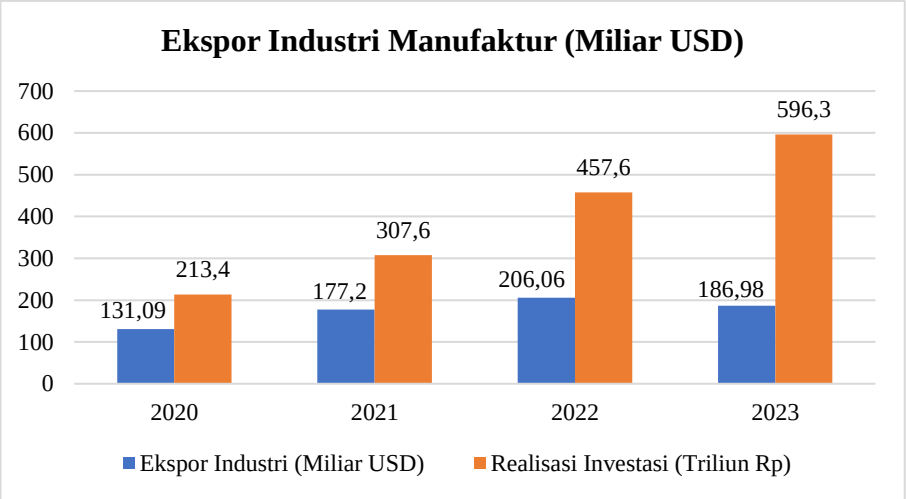
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan operasional bisnis seringkali dianalogikan seperti pedang bermata dua. Di satu sisi memberikan manfaat yang sangat besar bagi perekonomian suatu negara, seperti penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan produktivitas, nilai tambah ekonomi, serta diversifikasi ekonomi. Tenaga kerja yang diserap dari tahun 2020 hingga 2023 terus mengalami peningkatan, terutama pada sektor manufaktur. Hal ini berdampak baik bagi negara karena dapat meminimalisasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Agus Gumiwang Kartasasmita sebagai Menteri Perindustrian menyatakan bahwa perusahaan sektor manufaktur memiliki kontribusi yang besar kepada negara melalui kenaikan realisasi investasi di sektor industri manufaktur dari tahun ke tahun (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023). Berdasarkan laporan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) yang dilansir dari Bisnis.com, realisasi investasi industri manufaktur mencapai Rp596,3 triliun sepanjang tahun 2023 dengan berkontribusi 42% dari total realisasi investasi (Nurdifa, 2024). Produk dari industri manufaktur ini juga merambah hingga ke pasar ekspor. Tercatat bahwa ekspor industri manufaktur mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga 2022, walaupun tahun 2023 mengalami sedikit penurunan.



Gambar 1.1. Data Ekspor Industri Manufaktur
Sumber : https://ekonomi.bisnis.com/

Di samping memiliki banyak manfaat karena kontribusinya yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia, kegiatan bisnis tak jarang pula menimbulkan dampak negatif yang besar bagi lingkungan alam sekitarnya. Eksploitasi alam secara masif dilakukan untuk memenuhi ambisi perusahaan dalam mengejar keuntungan semata. Berdasarkan penelitian yang dipublikasikan di Jurnal PNAS oleh Stefan Giljum dari Institute for Ecological Economics, Vienna University of Economics and Busniness, Indonesia mengalami deforestasi hujan tropis tertinggi akibat industri pertambangan, yaitu mencapai 58,2% kerusakan hutan tropis (Arif, 2022).

