

BAB I

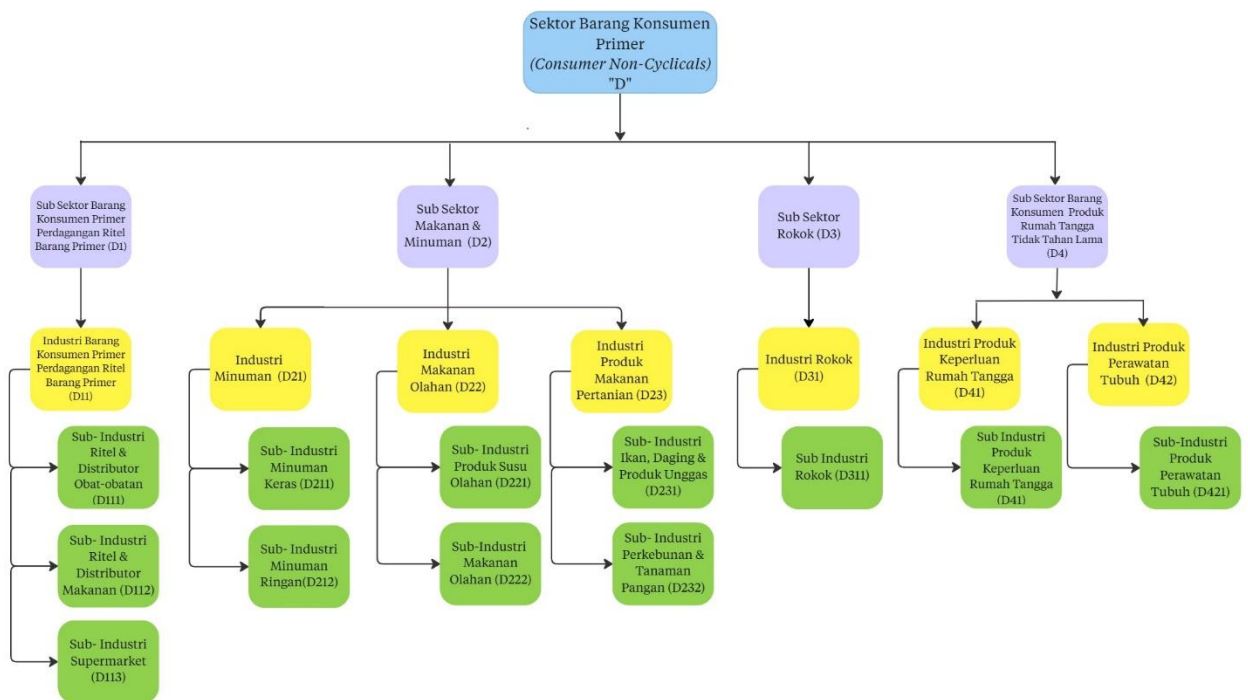
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia atau biasa dikenal juga dengan nama *Indonesia Stock Exchange* (IDX) merupakan badan hukum resmi yang mempunyai tugas sebagai sarana untuk mengatur serta melaksanakan kegiatan perdagangan Efek yang ada di pasar modal. Bursa Efek Indonesia saat ini menerapkan *IDX Industrial Classification* atau IDX-IC dengan menerapkan prinsip berdasarkan eksposur pasar untuk mempermudah investor melakukan analisis yang lebih akurat, sehingga IDX-IC diberlakukan sejak tanggal 25 Januari 2020 untuk pengklasifikasian perusahaan yang tercatat. Dalam pengklasifikasian IDX-IC terdapat 4 tingkatan klasifikasi yang terdiri atas 12 sektor pasar modal, 35 sub-sektor, 69 industri dan 130 sub-industri (BEI, 2021). Hal ini dilakukan Bursa Efek Indonesia untuk mempermudah para pemangku kepentingan dalam mengidentifikasi sektor dan industri perusahaan berdasarkan hasil evaluasi serta justifikasi yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia.

Salah satu sektor pasar modal yang tercatat di Bursa Efek Indonesia adalah Sektor Barang Konsumen Primer (*consumer non-cyclicals*) dengan kode sektor D. Industri Barang Konsumen Primer mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen namun untuk barang yang bersifat anti-siklis atau barang primer/dasar sehingga permintaan barang dan jasa ini tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi, seperti perusahaan ritel barang primer – toko makanan, toko obat-obatan, supermarket, produsen minuman, makanan kemasan, penjual produk pertanian, produsen rokok, barang keperluan rumah tangga, dan barang perawatan pribadi (Idx.co.id, 2021). Atas pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa barang-barang yang diproduksi pada sektor primer tidak dipengaruhi oleh perubahan kondisi ekonomi konsumen barang tersebut karena barang-barangnya merupakan barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh konsumen secara umum.

