

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu faktor penting yang dapat membantu perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif adalah kinerja perusahaan, terutama dalam aspek keuangannya. Kinerja keuangan merupakan bentuk evaluasi yang didasarkan pada efisiensi dan efektivitas pengelolaan anggaran selama periode waktu tertentu. Kinerja keuangan dipercaya dapat memberikan gambaran kepada investor tentang tingkat keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan kekayaan pemegang saham merupakan tujuan dari setiap perusahaan atau dapat diartikan dengan perusahaan memaksimalkan nilai saham di mana dalam prosesnya tentu terdapat risiko yang diambil demi mewujudkan tujuan tersebut. Kinerja keuangan dapat bernilai positif atau negatif tergantung perusahaan tersebut menjalankan operasi bisnisnya (Isbanah, 2018; dan Ernawati, 2021).

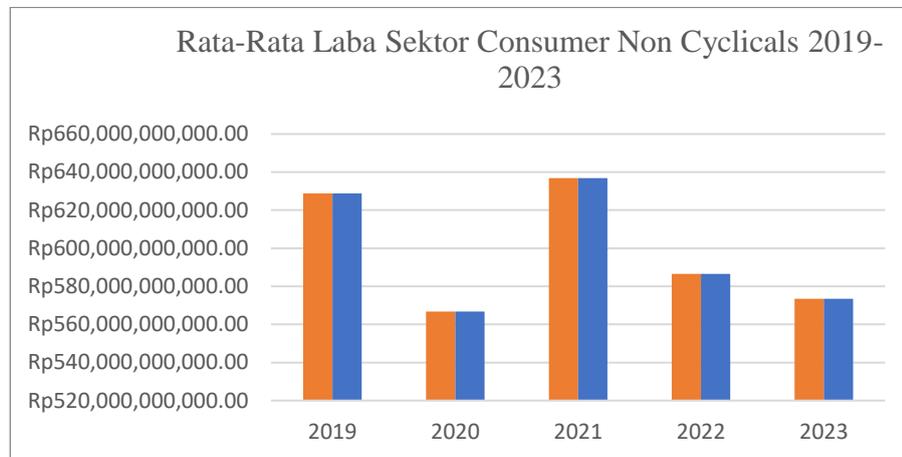
Bagi internal perusahaan, kinerja perusahaan terutama pada keuangannya diperiksa supaya perusahaan dapat menentukan tolak ukur atau pencapaian saat ini atas aktivitas yang dilakukan selama satu periode terakhir. Pihak internal yang memiliki kepentingan atau yang membutuhkan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan terdiri dari pemilik perusahaan (*owner*), pemilik perusahaan dalam hal ini memiliki kepentingan untuk melihat kondisi keuangan perusahaannya. Selanjutnya yaitu pihak manajemen, pihak manajemen dalam hal ini membutuhkan informasi mengenai kinerja yang bertujuan untuk mengevaluasi terhadap kinerja perusahaan apakah kinerja yang dilakukan sudah memenuhi target (Sukmawati, *et al* 2022)

Bagi eksternal, menganalisis kinerja keuangan berguna untuk menentukan peluang investasi potensial dan untuk menentukan apakah perusahaan

tersebut layak bagi pihak eksternal tersebut. Selanjutnya, pihak yang berkepentingan atau membutuhkan laporan kinerja keuangan yaitu Kreditor. Kreditor tertarik pada likuiditas perusahaan (penilaian likuiditas perusahaan). Selain Kreditor, pemegang obligasi juga berkepentingan pada perusahaan, terutama dengan menilai kemampuan arus kasnya. Mereka memperhatikan struktur modal, sumber dan penggunaan dana, profitabilitas dari waktu ke waktu dan proyeksi laba masa depan. Sebaliknya, investor lebih fokus pada pendapatan saat ini dan pendapatan yang diharapkan di masa mendatang, serta stabilitas pendapatan, yang mencerminkan profitabilitas dan posisi keuangan perusahaan. Di sisi lain, manajer memiliki kepentingan untuk meningkatkan pengendalian internal, posisi keuangan, dan kinerja. Mereka menilai posisi keuangan perusahaan saat ini, mengevaluasi peluang masa depan berdasarkan posisi yang ada, dan mengukur laba atas investasi berbagai aset perusahaan. (Sukmawati, *et al* 2022).

