

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan bisnis di dunia farmasi sekarang begitu pesat walaupun Indonesia telah selesai dengan pandemic covid 19 namun masyarakat wajib antisipasi dikarenakan peluang akan terpapar masih bisa terjadi. Untuk itu disini menjadi peluang bagi industri farmasi dalam hal peningkatan permintaan masyarakat terhadap obat-obatan dan peralatan kesehatan. Dalam industri farmasi yang sangat kompetitif, manajemen perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk menjalankan operasional dengan efektif dan efisien guna meningkatkan kinerja dan reputasi perusahaan (Rachmi et al., 2021). Apabila kinerja dan reputasi perusahaan meningkat maka ini akan mempengaruhi nilai perusahaan. Berdirinya sebuah perusahaan melibatkan beragam tujuan, salah satunya untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan tersebut tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada pemilik perusahaan dan pemegang saham tetapi juga berdampak positif pada masyarakat luas, cara mencapai tujuan tersebut adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan (Zhafiira dan Andayani, 2018). Nilai perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dalam mengendalikan sumber daya yang dimiliki, semakin banyak investor yang membeli saham dan harga saham akan meningkat dengan demikian nilai perusahaan juga akan naik. Dalam meningkatkan nilai perusahaan bukan hanya harga saham dan investor yang mempengaruhi nilai perusahaan, penerapan biaya lingkungan yang juga mempengaruhi nilai perusahaan karena ini akan berkaitan dengan keberlangsungan lingkungan perusahaan dan bumi. Biaya lingkungan biasanya akan berkaitan dengan penerapan green accounting.

Green accounting sendiri menjadi alat perusahaan untuk memberikan pemahaman mengenai kegiatan pengelolaan lingkungan dalam sudut pandang ekonomi (Maama & Appiah, 2019). Penerapan green accounting menjadi suatu kebutuhan penting bagi perusahaan, terutama disektor industri farmasi. Perusahaan yang menerapkan green accounting akan mencatat dan melaporkan informasi keuangan yang berhubungan dengan praktik berkelanjutan mereka. Penerapan green accounting sebagai alat komunikasi manajemen untuk keputusan bisnis internal yang mengacu pada penyertaan biaya lingkungan dalam praktik akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Sustainability report dalam hal ini diwujudkan melalui Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan, di mana laporan keberlanjutan bertujuan untuk menyampaikan secara transparan komitmen serta kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan serta masyarakat luas. Dengan menerapkan green accounting dan sustainability report, perusahaan berusaha meminimalkan atau menghindari potensi kerugian di masa depan akibat dampak lingkungan serta memperoleh keunggulan kompetitif melalui produksi yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, penerapan akuntansi berwawasan lingkungan dan pelaporan keberlanjutan juga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Keuntungan yang tinggi dapat menjadi indikator bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan dan lingkungan yang baik. Hal ini berpengaruh terhadap ukuran perusahaan, karena investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki profit besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kapasitas operasional perusahaan. Klasifikasi ukuran perusahaan dapat didasarkan pada beberapa aspek, seperti total pendapatan, total aset, dan modal. Semakin besar total pendapatan, modal, serta aset yang dimiliki, semakin kuat posisi perusahaan dalam industri. Selain itu, ukuran perusahaan juga berhubungan dengan proporsi aktivitas yang dijalankan. Pertumbuhan total aset dan aset tetap perusahaan umumnya berbanding lurus dengan peningkatan ukuran perusahaan. Seiring dengan semakin besarnya perusahaan, tuntutan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi mengenai kondisi dan operasionalnya juga meningkat. Pengungkapan informasi yang baik memungkinkan para stakeholder memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi serta aktivitas bisnis perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi faktor penting bagi stakeholder dalam menilai prospek perusahaan ke depan. Perusahaan berskala besar sering kali dianggap lebih mampu bertahan dalam persaingan bisnis karena memiliki kekuatan yang lebih besar dalam memperoleh keuntungan atau profit. (Aghnitama, Aufa, & Hersugondo, 2021).