Oleh karena itu, perusahaan pada sektor barang konsumen primer (*Consumer Non-Cyclicals*) yang pertumbuhannya tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi menjadi keuntungan tersendiri bagi para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan yang terdapat di sektor ini. Berdasarkan Panduan IDX *Industrial Classification* Berikut ini Pembagian sektor barang konsumen primer terdapat beberapa subsektor yaitu :

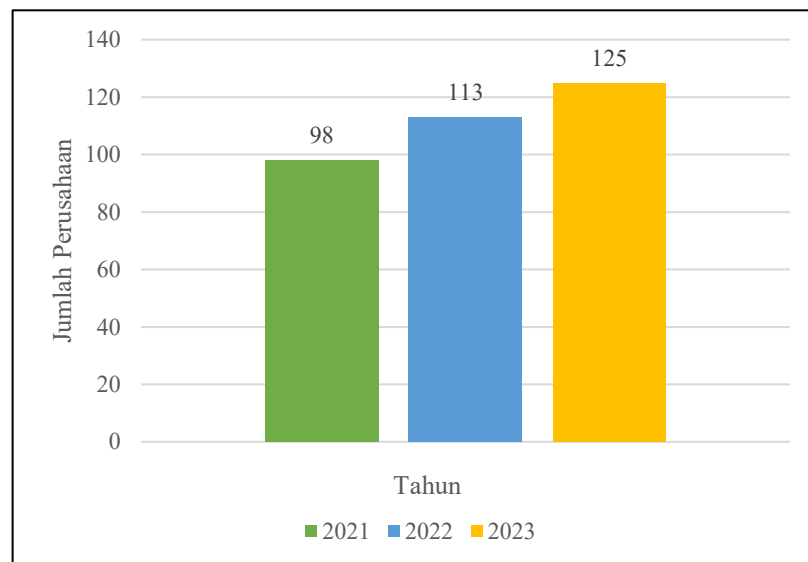


Gambar 1.1 Klasifikasi Sektor Barang konsumen Primer

Sumber: Bursa Efek Indonesia (BEI), data telah diolah (2025)

Gambar 1.1 menguraikan subsektor sektor barang konsumen primer yang yaitu, sub sektor yang pertama adalah perdagangan ritel barang primer, yang mencakup ritel dan distribusi obat-obatan, ritel dan distribusi makanan, serta supermarket. Sub sektor kedua adalah makanan dan minuman, meliputi minuman keras, minuman ringan, produk olahan susu, makanan olahan, ikan, daging dan produk unggas, serta perkebunan dan tanaman pangan. Sub sektor ketiga adalah tembakau, yang terdiri dari rokok. Sub sektor keempat adalah produk rumah tangga tidak tahan lama, mencakup produk keperluan rumah tangga dan produk perawatan tubuh. Sektor barang konsumen primer dinilai memiliki saham yang paling stabil

dari berbagai kondisi serta tidak mudah dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Hal ini diakibatkan karena sektor ini tidak terbatas oleh siklus waktu tertentu, karena merupakan sektor yang memenuhi kebutuhan primer serta pemakaiannya tidak dapat dihilangkan dari kebutuhan sehari-hari.

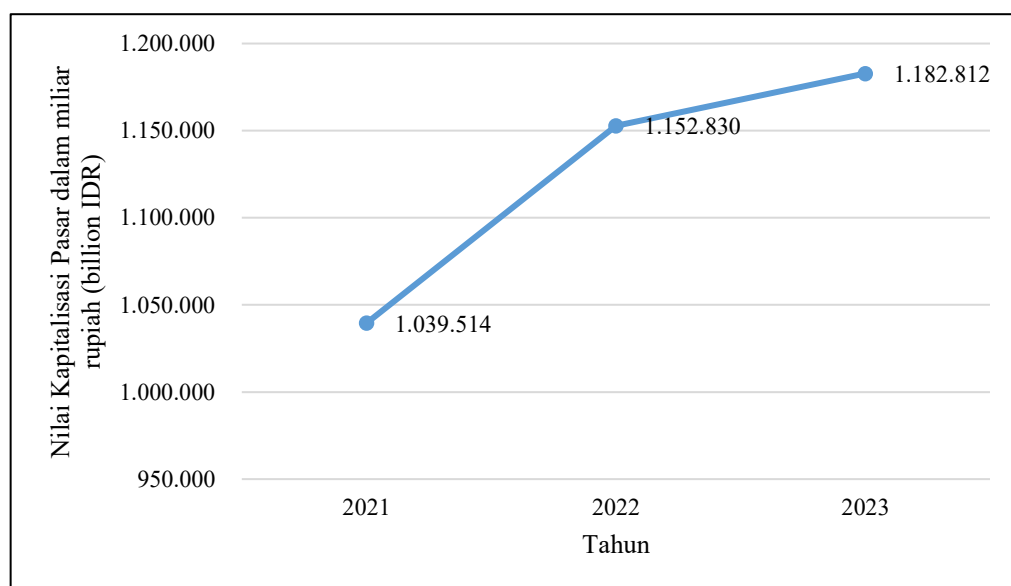


Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Emiten Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di BEI Tahun 2021 - 2023

Sumber: Bursa Efek Indonesia (BEI), data telah diolah (2025)

Gambar 1.2 terlihat bahwa pada Sektor barang konsumen primer dari tahun 2021-2023 terdapat peningkatan jumlah emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa adanya peningkatan jumlah perusahaan sejenis yang memiliki kualifikasi dan dapat terdaftar secara resmi di Bursa Efek Indonesia pada Sektor barang konsumen primer. Jumlah emiten yang tinggi mencerminkan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi. Kapitalisasi pasar tinggi akan berpengaruh oleh berbagai informasi yang dapat mempengaruhi harga karena kapitalisasi pasar merupakan hasil kali antara harga dan jumlah saham yang beredar. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kualitas perusahaan yang ditampilkan ataupun tercatat dalam Laporan Keuangan. Berdasarkan Gambar 1.2 tersebut jumlah emiten Sektor barang konsumen primer dari tahun 2021-2023 juga mengalami rata rata pertumbuhan yang baik yaitu sebesar 12,97%. Untuk Persentase pertumbuhan dari tahun 2021 ke 2022 sebesar 15,31% dengan 15

perusahaan yang baru dan 2022 ke 2023 sebesar 10,62% dengan penambahan 13 perusahaan. Pertumbuhan jumlah perusahaan yang terdaftar dalam sektor ini, menandakan bahwa banyaknya perusahaan-perusahaan tn erkualifikasi yang bertambah setiap tahunnya. kegiatan perusahaan tersebut yang sangat penting sebagai penopang perekonomian masyarakat menjadikan perusahaan go public sehingga dapat menarik minat para investor untuk meningkatkan nilai dan citra perusahaan pada keberlangsungan jangka panjang. Selain itu, Sektor barang konsumen primer dinilai memiliki saham yang paling stabil.

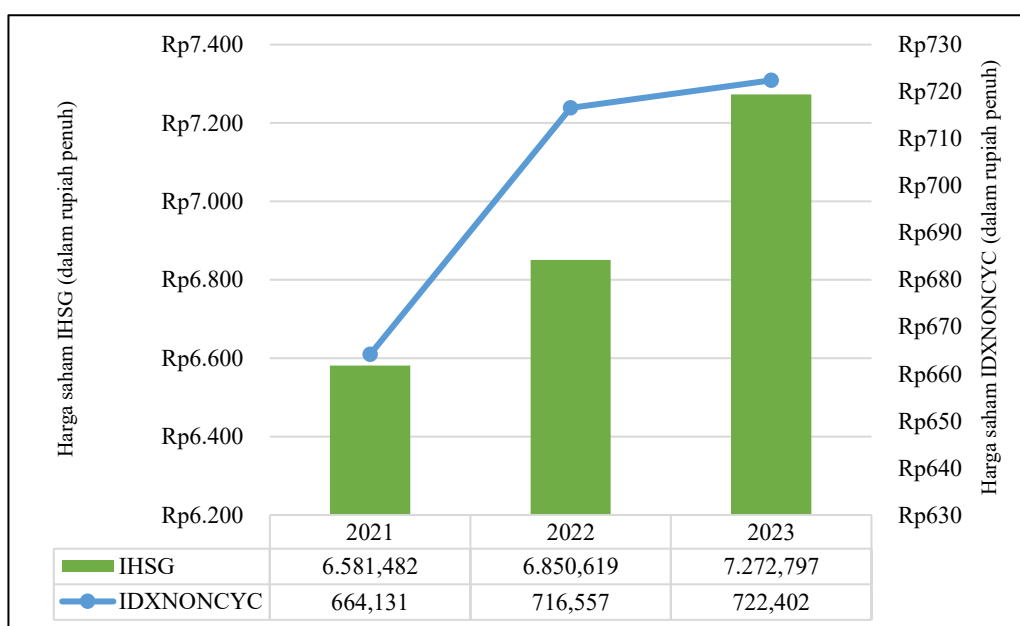


Gambar 1.3 Nilai Kapitalisasi Pasar Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer

Sumber: Bursa Efek Indonesia (BEI), data diolah (2025)

Gambar 1.3 diatas kapitalisasi pasar sektor konsumen primer menunjukkan tren kenaikan dari tahun 2021 hingga 2023. Pada tahun 2021, nilai kapitalisasi pasar tercatat sebesar 1.039.514, kemudian mengalami peningkatan sebesar 113.316 menjadi 1.152.830 pada tahun 2022, yang setara dengan kenaikan 10,89%. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan kinerja subs ektor seperti *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage*, yang mencerminkan permintaan yang stabil terhadap barang konsumsi pokok. Pada tahun 2023, kapitalisasi pasar kembali meningkat sebesar 29.982 menjadi 1.182.812, meskipun laju kenaikan melambat menjadi 2,60% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan laju pertumbuhan ini

dapat disebabkan oleh penurunan kinerja beberapa subsektor, seperti *Tobacco* dan *Nondurable Household Products*, yang mengalami fluktuasi dalam nilai pasar. Alasan utama kenaikan kapitalisasi pasar ini antara lain adalah peningkatan permintaan pasar terhadap barang-barang konsumsi primer, terutama pada subsektor makanan dan kebutuhan pokok sehari-hari. Selain itu, inflasi yang menyebabkan kenaikan harga barang turut meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga berdampak positif pada nilai kapitalisasi pasar.



Gambar 1.4 Perbandingan Harga Saham Gabungan dan Sektor Barang Konsumen Primer Tahun 2021-2023

Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI), data diolah (2025)

Gambar 1.4 menunjukkan pertumbuhan harga saham sektor barang konsumsi primer (IDXNONCYC) dan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dari tahun 2021 hingga 2023. IHSG mengalami tren peningkatan yang konsisten, dari 6.581,482 pada tahun 2021, naik menjadi 6.850,619 pada tahun 2022 (meningkat sekitar 4,09%), dan mencapai 7.272,797 pada tahun 2023, yang merupakan kenaikan sebesar 6,16% dibanding tahun sebelumnya. Di sisi lain, indeks sektor barang konsumsi primer (IDXNONCYC) juga menunjukkan tren yang serupa dengan kenaikan dari 664,131 pada tahun 2021 menjadi 716,557 pada tahun 2022 naik sekitar 7,89%), dan sedikit naik lagi menjadi 722,402 di tahun 2023, yang

berarti hanya mengalami kenaikan sebesar 0,82% dibanding tahun 2022. Peningkatan indeks sektor ini mencerminkan kontribusi positifnya terhadap kenaikan harga IHSG secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan, sektor barang konsumsi primer berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan IHSG dalam tiga tahun terakhir. Kenaikan ini menandakan sektor ini memiliki daya tahan yang kuat selama beberapa tahun terakhir. Dibandingkan dengan sektor lain yang fluktuatif, sektor Konsumen Barang Primer memiliki daya tarik tersendiri bagi investor yang mencari portofolio stabil dan tahan krisis.

Berdasarkan data perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI Periode 2021-2023 memiliki Nilai Kapitalisasi dan Harga Saham yang cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Akan tetapi, hal ini menimbulkan pertanyaan penting apakah kecenderungan harga saham yang naik dan nilai kapitalisasi yang meningkat juga beriringan dengan nilai perusahaan yang baik karena peningkatan harga saham dan kapitalisasi pasar belum tentu mencerminkan kenaikan nilai perusahaan yang sesungguhnya. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan daya tarik bagi investor. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang nilai perusahaan yang didukung oleh faktor yang mempengaruhinya yaitu *Green Innovation, Eco-Efficiency, Growth Opportunity* dan *Good Corporate Governance*.

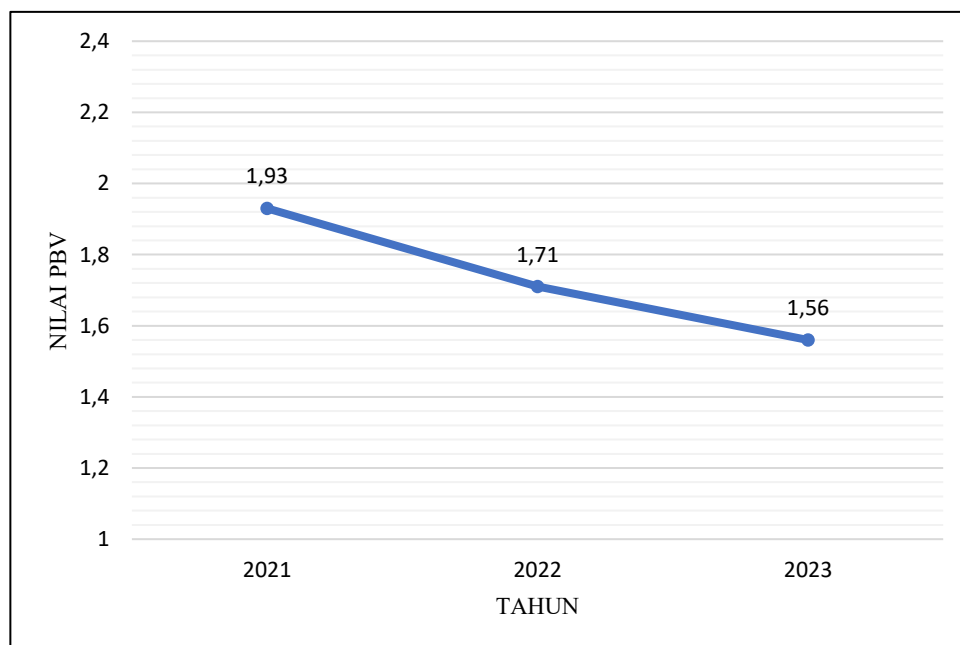
1.2 Latar Belakang

Kelangsungan perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya untuk meningkatkan kinerja agar tujuan finansial dan nonfinansial dapat tercapai. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang tercermin pada harga saham perusahaan (Alifian & Susilo, 2024). Dengan meningkatnya nilai perusahaan, harga saham juga akan naik dan memberikan keuntungan optimal bagi para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham (Rossa et al., 2023). Persepsi positif dari investor terhadap perusahaan sangat penting dalam menjaga kelangsungan usaha. Jika persepsi investor terhadap nilai perusahaan menurun, minat mereka untuk berinvestasi akan berkurang. Harga saham dapat berfluktuasi kapan saja, dan hal ini tentunya dapat mempengaruhi tingkat nilai perusahaan. Fluktuasi harga saham adalah hal yang wajar terjadi di Bursa Efek Indonesia (Pratomo & Sudibyo, 2023). Namun, jika harga saham berubah secara signifikan, hal ini menimbulkan keraguan bagi investor terkait ketidakpastian ekonomi di masa depan. Akibatnya, investor mulai menjual saham mereka dengan cepat untuk menghindari kerugian yang lebih besar. Akibatnya, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam memperoleh pembiayaan eksternal yang diperlukan untuk kegiatan operasionalnya, sehingga dapat menghadapi tantangan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Nilai Perusahaan menunjukkan asset pada perusahaan yang menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya perusahaan dilakukan secara efisien dan membuat keputusan strategis yang berdampak positif pada pertumbuhan perusahaan serta nilai saham di pasar. Nilai perusahaan yang sudah *go public* di pasar modal terlihat pada harga saham perusahaan. Harga saham yang stabil memberikan kenaikan nilai perusahaan (Suryandari et al., 2021). Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menciptakan nilai jangka panjang yang stabil untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Karena menjadi salah satu landasan bagi pemberi modal dalam memutuskan untuk melakukan pendanaan berupa pinjaman (kreditur) maupun penanaman modal (investor) (Septrina et al., 2023). Penurunan

investasi pada perusahaan dapat menyebabkan kesulitan bagi perusahaan untuk menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak dapat memaksimalkan laba, sehingga kinerja perusahaan menjadi relatif rendah.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa indikator, salah satunya adalah rasio harga saham terhadap nilai buku (PBV). *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio harga saham atau nilai pasar terhadap nilai buku perusahaan yang digunakan para investor untuk menentukan tingkat harga saham. Semakin tinggi nilai PBV menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja dan prospek yang sangat baik, sehingga harga saham dapat menjadi tinggi (*overvalued*).

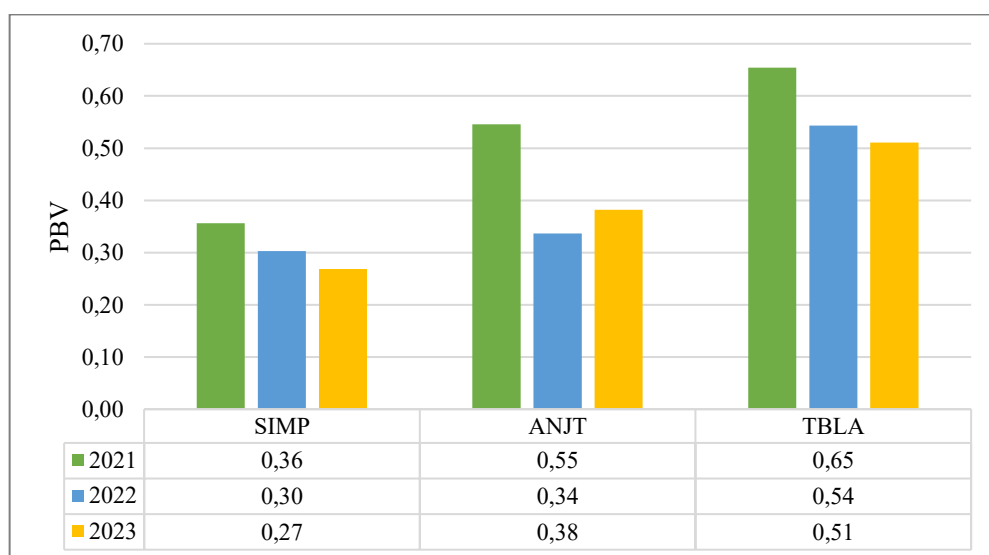


Gambar 1.5 Rata-rata PBV Perusahaan sektor Barang Konsumen Primer Periode 2021-2023

Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI)

Gambar 1.5 terkait dengan Price to Book Value (PBV) pada sektor konsumen primer (IDXNONCYC) dari tahun 2021 hingga 2023, terlihat adanya tren penurunan nilai perusahaan yang diprosikan menggunakan PBV. Pada tahun 2021, PBV tercatat sebesar 1,93, lalu menurun menjadi 1,71 pada tahun 2022, dan terus berkurang menjadi 1,56 pada tahun 2023. Penurunan PBV ini mengindikasikan bahwa nilai pasar perusahaan semakin menurun dibandingkan

dengan nilai bukunya. Tren penurunan ini menunjukkan bahwa persepsi investor terhadap perusahaan cenderung kurang positif selama tiga tahun terakhir. Penurunan ini kemungkinan tidak hanya disebabkan oleh faktor internal, seperti kinerja keuangan yang menurun atau ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi pasar, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi eksternal yang signifikan, seperti dampak pandemi COVID-19. Selama periode 2021–2023, banyak sektor industri menghadapi tekanan berat akibat ketidakpastian ekonomi, perubahan pola konsumsi, dan gangguan rantai pasok, yang pada akhirnya membuat saham perusahaan di sektor ini menjadi kurang di respon positif di mata investor. Poin yang menonjol dari data ini adalah penurunan yang konsisten selama tiga tahun berturut-turut, yang dapat dilihat sebagai tanda peringatan bahwa perusahaan mungkin mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya tariknya di pasar modal, terutama mengingat tantangan unik yang dihadapi selama pandemi pada tahun 2021-2022 dan setelah pandemi COVID-19 tahun 2023. Jika tren ini berlanjut, perusahaan bisa menghadapi tantangan dalam memperoleh pembiayaan eksternal melalui penerbitan saham karena rendahnya minat investor, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kelangsungan pertumbuhan dan ekspansi perusahaan.



Gambar 1.6 PBV terendah pada Perusahaan sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di BEI Periode 2021-2023

Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI)

Gambar 1.6 terkait nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV) top three bottom dari perusahaan-perusahaan dalam sektor konsumen primer yaitu SIMP, ANJT, dan TBLA. Secara umum, PBV pada ketiga perusahaan ini menunjukkan kecenderungan penurunan dari tahun 2021 hingga 2023, yang mengindikasikan penurunan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya. Hal menonjol dari data ini adalah penurunan PBV SIMP (PT Salim Ivomas Pratama Tbk) yang paling tajam, mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mungkin mengalami masalah yang lebih signifikan dalam menarik minat investor. Berdasarkan media pemberitaan CNBC Indonesia menyatakan bahawa harga saham PT Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP) mengalami kelesuan pada tahun 2021 sampai 2022 karena mengalami penurunan ekspor minyak goreng dan minyak sawit dan adanya penurunan Harga rata-rata CPO kelapa sawit akibat adanya perang rusia dan ukraina serta penurunan konsumsi minyak sawit di Eropa yang mana hal tersebut merupakan sumber pendapatan utama perusahaan. Hal tersebut menjadi kekhawatiran investor dalam menanamkan modal berupa saham karena kondisi global pada permintaan CPO yang masih lesu menjadi tantangan bagi industri bisnis CPO. Dengan kondisi tersebut, nilai perusahaan emiten-emiten di sektor sawit memang belum cukup menarik bagi investor. Hal ini, juga bisa diamati melalui harga saham penutupan tahun yang konsisten menurun setiap tahunnya dari 2021 – 2023. BPV SIMP (PT Salim Ivomas Pratama Tbk) juga menunjukkan kecenderungan penurunan yang konsisten dari 0,36 pada 2021 menjadi 0,30 pada 2022 (penurunan 16,67%), dan terus menurun menjadi 0,27 pada 2023, dengan penurunan lebih lanjut sebesar 10%.

Berdasarkan data yang tersedia, jika melakukan perbandingan PBV (*Price to Book Value*) antara tiga perusahaan (SIMP, ANJT, dan TBLA) dengan UNVR (Unilever) sebagai PBV tertinggi di sektor Barang konsumen primer menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. PBV UNVR tercatat pada angka 36,28 pada

tahun pertama, 44,86 pada tahun kedua, dan 39,83 pada tahun ketiga. Walaupun Kecenderungan PBV Fluktuatif, angka-angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan PBV dari SIMP, ANJT, dan TBLA, yang berkisar antara 0,27 hingga 0,65 dalam periode yang sama serta secara ekstrim juga lebih tinggi jika dibandingkan dengan rata rata keseluruhan PBV yang ada di Sektor Konsumen barang Primer. Hal ini menunjukkan bahwa UNVR dinilai jauh lebih tinggi oleh pasar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan di sektor yang sama, seperti SIMP, ANJT, dan TBLA. Fenomena ini menunjukkan ketidakmerataan yang ekstrim dalam penilaian pasar terhadap perusahaan-perusahaan di sektor tersebut.

Selain itu, ANJT (PT Austindo Nusantara Jaya Tbk) juga menunjukkan penurunan signifikan dari 0,54 pada 2021 menjadi 0,34 pada 2022 (penurunan 37,04%), namun kemudian sedikit meningkat menjadi 0,38 pada 2023 (kenaikan 11,76%). Berdasarkan Media Berita Bisnis.com pada tahun 2022 menyatakan Harga Saham Austindo (ANJT) Tak Sejalan Fundamental kengan kata lain mencatatkan kinerja cemerlang tahun 2022. Meski demikian, pergerakan harga saham masih berbanding terbalik hal ini akibat adanya potensi resesi, penurunan CPO kelapa sawit dan adanya pemulihan CPO kelapa sawit di Malaysia yang menjadi sakah satu tujuan ekspor ANJT (PT Austindo Nusantara Jaya Tbk). Hal ini menyimpulkan presepsi yang kurang menarik dari investor yang mana emitenemiten yang bidang usahanya sama juga mengamami penurunan pendapatan. Sementara itu, PBV TBLA (PT Tunas Baru Lampung Tbk) juga menunjukkan kecenderungan penurunan dari 0,65 pada 2021 menjadi 0,54 pada 2022 (penurunan 16,92%), dan kembali menurun menjadi 0,51 pada 2023 (penurunan 5,56%). TBLA (PT Tunas Baru Lampung Tbk) bisnisnya terdiversifikasi antara produk olahan CPO dengan gula. Berdasarkan media pemberitaan mikirduit.com pada tahun 2023 Namun, ternyata kelebihan itu bisa jadi kekurangan juga. Ketika bisnis CPO mulai mengalami normalisasi, biaya pokok bisnis gula perseroan malah naik akibat kenaikan harga cukup drastis. Artinya, kenaikan harga gula mungkin bisa menaikkan pendapatan, tapi bakal membebani dari segi keuntungan karena biaya produksi meningkat. Hal itu juga yang berpotensi membebani harga saham TBLA untuk bisa naik lebih jauh ke

depannya. Hal ini benar adanya dapat tercermindari harga saham yang turun dan pada tahun 2023 stagnan sama dengan harga penutupan di periode 2022. Hal ini saham-saham sektor CPO terlihat masih lagging. Kemungkinan akibat investor masih cenderung kurang percaya diri dengan kondisi sektornya yang selama ini memang jadi pemberat.

Nilai perusahaan dapat dianggap sebagai nilai pasar, karena peningkatan harga saham akan membawa kemakmuran bagi para *stakeholder*, seiring dengan bertambahnya keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut (Safira & Widajantie, 2021) Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat, baik internal maupun eksternal, seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. Ketika perusahaan secara proaktif mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan, mereka cenderung menciptakan nilai yang berkelanjutan dan stabil, yang pada akhirnya tercermin dalam harga saham dan nilai pasar perusahaan.

Di era industri 4.0 saat ini, pertumbuhan perusahaan semakin pesat, namun hal ini diiringi dengan peningkatan pencemaran akibat limbah buangan yang dihasilkan dari proses produksi. Limbah yang dibuang secara langsung tanpa melalui proses daur ulang dapat menyebabkan pencemaran air dan tanah, baik di sekitar perusahaan maupun di lingkungan masyarakat (Fabiola & Khusnah, 2022). Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Green Innovation*, *Eco Efficiency*, *Retention Ratio* Dan *Good Corporate Governance*. *Green Innovation* dan *Eco Efficiency* saling mendukung dalam menciptakan proses produksi yang lebih ramah lingkungan dan efisien, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. *Good Corporate Governance* memastikan bahwa investasi dalam inovasi dan efisiensi ini dikelola secara transparan dan akuntabel, sehingga dapat meningkatkan *Retention Ratio* melalui reinvestasi laba yang lebih tinggi.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Green Innovation*. *Green Innovation* merujuk pada pengembangan solusi ramah lingkungan yang dianggap sebagai cara berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan

konsumen dan kompetisi, serta penerapan strategi, proses, dan praktik yang bertujuan mengurangi dampak negatif dari kerusakan lingkungan untuk mencapai tujuan strategis organisasi (Wijayanti & Budi N., 2024). Menurut (Xie et al., 2022), *Green Innovation* merupakan aset tak berwujud yang signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena dapat mengubah tujuan kelestarian lingkungan menjadi peluang investasi yang menguntungkan, serta berkontribusi pada arus kas masa depan melalui berbagai aspek seperti produksi, manajemen, dan pemasaran; hal ini pada gilirannya mempengaruhi evaluasi pasar keuangan terhadap nilai perusahaan dengan mencerminkan harapan akan kinerja keuangan yang lebih baik di masa depan. Menurut (Damas et al., 2021), *Green Innovation* berperan penting dalam mencapai tujuan tersebut dengan meningkatkan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi, yang secara keseluruhan berkontribusi pada keberlanjutan perusahaan di masa depan dan membantu menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan. Dalam penelitian (Xie et al., 2022) dan (Damas et al., 2021) *Green Innovation* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, pengungkapan *Green Innovation* memiliki peran yang dapat menaikkan nilai dari sebuah perusahaan karena memiliki keunggulan kompetitif peduli pada isu keberlanjutan.. Sedangkan dalam penelitian (Wijayanti & Budi N., 2024) *Green Innovation* tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan dua penelitian sebelumnya terdapat inkonsistensi mengenai pengaruh *Green Innovation* terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *eco-efficiency*. *eco-efficiency* adalah (*ecological economic efficiency*) konsep keberlanjutan lingkungan yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan operasionalnya dengan meminimalkan biaya, di mana penerapan konsep ini berfokus pada penciptaan produk bernilai tambah yang memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus mengurangi dampak dari proses produksi (Pratama & Ainayah, 2023). Menurut (Rahelliamelinda & Handoko, 2024) dan (Yuliandhari et al., 2023) melalui *eco-efficiency* menunjukkan bahwa efisiensi perusahaan akan meningkat seiring dengan perbaikan kinerja lingkungan, yang pada gilirannya dapat membawa keberhasilan dalam membangun sistem yang

ramah lingkungan dan menghemat biaya jangka panjang. Filosofi manajemen ini mendorong kegiatan bisnis untuk menciptakan manfaat ekonomi sambil memperbaiki kondisi lingkungan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk lebih bertanggung jawab dan mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan. Menurut *eco-efficiency* (Rahelliamelinda & Handoko, 2024) dan (Pratama & Ainiyah, 2023) *eco – efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena akan memperoleh dukungan dan kepercayaan dari masyarakat terhadap nilai perusahaan yang tercermin dari respon positif dari pasar, kenaikan harga saham dan kenaikan nilai perusahaan dimasa depan. Akan tetapi, Menurut (Yuliandhari et al., 2023) *eco – efficiency* tidak memiliki berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Retention Ratio*. *Retention Ratio* adalah menunjukkan persentase keuntungan yang tidak dibagikan sebagai dividen kepada pemegang saham, melainkan diinvestasikan kembali untuk pengembangan bisnis, dan rasio yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa perusahaan lebih memilih mengalokasikan keuntungannya untuk pertumbuhan usaha, yang berpotensi menurunkan harga saham dan mengurangi minat investor untuk berinvestasi (Qodary & Tambun, 2021) dan (Budiantini, 2024). (Cahyani & Maryanti, 2024), Jika perusahaan memilih untuk menahan sebagian besar laba, maka jumlah laba yang tersedia untuk pembayaran dividen akan semakin berkurang, sehingga dividen yang diterima oleh investor tidak sebanding dengan risiko yang mereka hadapi. Hal ini dapat mengurangi daya tarik investasi di perusahaan tersebut, karena investor mungkin merasa tidak mendapatkan imbal hasil yang sesuai dengan tingkat risiko yang mereka ambil. Menurut (Prayogo et al., 2023) dan (Qodary & Tambun, 2021) berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor dapat menjadikan hal tersebut sebagai mengambil keputusan berinvestasi di suatu perusahaan. Menurut (Cahyani & Maryanti, 2024) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena selain deviden masih ada sumber keuntungan lain yang bisa diperoleh investor.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *good corporate governance*. *Good corporate governance* upaya untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan organisasi, termasuk perusahaan, yang mencakup