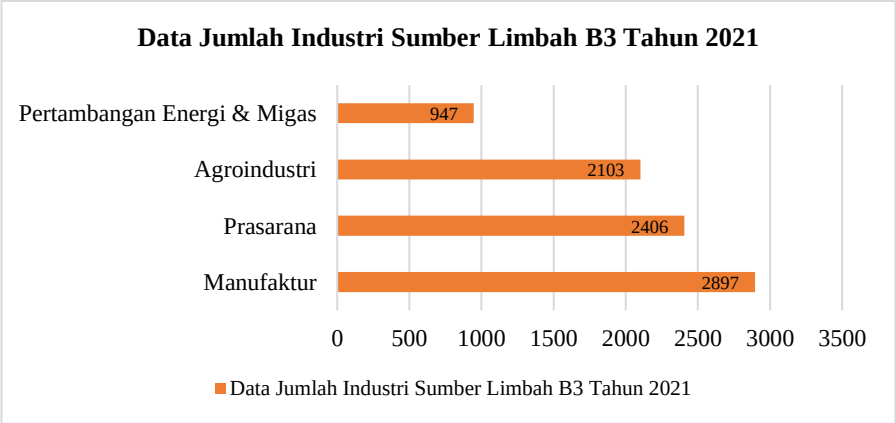
Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menunjukkan bahwa terjadi peningkatan luas lahan terkontaminasi limbah B3 yang cukup signifikan, yaitu tercatat bahwa pada tahun 2015, luas lahan terkontaminasi limbah B3 sebesar 211.359,2 m^2, kemudian pada tahun 2019, luas lahan terkontaminasi meningkat menjadi 840.024,85 m^2 (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020). Data KLHK juga menyatakan bahwa lahan terkontaminasi limbah B3 tercatat mencapai 6,8 juta

m^3 sepanjang tahun 2015 hingga 2024. Bahkan, KLHK meyakini bahwa luas lahan terkontaminasi yang sebenarnya melebihi data yang tercatat (Nurrahman, 2024). Sumber kegiatan yang menyebabkan kontaminasi lahan tersebut berasal dari aktivitas bisnis sektor non-institusi dan institusi beberapa perusahaan, seperti: manufaktur, agroindustri dan jasa, sektor pertambangan, serta energi dan migas. Bersamaan dengan hal tersebut, Dirjen Pengelolaaan Sampah Limbah dan B3 berpesan kepada para pelaku usaha untuk melakukan pengelolaan sampah dan limbah sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Kerusakan alam yang disebabkan oleh kegiatan bisnis perusahaan juga akan berimplikasi buruk terhadap masyarakat. Selain itu, kasus lainnya yang dilansir dari Kompas.id, yakni penambangan batu bara ilegal yang memasuki kawasan hijau Waduk Sambija di Kutai Kertanegara, Kalimantan Timur pada tahun 2019 (Arif, 2022). Aktivitas bisnis ilegal ini mengancam kualitas air Waduk Samboja yang menjadi tumpuan 1.000 keluarga, baik untuk rumah, sekolah, maupun tempat sekolah. Selain aspek sosial dan kesehatan, kerusakan lingkungan juga berpotensi menciptakan kerugian ekonomi. Jika permasalahan lingkungan tidak ditanggulangi dengan tepat, maka diperkirakan akan terjadi penurunan PDB di tahun 2045 sehingga menghambat cita-cita Indonesia untuk menjadi negara maju (Yogatama, 2023).

Industri manufaktur merupakan sektor bisnis yang mengubah bahan mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi. Industri ini adalah salah satu industri yang paling disorot karena di dalam aktivitas operasinya, menghasilkan limbah yang cukup besar. Berdasarkan data pada Kementerian

Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Indonesia menghasilkan limbah B3 mencapai 60 juta ton pada tahun 2021 dan industri sektor manufaktur adalah penyumbang terbesar, yakni sebanyak 2.897 industri menghasilkan limbah berbahaya ini (Dihni, 2022). Sektor barang konsumsi *(consumer goods industry)* merupakan salah satu sektor perusahaan manufaktur yang dalam aktivitas bisnisnya dikatakan menyumbang kerusakan yang signifikan, terutama limbah plastik (Nuraini & Murtanto, 2022). Berdasarkan survei yang dilakukan Greenpeace International, perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) mendorong krisis sampah plastik (Pangaribuan & Sugihartanto, 2023). Dalam perusahaan FMCG, sampah plastik yang dihasilkan tidak hanya berasal dari konsumsi pemakainya saja, melainkan juga dari setiap proses produksi dalam rantai pasok yang berjalan di perusahaan tersebut.