Untuk lebih jelas dapat dilihat tiga Perusahaan sektor farmasi yang menjadi fenomena penelitian ini yang disajikan dalam bentuk rupiah sebagai berikut:

Tabel I.1 Fenomena Penelitian

Kode	Tahun	Total Aset	Hutang	Penjualan	Laba bersih
DVLA	2019	1.829.212	523.882	1.813.020	221.783
	2020	1.986.71	660.425	1.829.700	221.783
	2021	2.082.91	691.499	1.900.89	146.505
	2022	2.009.139	605.51	1.917.041	149.375
INAF	2019	1.383.935	878.999	1.359.175	7.962
	2020	1.713.335	1.283.008	1.715.588	30
	2021	2.011.879	1.503.569	2.901.986	-37.571
	2022	1.534.000	1.447.652	1.144.108	-428.488
KAEF	2019	18.352.877	10.939.950	9.400.535	15.89
	2020	17.562.817	10.475.145	10.006.173	20.425
	2021	17.760.195	10.528.322	12.857.626	289.889
	2022	20.353.993	11.014.703	9.606.145	-109.783

Berdasarkan Tabel I.1 diatas, PT. DVLA menunjukan bahwa pada kurun waktu 2019-2022 Total Aset mengalami kenaikan sebesar 20,6%. Sementara Hutang mengalami kenaikan 11,7%. PT. INAF menunjukan bahwa pada kurun waktu 2019-2022 Penjualan mengalami penurunan sebesar 22,2%. Sementara Laba Bersih mengalami Penurunan -6,8%. PT. KAEF menunjukan bahwa pada kurun waktu 2019-2022 Penjualan mengalami penurunan 24,7%. Sementara total asset mengalami kenaikan 20,7%.

Dari uraian diatas dan dikarenakan masih sedikitnya mahasiswa akuntansi mengambil tema seputar akuntansi lingkungan maka penulis mengambil judul: **“PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING, CSR, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FARMASI DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022.”**

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Teori legitimasi

Teori Legitimasi adalah teori yang menjelaskan bahwa perusahaan akan melakukan pengungkapan mengenai tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan untuk meyakinkan masyarakat agar dapat diterima di masyarakat (Siladja dkk, 2023). Perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai media pelaporan pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungannya termasuk mengenai pengungkapan emisi karbon, meskipun beberapa perusahaan sudah ada yang menyajikan laporan keberlanjutannya secara terpisah. Selanjutnya Hardiyanti & Sajiyo (2024) menyebutkan bahwa berdasarkan teori legitimasi Chen dan Delmas, perusahaan harus mampu memantau perubahan serta nilai-nilai masyarakat untuk mempertahankan legitimasi mereka. Oleh sebab itu, praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meminimalkan risiko tuntutan hukum.

1.2.2 Teori sinyal

Signaling theory atau teori sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai bagaimana mereka menilai prospek perusahaan. Teori ini menjelaskan alasan di balik keinginan perusahaan dalam menyampaikan atau mengungkapkan informasi terkait laporan keuangan kepada pihak eksternal. Keinginan tersebut didasari oleh adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak eksternal, yang mendorong perusahaan untuk memberikan informasi guna mengurangi kesenjangan tersebut (Bergh et al., 2014). Dalam hal ini laporan keuangan tahunan adalah bentuk sinyal dari pihak internal perusahaan. *Signaling theory* berkaitan dengan nilai perusahaan, jika perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, maka nilai perusahaan tidak akan sesuai dengan posisinya yang berarti nilai perusahaan bisa menurun. lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai sebenarnya.