Adapun tujuan kinerja keuangan sendiri yaitu salah satunya supaya dapat melihat tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola keuangannya, terutama dalam situasi *liquid*, serta besarnya kecukupan modal dan profitabilitas perusahaan yang dapat dicapai pada kuartal ini dan sebelumnya (Azhar Cholil 2021). Baik atau buruknya kinerja keuangan dapat di lihat dari beberapa indikator salah satunya yaitu profitabilitas. Profitabilitas kinerja keuangan merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasional bisnisnya selama satu periode. Profitabilitas juga mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya dan mengukur seberapa baik perusahaan dapat menciptakan keuntungan dari penjualan atau aset yang dimilikinya. Idealnya kinerja keuangan yang baik yaitu menunjukkan adanya peningkatan laba atau laba stabil yang dihasilkan setiap kuartal berjalan. Jika laba yang dihasilkan perusahaan menunjukkan nilai yang fluktuatif atau bahkan mengalami penurunan hal tersebut menandakan adanya masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

Beberapa perusahaan yang mengalami pelemahan seperti INDF, AMRT dan MIDI. Berikut merupakan data yang menunjukkan kondisi laba perusahaan pada Sektor *Consumer Non Cyclical*s periode 2019-2023.



(Sumber : BEI, 2024)

Gambar 1. 1 Rata rata Laba Sektor Non Cyclical 2019-2023

Grafik 1.1 mengindikasikan bahwa Sektor *Consumer Non Cyclical*s mengalami nilai laba atau jumlah laba yang fluktuatif. Pada tahun 2021 menjadi puncak tertinggi perolehan harga saham selama 5 tahun terakhir, kemudian tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 50 M dan di tahun berikutnya turun sebesar 13M. Hal tersebut menunjukkan adanya masalah terkait dengan kinerja keuangan perusahaan. Pada dasarnya investor menginginkan *return* yang tinggi, *return* dapat berupa *Capital gain* atau dividen. Dividen dibayarkan oleh perusahaan yang berasal dari laba bersih perusahaan selama periode berjalan, laba yang menurun akan berpengaruh terhadap jumlah dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham. Jika hal tersebut terjadi maka dapat mengurangi kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan dan juga meningkatnya volume perdagangan disebabkan oleh banyaknya investor yang menjual saham untuk mengurangi tingkat kerugian yang mungkin akan terjadi di masa depan. Hal tersebut dapat mengakibatkan perusahaan akan kesulitan dalam mendapatkan sumber pendanaan eksternal, ketika modal tidak cukup maka akan sangat mengganggu kinerja keuangan perusahaan. (Wibowo & Handoko, 2019). Dalam hal ini, selain laporan pertanggungjawaban,

perusahaan juga menyusun laporan keuangan untuk mencatat dan melaporkan kinerja keuangan serta operasionalnya. Salah satu metode yang sering digunakan untuk mengukur kinerja keuangan adalah Return on Assets (ROA). ROA merupakan rasio yang menilai seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Jika kondisi kinerja keuangan perusahaan baik, maka operasional bisnis dapat berjalan dengan lancar. Ketika operasional berjalan dengan baik, pendapatan yang dihasilkan pun meningkat. Pendapatan yang tinggi akan berdampak pada peningkatan laba, yang pada akhirnya membuat ROA juga meningkat. Dengan kata lain, ROA yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sehat. (Wibowo & Handoko, 2019)

Dalam persaingan pasar yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai upaya untuk dapat mendapatkan keuntungan dan memperbaiki kinerja untuk menarik investor, tetapi mereka lupa bahwa mereka harus memperhatikan sumberdaya yang tidak terbarukan dapat merusak lingkungan. Pemerintah menetapkan sanksi bagi perusahaan yang menyebabkan pencemaran lingkungan, berupa sanksi administratif, denda, dan sanksi atas tindakan sebagaimana diatur dalam UU No. 32 Tahun 2009 mengenai perlingungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Meskipun demikian pemerintah belum memberikan regulasi yang sah untuk mewajibkan format standar penulisan pengungkapan sehingga banyak perusahaan yang masih beranggapan bahwa melakukan pengungkapan lingkungan sifatnya masih sukarela (Masrulloh dan Widiyanti, 2018 dan Wayan, *et al*, 2023).