Gambar 1.2. Data Sumber Limbah B3 Tahun 2021
Sumber : https://databoks.katadata.co.id/

Setiap tahunnya, Indonesia menghasilkan 3,2 juta ton sampah plastik yang tidak terkelola dan 1,29 juga ton berakhir di laut (Fernando, 2024). Kementerian Kelautan dan Perikanan mengatakan bahwa Indonesia ada di peringkat 5 sebagai negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia. Selain

itu, industri dasar dan kimia *(basic industry & chemical)* yang juga termasuk perusahaan manufaktur merupakan sektor industri yang paling bertanggung jawab atas terjadinya pencemaran udara (Tumengkol et al., 2024). Sektor industri ini juga dikatakan memiliki dampak langsung terhadap lingkungan mengingat perusahaan di sektor ini banyak menghasilkan limbah cair dan padat tertentu. Seperti halnya, pada kasus PT Rayon Utama Makmur (RUM) di Sukoharjo yang dalam proses produksi serat rayonnya menyebabkan pencemaran udara dan air sungai (Walhi, 2022). Permasalahan ini telah berjalan dari tahun 2017 hingga menimbulkan protes dari masyarakat setempat karena pencemaran yang dirasakan masyarakat sangat merugikan, yaitu bau busuk menyengat yang mengakibatkan mual, pusing, dan sesak napas, serta limbah cairnya mencemari sawah dan air sungai irigasi.

Di zaman sekarang, fenomena-fenomena semacam itu mulai disadari urgensinya sehingga mendapat respons yang positif dari korporasi, baik di dalam maupun di luar negeri. Seperti pada beberapa perusahaan besar, yaitu Unilever, Nestle, dan Kraft Foods yang menghentikan kerja sama dengan Sinar Mas Group sebagai produsen dan pemasok bahan baku minyak kelapa sawit bagi perusahaan (Putra & Larasdiputra, 2020). Hal ini dilakukan karena adanya dugaan perusakan hutan tropis yang berdampak pada kehidupan satwa dan menjadi salah satu penyebab *global warming.* Upaya-upaya yang dilakukan oleh beberapa perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk implementasi *green economy* (ekonomi hijau). Keberadaan *green economy* digunakan sebagai alat untuk mencapai pembangunan berkelanjutan, meningkatkan efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya alam, dan

mendukung produksi yang ramah lingkungan. *Green economy* tercipta sebagai solusi atas polaritas antara kegiatan bisnis dan kelestarian alam.

Pada awalnya, keberhasilan suatu perusahaan dianggap telah mencapai puncaknya jika perusahaan telah mencapai laba maksimum (Himawati, 2024). Kesuksesan suatu perusahaan kerap dinilai dari tujuan untuk memperoleh pencapaian secara materi. Namun, lambat laun anggapan ini mulai bergeser seiring dengan perubahan cara pandang perusahaan dalam menilai pencapaian sebuah tujuan. Saat ini, dunia bisnis mulai menilai bahwa loyalitas pelanggan dan *goodwill* adalah suatu bentuk pencapaian besar. *Goodwill* dapat diperoleh oleh perusahaan sebagai dampak dari adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan, manajemen perusahaan yang efisien dan sistematis, membangun kepercayaan pelanggan, serta pelayanan berkualitas. Semuanya itu dapat membangun citra perusahaan yang baik sehingga menyebabkan perusahaan memperoleh laba maksimum yang akan membantu kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Citra perusahaan yang baik dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi (Anggraini & Mulyani, 2022). Pernyataan tersebut konsisten dengan peneltian Yuwono & Erika (2020) yang menyatakan bahwa dengan melihat dan menilai citra perusahaan, investor dapat mengambil keputusan investasi dengan saksama karena telah mendapatkan gambaran mengenai perusahaan tersebut.

Tingkat kesadaran korporasi akan pemeliharaan dan pelestarian lingkungan alam menjadi salah satu tolok ukur perusahaan untuk meningkatkan loyalitas dan *goodwill* (Pilaradiwangsa, 2016). Kepedulian

perusahaan akan lingkungan dituangkan dalam pengimplementasian *green economy.* Kini, *green economy* yang diterapkan perusahaan bukan lagi dianggap sebagai suatu *cost* (biaya), tetapi sebagai investasi jangka panjang. Konsep *green economy* ini lebih lanjut dijabarkan dalam konsep *Triple Bottom Line Accounting* (TBLA). Konsep ini menekankan pada penerapan akuntansi berkelanjutan, yaitu kinerja perusahaan tidak hanya diukur dari nilai keuangan saja, tetapi dari indikator non-keuangan juga (Kurniawan, 2020). Konsep ini memiliki tiga pilar utama yang harus diperhatikan perusahaan, yaitu 3P : *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Perusahaan memiliki tujuan alamiah untuk memperoleh *profit* dengan tidak mengabaikan aspek-aspek di luar perusahaan, seperti harus berkontribusi positif kepada masyarakat *(people)* dan berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan alam *(planet).*