1.2.3 Green Accounting

Menurut Profesor Andreas Lako, Guru Besar Akuntansi Keberlanjutan/Sustainability Accounting Unika Soegijapranata, green accounting yaitu paradigma akuntansi baru yang merekomendasikan agar proses akuntansi tidak hanya fokus pada transaksi. Dalam penyusunan laporan keuangan, transaksi yang dicatat tidak hanya mencakup keuntungan atau kerugian perusahaan (laba), tetapi juga mencerminkan peristiwa sosial, aspek manusia, serta lingkungan hidup. Informasi ini dikenal sebagai akuntansi sosial dan lingkungan. Akuntansi yang berorientasi pada lingkungan tidak hanya berfokus pada profitabilitas, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap manusia dan lingkungan (Farhan, 2021). Perusahaan diharapkan untuk mengungkapkan biaya yang terkait dengan tindakan lingkungan selama operasional mereka. Proses ini mencakup pengukuran, pengelompokan, pencatatan, dan pelaporan biaya lingkungan, yang kemudian disajikan dalam laporan tahunan perusahaan. Dengan langkah ini, bisnis dapat mengevaluasi dampak finansial dari aktivitas lingkungan mereka dan memberikan informasi yang akurat kepada investor, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Edward (2020), Maharani dan Handdayani (2021), serta Mirnawati dan Dewi (2023) menunjukkan bahwa penerapan akuntansi hijau membawa manfaat bagi nilai bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa dengan menerapkan praktik akuntansi ramah lingkungan, perusahaan dapat meningkatkan nilai mereka sekaligus memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan.

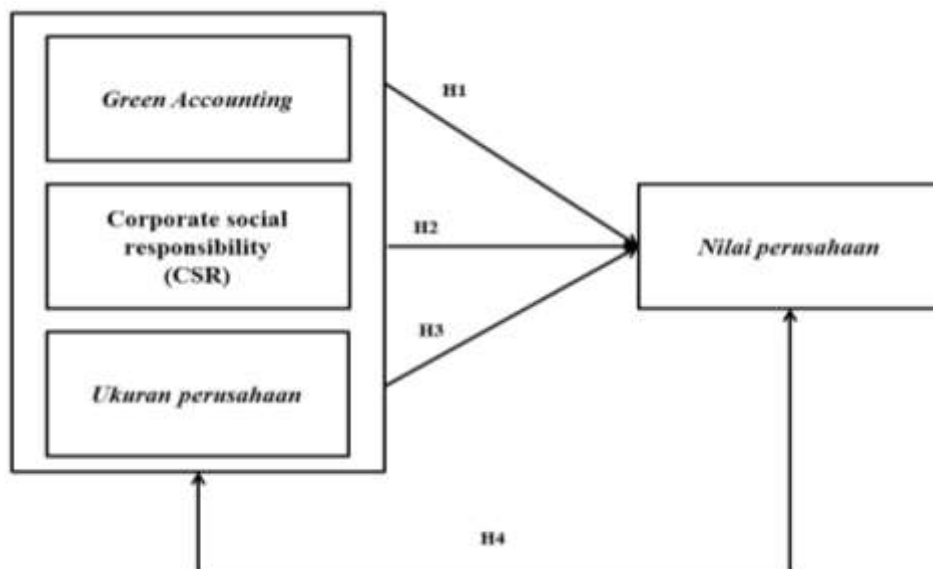
1.2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup berbagai tindakan yang dilakukan perusahaan untuk bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan. Secara konseptual, CSR merupakan bagian fundamental dari etika bisnis. ISO 26000 mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai bentuk kepedulian sosial yang dilakukan oleh perusahaan, yang kini berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Irawan & Muarifah, 2020). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, CSR merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan penanaman modal guna menjaga hubungan yang harmonis, seimbang, serta sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Riyanti & Raharjo, 2021).

1.2.5 Ukuran perusahaan

Ukuran suatu perusahaan adalah skala di mana Anda dapat mengetahui seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dihitung dengan logaritma natural atas total aktiva perusahaan; perusahaan dengan aktiva yang sangat besar cenderung menimbulkan biaya yang sangat besar karena aktiva tersebut digunakan untuk menjalankan bisnis. Selain itu perusahaan yang besar pun akan lebih mudah memperoleh dana dari pihak kreditur, etika ukuran perusahaan semakin besar akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan modal dari penanam modal. Rumus perhitungan ukuran perusahaan (Rantika et al., 2022)

1.3 Kerangka konseptual



I.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : *Green accounting* berpengaruh parsial terhadap nilai perusahaan.

H2 : *Corporate social responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan

H4 : green accounting, CSR, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan