjang triwulan I pada tahun 2019 menunjukkan kinerja yang positif. Hal tersebut ditunjukkan dalam nilai *Prompt Manufacturing Index* (PMI) yang dirilis oleh Bank Indonesia (BI) pada triwulan I-2019 berada di angka 52,65%, lebih tinggi dari triwulan IV-2018 sebesar 52,58%. Angka tersebut menunjukkan sektor industri manufaktur berada pada level ekspansif, sejalan dengan pertumbuhan kegiatan usaha pada sektor industri manufaktur pada triwulan I-2019. Pada tingkat ASEAN, PMI manufaktur Indonesia pada Maret 2019 menempati peringkat ke-4 atau mampu melampaui capaian Thailand (50,3), Singapura (47,9), dan Malaysia (42,7). Menteri Perindustrian (Menperin) mencatat investasi di sektor industri manufaktur terus mengalami

pertumbuhan yang signifikan, pertumbuhan tersebut memberikan efek yang baik baik perekonomian nasional, seperti perluasan lapangan kerja, peningkatan kualitas serta nilai ekspor (Kemenperin, 2019).

Kegiatan bisnis dalam perusahaan manufaktur seringkali disebut sebagai proses produksi, Bursa Efek Indonesia sendiri mengkategorikan perusahaan manufaktur ke dalam beberapa sektor dan sub sektor. Untuk sektor perusahaan manufaktur terbagi menjadi 3 yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi.



Sumber: Bursa Efek Indonesia (2019)

Gambar 1. 2 Statistik IHSG Tahun 2017-2019

Berdasarkan gambar 1.2 menjelaskan pada tahun 2017 sektor industri dasar dan kimia di Bursa Efek Indonesia (BEI) berhasil mencatat pertumbuhan sebesar 17,08% *year to date* (ytd). Pada tahun 2018, sektor ini mengalami kenaikan hingga 24,01% *year to date* (ytd) atau menjadi sektor dengan kenaikan terbesar. Sektor industri dasar dan kimia masih mampu meningkat saat Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang masih melemah tipis 3,02% ytd. Sedangkan pada tahun 2019, BEI mencatat indeks sektor industri dasar dan kimia tumbuh 14,44% *year to date* (ytd) atau menjadi sektor yang pertumbuhannya paling tinggi kedua setelah sektor keuangan (Rahmawati, 2019).

Dari fenomena tersebut dapat diketahui bahwa sektor industri dasar dan kimia berhasil mencatatkan pertumbuhan saham yang cukup tinggi dari tahun 2017-2019. Pertumbuhan tersebut akan selalu menjadi peluang dan prospek yang positif untuk sektor industri dasar dan kimia karena para investor beranggapan bahwa berinvestasi di pasar modal pada sektor tersebut menjadi prospek yang baik untuk

memperoleh keuntungan yang diharapkan serta dijadikan sebagai tambahan sumber modal. Oleh karena itu, dengan kondisi yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor industri dasar dan kimia inilah yang menjadikan penulis memilihnya sebagai objek dalam penelitian ini, dikarenakan perusahaan sektor industri dasar dan kimia merupakan sektor yang memiliki peran yang cukup penting terhadap perekonomian Indonesia. Hal tersebut akan meningkatkan daya saing bagi sektor industri dasar dan kimia, dikarenakan perusahaan telah meningkatkan nilai perusahaan sebagai sebuah proses dinamis untuk pengambilan keputusan bagi kesejahteraan pemegang saham.

Kesejahteraan pemegang saham dapat ditingkatkan melalui nilai perusahaan. Menurut teori perusahaan (*theory of the firm*) tujuan normatif perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan merupakan nilai harga pasar dari perusahaan karena dapat memberikan kemakmuran bagi para investor atau pemegang saham apabila harga saham tersebut meningkat. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur investor memilih keputusan saham perusahaan mana yang dapat dijadikan investasi (Aviyanti & Isbanah, 2019). Dengan kata lain, nilai perusahaan akan memicu persepsi investor dalam tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin dalam harga saham. Tingginya harga saham mengindikasikan bahwa nilai perusahaan juga tinggi, hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor baik di masa kini ataupun di masa depan.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal tersebut menunjukkan bahwa meningkatnya laba dari suatu perusahaan akan memberikan sinyal positif bagi investor karena kinerja perusahaan yang akan meningkat akan memberikan dampak terhadap kesejahteraan pemegang saham (Lusiana & Agustina, 2017; Rudangga & Sudiarta, 2016; Indriyani, 2017). *Leverage* juga berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal tersebut menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan perusahaan sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula (Rahayu & Sari, 2018; Rudangga & Sudiarta,

2016). Kemudian ukuran perusahaan juga berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan karena perusahaan yang besar bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi (Rudangga & Sudiarta, 2016; Rahayu & Sari, 2018)

Pertumbuhan industri yang maju berbanding lurus dengan meningkatnya pencemaran yang dihasilkan dari proses produksi industri seperti limbah produksi yang dapat meningkatkan pencemaran udara dan air pada tingkat yang membahayakan (Agustia, dkk, 2019). Permasalahan mengenai lingkungan hidup merupakan salah satu topik penting dalam pembahasan ekonomi global saat ini. Tingginya harapan masyarakat mengenai pentingnya perusahaan untuk menjadi lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Pada tahun 2019 Indonesia menempati peringkat 9 di dunia sebagai Negara paling berpolusi (IQ Air, 2020).

Secara keseluruhan, industri manufaktur merupakan sektor pengguna energi terbesar kedua setelah sektor transportasi yang hampir keseluruhannya menggunakan BBM, sedangkan sektor industri menggunakan batu bara, listrik, gas, biomassa, dan energi terbarukan lainnya. Konsumsi energi yang paling besar di sektor industri terdapat pada industri makanan, minuman dan tembakau dengan porsi 18,5%. Diikuti oleh industri pupuk, kimia, dan barang dari karet (18,1%), industri semen dan barang galian bukan logam (17,2%), industri tekstil, barang dari kulit, dan alas kaki (17%), serta industri logam dasar, besi, dan baja (9,7%) (Hidayat, 2020). Selain itu, Permintaan listrik di Indonesia meningkat pesat akibat pertumbuhan ekonomi yang disertai dengan urbanisasi dan industrialisasi. Dalam konteks perubahan iklim, ditemukan bahwa peralatan dan penerapan yang efisien dapat mencapai 27% dari target penurunan emisi yang dibebankan kepada sektor energi (theconversation.com, 2020).

Terjadinya kerusakan lingkungan, mendorong pemangku kepentingan untuk mewajibkan perusahaan peduli pada alam dan lingkungan sekitar. Untuk menangani masalah lingkungan Pemerintah Republik Indonesia memperketat regulasi terkait lingkungan diantaranya adalah peraturan terbaru UU Lingkungan No. 46 tahun 2017 tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan. Kepala Bidang Manajemen dan Fasilitas Industri Hijau Kementerian Perindustrian Emmy Suryandari menyatakan bahwa Program Penghargaan Industri Hijau Kemenperin

telah berkontribusi terhadap penghematan energi sebesar 11.381 *terajoule* (TJ) atau Rp. 3.5 Triliun, rata-rata efisiensi energi pada tahun 2019 adalah 9.84 persen (EBTKE, 2020). Hal tersebut berkat inovasi yang terus dilakukan oleh dunia usaha untuk mengelola lingkungan. Tercatat 806 inovasi yang berkaitan dengan Efisiensi Energi, Penurunan Emisi, *Reduce Reuse Recycle* (3R) Limbah B3, 3R Limbah Non B3, Efisiensi Air & Penurunan Beban Pencemaran dan Keanekaragaman Hayati. Dengan adanya fenomena tersebut diharapkan akan mengurangi dampak perusahaan terhadap lingkungan dan secara bersamaan menciptakan nilai lebih bagi perusahaan.

Faktor-faktor yang menyebabkan naik atau turunnya nilai perusahaan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh dua faktor, faktor yang pertama diantaranya adalah *eco-efficiency*. Akuntansi lingkungan berperan mencapai *eco-efficiency* usaha yaitu dengan mempertahankan produksi barang dan jasa yang lebih bermanfaat namun tetap dapat mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan (Hansen & Mowen, 2007). *Eco-efficiency* akan berfungsi sebagai pengontrol manajemen untuk mengurangi dampak perusahaan terhadap lingkungan dan secara bersamaan menciptakan nilai lebih bagi pemegang saham (Sinkin, dkk. 2008). Mengurangi dampak lingkungan atau memulihkan ekosistem menciptakan sebuah tuntutan substansial pada sumber daya perusahaan. Tuntutan ini merupakan biaya yang perlu dipertanggungjawabkan mengarah pada konsep *eco-efficiency* (Meutia, dkk, 2019).

Dalam upaya melestarikan lingkungan, akuntansi lingkungan berperan melalui pengungkapan sukarela dalam laporan keuangannya terkait dengan biaya lingkungan. Biaya lingkungan dan *eco-efficiency* menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam konsep *Environmental Management Accounting* (EMA) atau lebih dikenal dengan akuntansi manajemen lingkungan. Akuntansi manajemen lingkungan merupakan salah satu konsep akuntansi lingkungan yang digunakan untuk mengelola biaya lingkungan yang ditimbulkan oleh suatu proses dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Paru & Nahartyo, 2018). Menurut Kurniati, dkk (2018), EMA berperan menunjang pengambilan keputusan stakeholder dalam berinvestasi, dikarenakan penerapan EMA membentuk kebiasaan yang dapat mengurangi polusi dan meminimalisasi limbah dalam suatu industri sehingga akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Dengan mengimplementasikan konsep EMA diharapkan dapat memberikan dampak yang positif kepada perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan lingkungan, sehingga *eco-efficiency* dapat ditingkatkan. Perusahaan yang menerapkan konsep *eco-efficiency* akan mendapatkan banyak keuntungan. Dari perspektif internal, bisnis perusahaan memiliki kemampuan dalam meminimumkan biaya produksi (Burritt & Saka, 2006). Penekanan biaya produksi akan memberikan dampak lanjutan bagi peningkatan laba perusahaan, sedangkan dari perspektif eksternal akan memperoleh semacam manfaat dari kebijakan lingkungan, peraturan, akses yang lebih baik bagi keuangan dan nilai tambah bagi perusahaan.

Pada saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat, perusahaan dituntut untuk menghadapinya dengan cara yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Munculnya pesaing atau kompetitor dalam sebuah bisnis menciptakan persaingan pasar yang kuat. Salah satu sumber persaingan sebuah bisnis adalah persaingan pasar produk atau *product market competition*. Oleh karena itu, faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *product market competition*. Menurut Porter (2008), *Product market competition* dalam suatu industri akan memicu perusahaan untuk terus melakukan inovasi yang akan membuat perusahaan mengalami kemajuan sehingga nilai perusahaan semakin meningkat.

Kementerian perindustrian terus mendorong pelaku industri dalam menerapkan industri hijau hingga mencapai tingkat *beyond compliance*, yaitu penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan dalam proses produksi suatu industri. Fenomena yang terjadi pada tahun 2020 yaitu PT Solusi Bangun Indonesia Tbk (SBI) yang merupakan anak usaha PT Semen Indonesia (Persero), berhasil meraih penghargaan PROPER Hijau. Pencapaian industri hijau tersebut memberikan pengaruh pada pemanfaatan sumber daya yang lebih efisien, seperti penggunaan air dan energi, sehingga memberikan dampak pada penurunan biaya produksi sekaligus meningkatkan daya saing industri (Mahadi, 2021). Oleh karena itu, meningkatnya persaingan pasar produk akan memperkuat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan yang akan menjadikan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri karena perusahaan akan berusaha untuk menciptakan inovasi terbaru mengenai produk yang ramah lingkungan, hal tersebut akan membantu

pelaku bisnis mencapai pembangunan berkelanjutan, meningkatkan kualitas produk serta mengoptimalkan sumber daya sekitar (Dewi & Rahmianingsih, 2020).

Fenomena yang terjadi menurut Ketua Umum Gabungan Perusahaan Indonesia (GPEI) Benny Soeistrino adalah selama ini para pengusaha kesulitan memacu ekspornya ke mitra dagang non tradisional dikarenakan produk-produk asal Indonesia lebih mahal dibandingkan dengan barang-barang dari Negara kompetitor. Kondisi tersebut terjadi kepada produk-produk manufaktur, menurutnya persoalan biaya tenaga kerja dan ongkos energi yang tinggi, serta akses pembiayaan bagi eksportir harus dituntaskan dalam waktu dekat demi menunjang kinerja industri manufaktur berbasis ekspor (Andri, 2019). Oleh karena itu, kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar sangatlah penting. Salah satu strategi perusahaan untuk unggul dalam persaingan pasar adalah efisiensi produk. Dengan adanya efisiensi tersebut, selain menghemat sumber daya alam yang semakin terbatas, juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Bundgaard dkk, 2017).

Dengan adanya efisiensi produk akan menciptakan nilai-nilai yang berbeda diantara para pesaing seperti kemampuan untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan. Kualitas produk atau layanan yang unggul akan meningkatkan reputasi, dan reputasi yang ditingkatkan ini akan membantu perusahaan untuk unggul dalam persaingan (Fernandez-kranz, 2004). Persaingan produk menentukan kelangsungan hidup perusahaan karena keunggulan dalam bersaing akan meningkatkan penjualan. Selain itu, peningkatan penjualan akan meningkatkan keuntungan untuk membantu kelangsungan bisnis perusahaan dan dalam kondisi tersebut perusahaan diharapkan dapat memenangkan kompetisi pasar.

Seperti yang kita ketahui penelitian mengenai *eco-efficiency* sudah banyak dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Panggau & Septiani (2017), Osazuwa & Che-ahmad (2016), Wusono & Matusin (2019), Aviyanti & Isbanah (2019), Mikial, dkk (2020). Dalam penelitian tersebut hanya membahas mengenai dampak penerapan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan dan diperkuat dengan variabel moderasi seperti *leverage*, *profitabilitas*, *company size*, dan sebagainya. Namun, belum banyak ditemukan penelitian yang meneliti *eco-efficiency* yang diperkuat dengan *product market competition* terhadap nilai perusahaan, karena

dengan adanya persaingan bisnis yang kuat akan memperkuat kepedulian terhadap lingkungan yang akan memberikan nilai yang lebih baik untuk perusahaan. Diharapkan dengan adanya inovasi sebuah efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan nilai yang lebih baik untuk perusahaan, sehingga perusahaan memiliki kemampuan untuk bersaing yang akan meningkatkan pertumbuhan, produktivitas, dan keuntungan bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *eco-efficiency* dengan nilai perusahaan, selain itu hubungan keduanya dimoderasi oleh *product market competition*. Dari latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah perusahaan sektor industri dasar dan kimia di Indonesia sudah menerapkan konsep *Environmental Management Accounting* (EMA) sebagai bentuk penerapan *eco-efficiency* dalam proses produksinya, selain itu mengetahui apakah kompetisi pasar berperan sebagai suatu hal yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *eco-efficiency* dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, judul dalam penelitian ini **“Pengaruh Eco-Efficiency terhadap Nilai Perusahaan dengan *Product Market Competition* Sebagai Variabel Moderasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, secara garis besar rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *product market competition* terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *product market competition*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *product market competition* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *Product Market Competition*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai penerapan *eco-efficiency* dalam meningkatkan nilai perusahaan yang diperkuat dengan adanya *product market competition*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi regulator

Sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi para investor pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, serta memilih perusahaan yang ikut serta dalam pelestarian lingkungan.

b. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini perusahaan diharapkan dapat melakukan evaluasi terhadap kegiatan produksi yang telah di rencanakan untuk meninjau kegiatan bisnis dalam perusahaan dengan melakukan efisiensi produk dan melakukan pengurangan limbah untuk meminimalkan risiko terhadap lingkungan akibat kegiatan produksi.