Putra & Larasdiputra (2020) menyatakan bahwa konsep *Triple Bottom Line Accounting* menempatkan fokus yang konsisten dan seimbang pada nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan pada perusahaan. Implikasi dari penerapan konsep ini adalah tuntutan terhadap perusahaan yang besar karena perusahaan harus melihat sisi baru, yakni membangun bisnis yang bertanggung jawab, tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen, tetapi juga karyawan, konsumen, dan masyarakat (Astawa & Kurniawan, 2019). Jika perusahaan berhasil membangun hubungan sosial yang baik dengan orang-orang sekitar, ditambah dengan *planet* yang lestari, maka *profit* (keuntungan) akan datang. Perspektif ini menunjukkan bahwa *profit* bukanlah tujuan pertama dan utama, melainkan merupakan dampak dari kinerja perusahaan yang baik dan

bertanggung jawab ditinjau dari indikator keuangan serta non-keuangannya. Nurhidayat et al. (2020) menyatakan bahwa *Triple Bottom Line Accounting* mengimplikasikan perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* yang adalah seluruh pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan bisnis perusahaan.

Pernyataan di atas berkaitan dengan teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Teori *stakeholder* ini menyatakan bahwa fokus perusahaan bukan hanya pada *profit* yang didapatkan pemilik perusahaan saja, melainkan memperhatikan kepentingan *stakeholder* atau para pemangku kepentingan. Sementara itu, teori legitimasi menyebutkan bahwa perusahaan sebagai sebuah organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan harus beradaptasi dengan norma-norma sosial yang ada dalam lingkungan dan masyarakat agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Perusahaan yang memperhatikan nilai lingkungan juga dapat menarik minat investor. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa fenomena ini berkaitan erat dengan *signaling theory* (teori sinyal). Perusahaan yang memperlihatkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial kepada masyarakat akan menunjukkan kesan yang positif kepada investor sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui harga saham (Amira & Siswanto, 2022). Berdasarkan teori-teori tersebut, perusahaan diharapkan tidak hanya melakukan kegiatan bisnis demi mencari keuntungan, tetapi ikut berkontribusi dalam memajukan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang secara sadar mengetahui

bahwa mereka memiliki tanggung jawab moral terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi (Nada, 2024).

Salah satu bentuk perusahaan menerapkan konsep *Triple Bottom Line Accounting* adalah melalui pengungkapan CSR atau *Corporate Social Responsibility.* Secara sederhana, CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap semua pemangku kepentingannya, baik itu secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Di tengah-tengah tantangan global, seperti kemiskinan, bencana alam, dan perubahan iklim, perekonomian modern telah memunculkan beberapa isu yang berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan. Tak sedikit kasus yang terjadi terkait keserakahan dan ambisi kuat korporasi dalam meraih laba sehingga terjadi pelanggaran etika dan prinsip berkelanjutan. Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan diharapkan mampu memaksimalkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia dengan bersinergi dan selaras antara pengentasan permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dan pelestarian lingkungan sebagai salah satu bentuk implementasi dan kepedulian perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan.

Perusahaan dapat menjadikan CSR sebagai sebuah strategi dalam meningkatkan citra perusahaan yang kemudian akan memengaruhi eksistensi perusahaan di mata publik (Agustina et al., 2023). CSR dapat meminimalkan konflik kepentingan antara perusahaan dengan masyarakat karena kegiatan CSR cenderung mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Legitimasi yang kuat menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki *branding* yang baik

dan hal tersebut merupakan pertimbangan utama investor dalam mengambil keputusan investasi. Ini juga berkaitan dengan teori sinyal yang mengatakan bahwa tindakan manajemen perusahaan memiliki sinyal atau tanda terhadap para investor untuk melihat dan menilai prospek perusahaan. Menurut teori ini, CSR dan strategi manajemen lingkungan lainnya ditangkap sebagai *good news* oleh investor. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Cheng et al. (2025) yang menyebutkan bahwa pengungkapan informasi lingkungan adalah berkualitas tinggi dapat berdampak positif pada kepercayaan investasi, nilai pasar perusahaan, dan kekayaan pemegang saham.

Terdapat berbagai solusi yang dapat dilakukan perusahaan untuk menangani isu-isu sosial dan lingkungan yang terjadi. Selain pengungkapan CSR, penggunaan sumber daya yang ramah lingkungan memungkinkan perusahaan mencapai *eco-efficiency. Eco-efficiency* dapat dikatakan sebagai pendekatan manajemen yang bertujuan untuk menghasilkan produk dan jasa dengan menggunakan sumber daya secara hemat dan menghasilkan limbah seminimal mungkin. *Eco-efficiency* memberikan arah pada perusahaan dalam mencapai keberlanjutan. Konsep ini tidak hanya berdampak baik bagi lingkungan, tetapi juga bagi ekonomi karena dapat meminimalkan pengeluaran. Sebagai salah satu strategi dalam manajemen, *eco-efficiency* dapat mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dan meningkatkan efisiensi dalam produktivitas lingkungan (Rahmawati & Machdar, 2023). *Eco-efficiency* biasa diukur dengan kepemilikan sertifikat ISO 14001 yang merupakan standar internasional yang menetapkan persyaratan untuk Sistem Manajemen Lingkungan (SML).

Selain itu, guna menindaklanjuti permasalahan sosial dan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas bisnis perusahaan, pemerintah mengeluarkan sejumlah aturan, seperti Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Sejak tahun 2002, Kementerian Lingkungan Hidup menciptakan program untuk meningkatkan kinerja lingkungan yang disebut PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan untuk Pengelolaan Lingkungan. PROPER menghasilkan ketaatan perusahaan untuk mengelola lingkungan hidup yang berkualitas baik (Purwaningsih, 2018). Kebijakan ini diharapkan dapat menumbuhkan tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap permasalahan lingkungan dan masyarakat yang terjadi. Pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan perusahaan akan memberikan nilai tambah tersendiri. Pengelolaan lingkungan termasuk dalam tata kelola perusahaan yang baik. Salah satu aspek yang berpengaruh dalam pasar saham adalah kepercayaan investor yang ditunjukkan melalui pengungkapan CSR, kinerja keuangan, serta tata kelola perusahaan yang baik (Kuncorowati et al., 2021).

Investor memiliki peran yang sangat penting bagi sebuah perusahaan mengingat fungsinya sebagai salah satu sumber dana yang vital bagi perusahaan. Dana yang berasal dari investor menjadikan perusahaan memiliki keleluasaan dalam melakukan ekspansi bisnis. Investor biasanya akan tertarik pada emiten yang lengkap dan relevan dalam melaporkan aktivitas bisnisnya karena hal tersebut menunjukkan transparansi yang dapat membangun citra dan kepercayaan publik, termasuk investor (Anthoni & Yusuf, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2022) yang

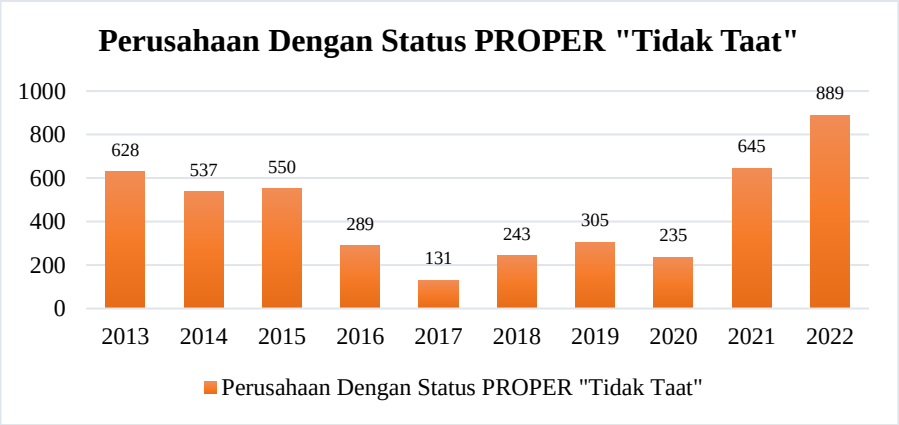
mengatakan bahwa CSR pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sangat berdampak pada citra perusahaan. Arya & Korry (2023) juga menyatakan bahwa citra perusahaan berdampak secara positif dan signifikan terhadap minat investor dalam berinvestasi. Reputasi yang baik di mata publik dapat meningkatkan penjualan serta profitabilitas yang akan menarik investor (Anthoni & Yusuf, 2022).

Salah satu hal yang penting untuk dilaporkan emiten adalah laporan keberlanjutan yang berisi kegiatan perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap dampak yang timbul akibat operasi bisnis yang dijalankan. Terlebih lagi perusahaan tersebut menerapkan prinsip *eco-efficiency* dalam pelaksanaan bisnisnya. Rahmawati & Machdar (2023) menyatakan bahwa *eco-efficiency* memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik yang nantinya berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa studi di negara maju menunjukkan bahwa sebagai salah satu *stakeholder* kunci, investor sangat mempertimbangkan kinerja sosial dan lingkungan dalam melakukan keputusan investasi. *Stakeholder* akan meragukan *going concern* suatu perusahaan jika perusahaan tersebut tidak mengungkap program CSR dan mengabaikan tanggung jawabnya terhadap masyarakat serta lingkungan (Saputra, 2023).

Sesuai dengan teori sinyal, pertanggungjawaban perusahaan melalui CSR ditambah dengan strategi manajemen ramah lingkungan dalam penerapan *eco-efficiency* dan PROPER yang dilakukan diharapkan dapat dianggap sebagai *good news* oleh investor. Persepsi investor dapat dikatakan

sebagai penilaian atau pengamatan investor atas perusahaan. Persepsi ini akan mendorong investor untuk memutuskan sikap atas investasi yang dilakukan. Jika investor menganggap informasi tersebut adalah informasi yang baik, maka akan terjadi peningkatan harga saham dan volume perdagangan saham (Siswanti & Ngumar, 2019). Kuncorowati et al. (2021) juga menyatakan bahwa kandungan informasi yang disampaikan perusahaan melalui pelaporan ini diharapkan dapat memberikan sinyal yang baik agar terjadi peningkatan harga saham beredar sehingga *abnormal return* yang diperoleh investor semakin besar. *Abnormal return* merupakan kelebihan dari tingkat pengembalian *return* sebenarnya terhadap *return* yang diharapkan investor.

Namun, faktanya, pengungkapan akuntansi lingkungan melalui *sustainability report* di negara berkembang masih sangat kurang (Purnamawati et al., 2018). Terdapat pula laporan yang tidak kredibel meskipun telah diketahui bahwa pelaporan tersebut sangat penting dan bermanfaat (Pratiwi, 2024). Dilansir dari Econusa, Kenedi (2022) mengatakan bahwa masih terdapat perusahaan yang tidak peduli terhadap lingkungan. Limbah dengan jumlah cukup besar yang dihasilkan perusahaan juga dapat mengindikasikan bahwa *eco-efficiency* belum diterapkan secara maksimal. Ini juga dapat dilihat pada data perusahaan dengan status penilaian PROPER “tidak taat” dengan peringkat merah dan hitam. Perusahaan dengan status tersebut berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan dan internal perusahaan itu sendiri, seperti izin operasi dihentikan, menurunnya citra perusahaan di mata *stakeholder*, termasuk investor yang akan berpikir ulang ketika akan berinvestasi (Olahkarsa, 2022).



Gambar 1.3. Perusahaan Dengan Status Penilaian PROPER "Tidak Taat"
Sumber : proper.menlhk.go.id

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui lebih mendalam terkait hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility, eco-efficiency*, dan peringkat PROPER terhadap persepsi investor. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, yaitu : Santoso & Yanti (2024), Asyari & Hernawati (2023), Prasetio (2022), Kuncorowati et al. (2021), Putri & Budiasih (2019), Safitri et al. (2019), Purwaningsih (2018), dan Syafrullah & Muharam (2017). Penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2022) menggunakan pengujian pengaruh program CSR terhadap citra perusahaan di era pandemi dan didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif antara aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan tempat terhadap citra perusahaan. Citra perusahaan ini sering juga dikaitkan dengan minat investor untuk berinvestasi dan *return* saham. Ini relevan dengan penelitian Putri & Budiasih (2019) yang menyatakan bahwa investor mempertimbangkan informasi CSR untuk membuat keputusan investasi. Akan tetapi, Kuncorowati et al. (2021) memiliki hasil penelitian yang berbeda, yaitu *Good Corporate Governance* (GCG) serta *Corporate Social*

Responsibility (CSR) tidak menjamin dalam meningkatkan *abnormal return* dan CSR dinilai belum mampu menarik minat investor.

Penelitian lainnya dari Purwaningsih (2018) yang mendapatkan hasil bahwa kinerja lingkungan perusahaan melalui PROPER berpengaruh positif terhadap *return* saham. Pernyataan tersebut juga didukung dengan hasil penelitian dari Asyari & Hernawati (2023) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan dan positif terhadap reaksi investor. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik berpotensi meningkatkan reaksi positif investor. Inkonsistensi hasil penelitian juga terlihat pada penelitian yang dilakukan oleh Syafrullah & Muharam (2017) yang menyebutkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* karena investor tidak hanya melihat faktor lingkungan sebagai informasi untuk pengambilan keputusan investasi.

Kebaharuan riset ini dapat dilihat dari pengujian variabel independen *eco-efficiency* terhadap persepsi investor. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Yanti (2024), yaitu tentang hubungan penerapan eko-efisiensi, inovasi hijau, pengungkapan emisi karbon, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengungkapkan seluruh variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Penelitian ini menyatakan *eco-efficiency* sebagai upaya perusahaan dalam mengurangi adanya kerusakan ekologis dan memaksimalkan efisiensi terhadap lingkungan memiliki dampak terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian lainnya menjelaskan bahwa tidak ada hubungan antara *eco-efficiency* dengan nilai perusahaan, sebagaimana yang diteliti oleh Safitri et

al. (2019). Selebihnya, belum ada penelitian spesifik terkait pengaruh *eco-efficiency* terhadap persepsi investor. Maka dari itu, penulis tertarik mengkaji lebih dalam terkait hubungan dari *eco-efficiency* terhadap persepsi investor. Untuk menunjang kebaharuan, penelitian ini mengukur variabel *eco-efficiency* berdasarkan daftar item indikator pada GRI Standards 2021 yang mengacu pada efisiensi biaya dan sumber daya alam, serta pengolahan limbah dan emisi, yang mana biasanya *eco-efficiency* diukur menggunakan kepemilikan sertifikat ISO 14001.

Selain itu, ditemukan penelitian tentang pengujian CSR dan peringkat PROPER terhadap persepsi investor dengan pengukuran *abnormal return* yang sudah lama dan referensi yang terbaru dari penelitian terkait juga masih sangat sedikit. Padahal, sumber yang terbaru dan revelan dengan kondisi penelitian terkini sangat penting digunakan dalam penelitian karena perkembangan IPTEK yang sangat pesat. Di samping hal tersebut, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan inkonsistensi hasil. Atas dasar hal-hal tersebut, penulis ingin melakukan kajian mendalam terkait pengujian CSR dan peringkat PROPER terhadap persepsi investor. Kebaharuan lain penelitian ini dapat dilihat dari penggunaan GRI Standards 2021 dalam pengukuran variabel CSR, yang mana pada penelitian lainnya, lebih dominan menggunakan GRI Standards 2016. Penggunaan standar terbaru dalam penelitian ini didasarkan pada kesesuaian dengan perkembangan tren global dan regulasi terkini sehingga memberikan dasar yang lebih relevan. Hal tersebut juga mendasari pemilihan periode 2022 – 2023 karena *sustainability report* yang diterbitkan perusahaan dalam periode tersebut telah

menggunakan GRI Standards 2021. Selain itu, pemilihan sektor manufaktur didasarkan pada aktivitas bisnis yang dilakukan menimbulkan pencemaran lingkungan yang cukup besar sehingga mengganggu kehidupan makhluk hidup di sekitarnya.

Implikasi dari penelitian ini adalah agar dapat menumbuhkan kesadaran perusahaan besar, terutama pada sektor manufaktur yang menjadi penyumbang limbah dan kerusakan lingkungan terbesar di Indonesia terkait tanggung jawabnya terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, serta lingkungan alam sebagai akibat dari kegiatan operasional bisnis yang dijalankan sehingga diharapkan dapat menjaga reputasi perusahaan di mata *stakeholder* yang kemudian berimbas pada peningkatan *return* saham. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menganalisis hubungan penerapan konsep-konsep ini terhadap persepsi investor. Penulis menuangkan ide ini ke dalam karya tulis berbentuk skripsi dengan judul "Analisis Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Eco-Efficiency*, dan Peringkat PROPER Terhadap Persepsi Investor (Studi pada Perusahaan Sektor *Basic Industry & Chemicals* dan *Consumer Goods Industry* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 – 2023)."

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Kerusakan dan pencemaran lingkungan akibat aktivitas bisnis menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab dalam menempatkan fokus yang

konsisten dan seimbang pada nilai-nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kegiatan bisnisnya.

2. Masih terdapat perusahaan yang kurang peduli terhadap isu-isu lingkungan yang dapat dilihat dari tidak diungkapkannya CSR.
3. Terdapat perusahaan yang telah melaporkan CSR melalui *sustainability report,* tetapi laporannya tidak kredibel.
4. Limbah dalam jumlah besar yang dihasilkan perusahaan menandakan *eco-efficicency* belum sepenuhnya diterapkan dengan baik.
5. Masih banyak perusahaan dengan status PROPER "tidak taat". Artinya perusahaan ini memiliki potensi merusak lingkungan.
6. Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR serta mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat menimbulkan citra negatif di mata *stakeholder* dan memengaruhi persepsi investor.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini memberi fokus pada hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *eco-efficiency*, dan peringkat PROPER terhadap persepsi investor dengan subjek penelitian perusahaan manufaktur sektor *basic industry & chemicals* dan *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian persepsi investor dalam peneltian ini hanya sebatas menggunakan alat ukur *abnormal return.* Informasi mengenai masing-masing variabel independen diperoleh melalui *sustainability report* dan/atau *annual report* yang diterbitkan selama periode 2022 – 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan yang dimiliki antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap persepsi investor?
2. Bagaimana hubungan yang dimiliki antara *eco-efficiency* terhadap persepsi investor?
3. Bagaimana hubungan yang dimiliki antara peringkat PROPER terhadap persepsi investor?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap persepsi investor.
2. Untuk membuktikan hubungan *eco-efficiency* terhadap persepsi investor.
3. Untuk membuktikan hubungan peringkat PROPER terhadap persepsi investor.

1.6 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun manfaat yang penulis harapkan, yaitu sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk pengembangan teori sinyal dan teori *stakeholder* serta ilmu pengetahuan terkait pelaporan CSR, *eco-efficiency*, dan kinerja lingkungan melalui PROPER. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi atau referensi untuk penelitian terkait selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Penulis berharap melalui penelitian ini dapat memberikan informasi kepada manajemen perusahaan tentang hubungan CSR, *eco-efficiency*, dan peringkat PROPER terhadap persepsi investor. Dengan kata lain, manajemen perusahaan yang ingin meningkatkan *return* saham melalui harga dan volume perdagangan saham yang maksimal dapat memperhatikan faktor-faktor tersebut sehingga strategi yang diambil tepat.

2. Bagi Bursa Efek Indonesia dan Pasar Modal

   Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan informasi bagi Bursa Efek Indonesia dan analis pasar modal sebagai referensi dalam memberikan saran dan pertimbangan kepada calon investor untuk menanamkan modal pada perusahaan-perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Seiring dengan meningkatnya jumlah investor yang lebih selektif dalam memilih perusahaan ramah lingkungan, kesadaran perusahaan untuk lebih

memperhatikan kinerja berkelanjutan juga akan semakin meningkat.

3. Bagi Pemerintah

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan umpan balik dan menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah terkait sejauh mana kontribusi perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan kinerja lingkungan dan tata kelola perusahaan.

4. Bagi Masyarakat

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang isu-isu lingkungan serta tingkat kepedulian perusahaan-perusahaan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan referensi atau sumber informasi bagi Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak di bidang lingkungan. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi bahan analisis atau pertimbangan bagi para investor di masyarakat sebelum melakukan investasi di pasar modal.