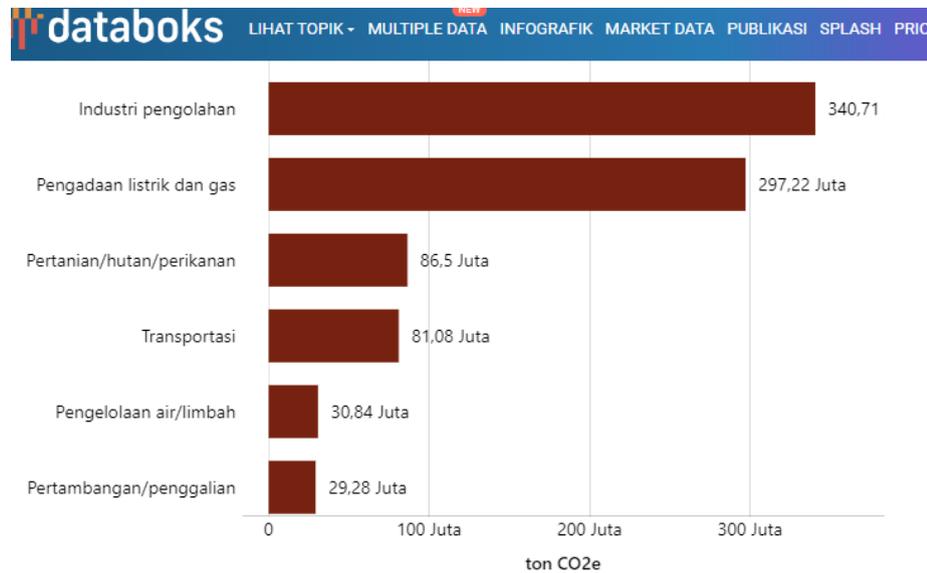
Sektor Consumer Non Cyclical adalah salah satu jenis saham yang diterbitkan oleh perusahaan di mana bisnisnya tidak dipengaruhi oleh musim ataupun suatu kondisi di suatu negara. Barang yang dihasilkan merupakan barang atau jasa yang selalu dibutuhkan masyarakat. Dengan produk yang dihasilkan sangat penting bagi masyarakat maka dalam

pengolahannya sektor ini cukup besar mengeluarkan limbah atau pencemaran lingkungan.

Greenpeace International merilis berita pada 30 November 2023 yang melaporkan bahwa perusahaan Unilever menjual 1.700 sampah plastik saset yang mencemari lingkungan tiap detiknya, berita tersebut mengungkapkan data dan analisis baru yang mengungkap peran Unilever dalam krisis pencemaran plastik. Laporan tersebut menunjukkan bahwa Unilever berada di jalur menuju penjualan 53 miliar saset pada 2023. Investigasi pencemaran ini mencakup wilayah asia, didapatkan bahwa penyebaran sampah plastik saset di perairan Filipina dan Indonesia. Laporan ini juga melihat lambatnya kemajuan Unilever dalam memenuhi target pengurangan kemasan plastiknya, dan lemahnya upaya Unilever dalam beralih dari plastik sekali pakai ke solusi guna ulang. *Greenpeace* menyerukan perusahaan tersebut untuk melakukan perjanjian dengan PBB, dan mendukung perjanjian pembatasan dan mengurangi produksi plastik dimasa mendatang (Greenpeace Indonesian 2023).

Pada kasus ini bukan hanya di suatu wilayah tetapi pencemarannya sudah termasuk masalah internasional. Dengan adanya pencemaran seperti ini maka dapat berdampak pada perhatian para investor yang memperhatikan masalah lingkungan. Investor akan meninjau berulang kali mengenai keputusan yang akan diambil apakah harus menanamkan sahamnya atau tidak. Investor juga mempertimbangkan kinerja manajemen perusahaan tersebut, perusahaan memiliki kampanye kurangi plastik namun pada kenyataannya ditemukan banyak sekali sampah plastik yang tersebar secara luas. Hal ini dapat menimbulkan adanya agency conflict dimana ada ketidaksesuaian antara rencana dengan tindakan yang diambil oleh pihak manajemen, kemudian ini akan merugikan para penyedia dana. Kemudian dari sisi konsmen yang peduli dengan lingkungan akan mengurangi intensitas pembelian produk unilever, yang juga dapat berdampak pada profit perusahaan.

Berikut juga disajikan data bukti yang menunjukkan industri pengolahan secara keseluruhan yang merupakan salah satu penyumbang Co2 dan limbah.



Gambar 1. 2 data Co2 tahun 2022

(Sumber : Databoks.katadata.co.id)

Menurut BPS sepanjang tahun 2022 industri di Indonesia menghasilkan Emisi Gas Rumah Kaca 887,23 juta ton ekuivalen karbon dioksida (CO₂e). Sektor pengolahan menghasilkan 340,71 juta ton CO₂e, setara 38% dari total emisi industri nasional (katadata, 2022). Emisi karbon akan berdampak terhadap perubahan iklim global. Emisi karbon menjadi fokus utama bagi ilmuwan karena perubahan iklim yang semakin cepat. Kemudian peneliti telah menemukan bahwa emisi yang berasal dari aktivitas manusia sebanyak satu triliun ton karbon dapat berpotensi meningkatkan suhu global sekitar dua derajat Celsius (detik.com, 2022)

Baik praktik ramah lingkungan maupun masalah lingkungan terus diperdebatkan. Dengan demikian, akademisi dan praktisi semakin memperhatikan konsep keberlanjutan dan kinerja bisnis (Simmou *et al.*, 2023). Dengan adanya data di atas mengenai peningkatan pencemaran lingkungan, perusahaan-perusahaan melakukan inovasi, baik dari segi

produk maupun proses, untuk menarik perhatian pada perubahan di pasar dan untuk menciptakan nilai lebih atau tetap kompetitif. Inovasi adalah komponen penting dari kesuksesan jangka panjang perusahaan, dan bisnis yang memiliki nilai inovatif akan lebih sukses (Wang *et al.*, 2024).

Fokus dari penerapan *Green Process Innovation* yaitu tentang bagaimana perusahaan tersebut menciptakan suatu produk dengan menerapkan rangkaian proses yang memperhatikan kondisi lingkungan, yaitu fokus pada kegiatan produksi yang meminimalisir konsumsi sumber daya dan energi serta meningkatkan efisiensi sumber daya dan energi. Pengurangan emisi dan intensitas secara keseluruhan merupakan hasil akhir dari kemajuan teknologi dalam pengolahan akhir. Mengubah proses atau peralatan dapat membantu mengurangi polusi pada akhir proses industri. Keberhasilan kelangsungan hidup sebuah perusahaan dapat dilihat dari bagaimana perusahaan bereaksi cepat dan tanggap terhadap perubahan yang terus terjadi. Inovasi dan Teknologi merupakan dua hal yang mencerminkan adanya suatu perubahan, diketahui bahwa inovasi dan teknologi merupakan penting dalam meningkatkan kinerja yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dalam menghadapi kedinamisan pasar (Witjaksono & Amir, 2022). Kemampuan bisnis untuk menghasilkan inovasi mungkin lebih penting daripada sebelumnya karena tingkat persaingan yang tinggi dan waktu daur hidup produk yang lebih pendek. Inovasi memungkinkan bisnis untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan menerapkan inovasi, bisnis akan mudah bereaksi dan beradaptasi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan tetap mempertahankan daya saingnya (Artz *et al.*, (2010), dan YZ Wang *et al.*, (2024).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Xuemei Xie, *et al.*, (2019) dan Wang Zhao Yan (2024) menunjukkan *Green Process Innovation* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.. Pengembangan produk ramah lingkungan atau *Green Product Innovation*

berkaitan erat dengan perluasan kompetensi, meningkatkan citra ramah lingkungan, dan meningkatkan kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ji, H., *et al.*, (2024) dan Liu, (2024) menunjukkan hasil bahwa *Green Process* berpengaruh negatif terhadap Kinerja keuangan.

Penerapan *Green Product Innovation* yang berfokus pada penerapan desain produk dan kemasan yang tidak menimbulkan pencemaran atau senyawa beracun dan meningkatkan efisiensi produk. *Green Product Innovation* merupakan tindak lanjut dari adanya *Green Process Innovation*. Mengembangkan *Green Product Innovation* merupakan teknik inovasi yang dapat mengurangi dampak buruk pada lingkungan. Hal ini membantu bisnis mengurangi atau menghilangkan polusi dan mematuhi peraturan lingkungan, serta meningkatkan reputasi mereka di mata masyarakat. *Green Product Innovation* tersebut akan menjadikan sebuah sinyal positif bagi para penyedia dana atau investor, jika para investor tertarik untuk menanamkan modalnya maka ini akan berkorelasi dengan pendapatan, meningkatnya saham dan juga kinerja keuangan perusahaan akan lebih stabil. Penerapan *Green Product Innovation* akan menghindarkan perusahaan dari sejumlah denda pemerintah akibat pencemaran lingkungan yang ditimbulkan oleh proses produksi atau produk itu sendiri. Tujuan dari *Green Product Innovation* yaitu untuk memenuhi permintaan konsumen sekaligus meminimalkan dampak negatif terhadap ekosistem selama umur produk dan inovasi produk sangat penting untuk mencapai pertumbuhan serta kelestarian lingkungan. Jika perusahaan berinvestasi pada penerapan Produk Ramah Lingkungan, maka hal ini dapat meningkatkan peluang perusahaan dalam menghindari sanksi peraturan dan dampak buruk terhadap lingkungan dilihat dari sisi regulasi, serta meningkatkan saluran penjualan baru dan meningkatkan kesuksesan produk ramah lingkungan secara keseluruhan (Wang Zhao Yan, 2024).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Xuemei Xie, *et al* (2019) dan Wang Zhao Yan (2024) menunjukkan hasil *Green Product Innovation*

berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Pengembangan produk ramah lingkungan atau *Green Product Innovation* berkaitan erat dengan perluasan kompetensi, meningkatkan citra ramah lingkungan, dan meningkatkan kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ji, H., *et al* (2024) dan Ai, (2024) menunjukkan hasil bahwa *Green Product* berpengaruh negatif terhadap Kinerja keuangan.

Green Process Innovation dan *Green Product Innovation* sendiri merupakan turunan dari *Green Innovation* dimana didalamnya memiliki fokus pada lingkungan, kemudian dapat menimbulkan berbagai pandangan mengenai pengaplikasiannya dalam perusahaan. *Green Innovation* atau inovasi hijau dalam konteks kerjasama akan dikaitkan dengan teori agensi, memiliki hubungan antara prinsipal atau penyedia dana dan agen atau manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai investasi dalam bentuk *Green Innovation* atau teknologi berkelanjutan. Didalam teori agensi akan membahas bagaimana kontrak dan keuntungan bisa dirancang untuk memastikan bahwa agen tidak bertindak diluar dari kepentingan prinsipal, terutama saat mengalami asimetri informasi dan konflik kepentingan. Salah satu masalah yang mungkin muncul yaitu agen atau manajer mungkin tidak termotivasi untuk menerapkan *green innovation* dikarenakan biaya pengaplikasian yang cukup tinggi, return jangka panjang yang tidak langsung terlihat. Kemudian disisi lain, prinsipal mungkin menginginkan penerapan *green innovation* sebagai bentuk investasi jangka panjang dan berkelanjutan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada negara-negara maju. Namun, isu lingkungan seperti pencemaran sampah, limbah dan emisi karbon juga menjadi perhatian besar di negara lain seperti berkembang kita saat ini yaitu negara Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Green Process Innovation* dan *Green Product Innovation* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Sektor *Consumer Non Cyclical* yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023”**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang penelitian di atas:

1. Apakah *Green Process Innovation* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan ?
2. Apakah *Green Product Innovation* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Green Process Innovation* terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Green Product Innovation* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada penulis mengenai hubungan pengaruh *green Process innovation* dan *green product innovation* terhadap kinerja keuangan perusahaan pada sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 hingga 2023.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan mengenai pentingnya lingkungan bagi masyarakat terutama skripsi atau penelitian dan sebagai referensi di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi keuangan dengan pembangunan berkelanjutan sebagai upaya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dengan dukungan *Green Process Innovation*, *Green Product Innovation*.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dilakukan secara sistematis dan terdiri dari lima bab. Adapun deskripsi utama dalam setiap bab skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas masalah dan tujuan penelitian ini, serta keuntungan yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian. Selain itu, ada penjelasan tentang proses penulisan sistematis yang menjelaskan pokok pikiran dari setiap bab pada penelitian ini.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memberikan gambaran tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung variabel penelitian, yaitu *Agency Theory*. Selain itu, bab ini membahas penelitian sebelumnya tentang kinerja keuangan perusahaan, *Green process innovation* dan *Green Product Innovation*. Selain itu, bab ini membahas model pengembangan hipotesis dan model analisis, serta kerangka konseptual yang dapat menggambarkan alur penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan contoh jenis metodologi penelitian apa yang digunakan. Mengidentifikasi variabel penelitian, termasuk variabel independen dan dependen, dan memberikan definisi operasionalnya.

Selain itu, bab ini juga menjelaskan bagaimana peneliti menentukan data dan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Jenis dan sumber data turut serta dijelaskan dalam bab ini dan juga memberitahu bagaimana prosedur pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan mengenai hasil yang diperoleh dari serangkaian proses penelitian yang telah dilakukan dan juga akan disajikan pembahasan hasil penelitian sesuai dengan variabel yang ditentukan pada penelitian ini.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari seluruh temuan yang diperoleh dalam penelitian. Selain itu, bab ini juga menguraikan keterbatasan penelitian serta memberikan saran bagi penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan lebih lanjut.