pengelolaan berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan politik di suatu negara serta pemanfaatan sumber daya alam, keuangan, dan manusia sesuai dengan prinsip keadilan, efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas, yang juga berlaku dalam konteks perusahaan (Pratama & Ainiyah, 2023). Menurut (Utari & Khomsiyah, 2024) dan (Virliandita & Sulistyowati, 2023) tata kelola yang baik berfungsi sebagai sistem yang mengatur hubungan antara dewan komisaris, direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya dan untuk menghindari peristiwa yang disebabkan oleh kesenjangan dalam hubungan antara kepemilikan dan pengendalian serta ketidak transparan dalam pengelolaan perusahaan terkait informasi yang relevan. Menurut (Pratama & Ainiyah, 2023) dan (Utari & Khomsiyah, 2024) *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena melalui penerapan *good corporate governance* dapat mewujudkan tujuan perusahaan terkait dengan nilai perusahaan. Menurut (Virliandita & Sulistyowati, 2023) *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan kemungkinan perusahaan di negara berkembang, khususnya Indonesia, yang belum menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG) secara efektif.

Berdasarkan masalah penelitian melalui fenomena yang terjadi dan penelitian terdahulu masih dijumpai adanya inkonsistensi pada hasil penelitian. Oleh karena itu, masih relevan dilakukannya penelitian mengenai nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023

1.3 Perumusan Masalah

Nilai perusahaan sangat penting karena berfungsi sebagai indikator kinerja yang mencerminkan keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan. Perusahaan dengan nilai tinggi lebih menarik bagi investor, yang dapat meningkatkan akses ke modal dan mempercepat pertumbuhan. Selain itu, nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan kesehatan dan keberlanjutan bisnis. Namun pada kenyataannya, selama tahun 2021 – 2023 nilai perusahaan dengan proksi PBV justru mengalami ketidak stabilan dan penurunan dalam setiap tahunnya mulai dari 2021-2023. Penurunan PBV juga dapat mempengaruhi daya saing perusahaan,

karena perusahaan yang tidak mampu mempertahankan nilai yang baik mungkin tidak mampu bersaing secara efektif dengan pesaingnya dalam hal inovasi, ekspansi pasar, dan efisiensi operasional. Dalam jangka panjang, penurunan nilai perusahaan dapat menyebabkan perusahaan kesulitan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya dan berpotensi kehilangan peluang pertumbuhan di pasar yang lebih kompetitif.

Penelitian-Penelitian terdahulu mengenai nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dapat digunakan sebagai rujukan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* Dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, pertanyaan penelitian yang teliti yaitu sebagai berikut :

- 1) Apa hasil analisis deskriptif *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* Dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023?
- 2) Apakah *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* Dan *Good Corporate Governance* berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023?
- 3) Apakah *Green Innovation* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023?
- 4) Apakah *Eco-Efficiency* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023?
- 5) Apakah *Retention Ratio* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023?

- 6) Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian dari ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana *Green Innovation, Eco-Efficiency, Retention Ratio* Dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Green Innovation, Eco-Efficiency, Retention Ratio* Dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *Green Innovation* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh *Eco-Efficiency* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh *Retention Ratio* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.
- 6) Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Secara Teoritis, manfaat dan kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai Pengaruh *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi peneliti selanjutnya,

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang akan dijadikan bahan referensi yang relevan untuk melaksanakan penelitian berikutnya mengenai nilai perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

Secara praktis, manfaat dan kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam mengevaluasi faktor-faktor internal yang berpotensi berkontribusi meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu investor dalam mengambil keputusan berinvestasi khususnya perusahaan yang termasuk dalam sektor Barang Konsumen Primer (customer non-cyclicals).

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir pada penelitian ini meliputi lima bab yang di dalamnya terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan satu sama lain sehingga akan didapatkan kesimpulan atas permasalahan yang dibahas. Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir ini:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan penjelasan secara umum dan singkat mengenai isi penelitian meliputi gambaran umum objek penelitian, yaitu perusahaan sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode (2021-2023), latar belakang penelitian yang mencakup disertai fenomena yang terjadi beserta dengan teori teori yang relevan dari penelitian terdahulu, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka yang terdiri dari *Grand theory* dan beberapa literatur yang relevan terkait dengan nilai perusahaan, *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* dan *Good Corporate Governance* yang disertai dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, pada bab ini juga menguraikan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan teknik, metode dan pendekatan yang digunakan di dalam penelitian untuk dapat menganalisis, menyimpulkan dan menjawab permasalahan penelitian. metode penelitian yang digunakan yaitu regresi data panel dengan teknik pengumpulan data yaitu purposive sampling. Variabel Dependen pada penelitian ini yaitu nilai perusahaan dan Variabel Independen yang digunakan yaitu , *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* dan *Good Corporate Governance*. Isi bab ini mencakup jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan dan sumber data, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan terkait dengan hasil penelitian secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini berisikan tentang hasil penelitian, analisis statistik deskriptif variabel rasio, analisis statistik deskriptif variabel nominal, hasil uji asumsi klasik, hasil pemilihan model regresi data panel, hasil uji signifikansi simultan, hasil uji signifikansi parsial dan pembahasan pengaruh *Green Innovation*, *Eco-Efficiency*, *Retention Ratio* dan

Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan baik secara simultan maupun secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang menguraikan kesimpulan yang berisi jawaban dari rumusan masalah penelitian dan saran yang diajukan baik secara akademis maupun praktis terkait dengan nilai perusahaan