

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Di era ekonomi modern saat ini, pertumbuhan perusahaan di seluruh negara banyak menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan hidup, seperti masalah pemanasan global, *eco efficiency* dan aktivitas industri yang berdampak langsung pada kerusakan lingkungan sekitar (Masrinda, 2024). Masalah yang timbul dan berkaitan dengan lingkungan hidup ini mulai dirasakan oleh masyarakat di berbagai negara termasuk di Indonesia, di mana salah satu faktor penyebabnya adalah akibat dari aktivitas operasional dari perusahaan. Menurut Rosaline (2020), persaingan industri yang semakin ketat mengakibatkan pelaku bisnis berusaha meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidup dan mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang maksimal dan terkadang mengabaikan dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis tersebut.

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya jenis-jenis usaha baru yang bermunculan di Indonesia yang mengakibatkan meningkatnya persaingan antar entitas ekonomi (Wijaya, 2024). Terdapat berbagai sudut pandang yang bermunculan akibat peningkatan perkembangan usaha di Indonesia. Dari sudut pandang positif, perkembangan ini memberikan dampak positif kepada masyarakat berupa pemenuhan kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan konsumsi maupun sebagai penyedia lapangan pekerjaan. Namun dari sisi sebaliknya, apabila terdapat perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dengan mengabaikan kelestarian lingkungan hidup, maka akan timbul dampak negatif yang berdampak pada kelestarian lingkungan hidup itu sendiri. Dampak negatif yang paling sering muncul dari kegiatan bisnis perusahaan adalah polusi udara, limbah produksi, kesenjangan dan lain sebagainya (Firdaus, 2023).

Secara umum, tujuan utama dari perusahaan adalah menghasilkan laba atau keuntungan. Menurut Cahyaningtyas (2022), umumnya perusahaan semata-mata hanya mengedepankan dan mengimplementasikan konsep memaksimalkan

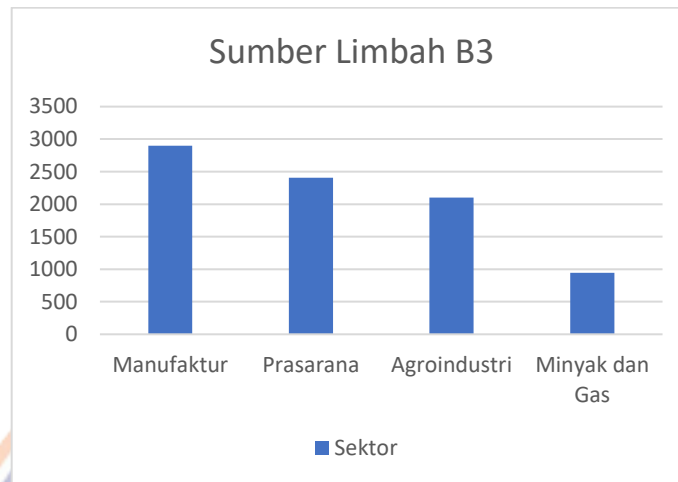
keuntungan tanpa adanya rasa kepedulian terhadap tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya. Suatu perusahaan bisa dikatakan berhasil apabila keuntungan yang diperoleh terus meningkat setiap tahunnya. Namun, saat ini keberhasilan dari suatu perusahaan tidak bisa diukur hanya pada perolehan laba atau keuntungannya saja, melainkan dari dampak yg ditimbulkan terhadap lingkungan dan sosialnya juga.

Pada tahun 1988, John Elkington memperkenalkan konsep *Triple Bottom Line* (TBL) atau 3P (*Profit, People* dan *Planet*). Konsep ini menjelaskan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dinilai dari 3 kualifikasi yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. *Triple Bottom Line* menekankan pentingnya perusahaan untuk memberikan perhatian lebih pada kepentingan semua pihak yang terlibat dan terdampak oleh aktivitas bisnisnya, bukan hanya mengutamakan kepentingan investor. Konsep 3P mencakup tiga aspek utama: pertama, Ekonomi (*Profit*), yang berfokus pada *Profitabilitas* perusahaan, kedua, Sosial (*People*), yang menyoroti perlindungan terhadap karyawan dan keberlanjutan komunitas dan ketiga, Lingkungan (*Planet*), yang berfokus pada upaya menjaga kelestarian lingkungan dan ekosistem. Salah satu sektor perusahaan yang menjadi sorotan masyarakat belakangan ini adalah perusahaan yang bergerak di Sektor Manufaktur (Firdaus, 2023).

Perusahaan sektor manufaktur merupakan suatu entitas bisnis yang mengubah bahan mentah menjadi produk setengah jadi ataupun produk jadi dengan nilai jual yang diharapkan (Kurniawan et al., 2019). Perusahaan sektor manufaktur merupakan salah satu sektor yang memiliki kaitan yang sangat erat dengan lingkungan hidup. Berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2023, perusahaan sektor manufaktur di Indonesia mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang signifikan yaitu sebesar 4,64% dan berkontribusi sebesar 20% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Jumlah usaha yang bergerak di sektor manufaktur pada tahun 2023 mencapai 4,19 juta unit bisnis yang mewakili 99,7% dari total bisnis industri di Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor manufaktur masih menjadi penopang perekonomian nasional Indonesia. Namun, perkembangan pesat pada sektor manufaktur juga membawa dampak negatif terhadap lingkungan sekitar kegiatan usahanya. Dampak negatif tersebut

terjadi akibat limbah yang tidak diolah dengan baik sebelum dibuang, asap pabrik yang mencemari udara, suara bising dari mesin yang mengganggu masyarakat dan sebagainya.

Gambar 1.1
Grafik Sumber Limbah B3



Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup (2022)

Berdasarkan data yang didapat dari Kementerian Lingkungan Hidup (2022), dapat dilihat bahwa perusahaan manufaktur memberikan kontribusi paling besar dalam pencemaran lingkungan dengan spesifik pada limbah B3 sebanyak 2.897 industri, kemudian sektor prasarana menghasilkan limbah B3 sebanyak 2.406 industri, berikutnya sektor pertanian menghasilkan limbah B3 sebanyak 2.103 industri dan sektor pertambangan energi dan migas menghasilkan limbah B3 sebanyak 947 industri. Hasil dari data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan pesat dari perusahaan sektor manufaktur juga memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Sebagai contoh kasus oleh PT Kimu Sukses Abadi (KSA) tahun 2022 salah satu perusahaan yang bergerak pada sektor manufaktur yang beroperasi di Bekasi, di mana pelanggaran yang dilakukan berupa pembuangan air limbah yang menyatu dengan saluran drainase air hujan dan kurangnya dari segi pengolahan limbah B3.

Selain itu, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menilai kepatuhan sektor manufaktur dan sektor agroindustri dalam pengelolaan lingkungan cenderung masih rendah (Wibowo, 2024). Di satu sisi, kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sangat penting untuk dilakukan, mengingat lingkungan dan masyarakat disekitar perusahaan mendapatkan dampak negatif

yang paling besar akibat dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. kepedulian dan solusi atas pencemaran tersebut dapat diwujudkan, salah satunya dengan menganggarkan biaya-biaya yang berkaitan dengan perbaikan dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Kesadaran akan pengaruh negatif yang ditimbulkan terhadap lingkungan membuat suatu perusahaan untuk menyajikan dan melaporkan pendanaannya untuk pengelolaan lingkungan. (Kartika et al., 2024).

Fenomena yang dijelaskan di atas menggambarkan dampak negatif dari kegiatan operasi perusahaan sektor manufaktur. Hal ini tentunya menimbulkan kerugian terhadap kesehatan masyarakat, makhluk hidup lain dan kerusakan lingkungan. Tidak hanya berdampak pada lingkungan, namun kelalaian perusahaan manufaktur terhadap lingkungan juga memberikan dampak negatif terhadap perusahaan itu sendiri. PBV atau *Price to Book Value* yang biasa digunakan sebagai indikator mengukur Nilai Perusahaan, juga turut ikut terdampak pada sektor manufaktur.

Tabel 1.1
Tabel Nilai Perusahaan (PBV) Berbagai Sektor 2021-2023

Tahun	Sektor Manufaktur	Sektor Agroindustri	Sektor Pertambangan	Sektor Transportasi	Sektor Perdagangan
2021	2,15	1,82	2,47	1,33	2,11
2022	1,73	1,91	2,50	1,35	2,08
2023	1,21	1,85	2,42	1,28	2,12

Sumber: Bursa efek Indonesia (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 1.1 yang disajikan, terlihat bahwa nilai rata-rata *Price to Book Value* (PBV) sektor manufaktur mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2021 hingga 2023. Pada tahun 2021, rata-rata PBV sektor manufaktur tercatat sebesar 2,15, namun terus mengalami penurunan tajam hingga mencapai 1,21 pada tahun 2023. PBV (*Price to Book Value*) merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini mencerminkan seberapa besar pasar menilai perusahaan dibandingkan nilai aset yang dimilikinya. Penurunan PBV yang signifikan ini menunjukkan adanya penurunan kepercayaan investor terhadap potensi perusahaan di sektor manufaktur. Sebagai perbandingan, sektor-sektor lain seperti agroindustri dan perdagangan menunjukkan stabilitas nilai PBV selama periode yang sama. Sektor

agroindustri hanya mengalami sedikit fluktuasi dari 1,82 pada tahun 2021 menjadi 1,85 pada tahun 2023, sementara sektor perdagangan bahkan mencatatkan sedikit kenaikan dari 2,11 menjadi 2,12. Hal ini mengindikasikan bahwa tantangan yang dihadapi sektor manufaktur lebih berat dibandingkan sektor lainnya.

Tabel 1.2
Nilai PBV Perusahaan di Sektor Manufaktur

No	Perusahaan	2021	2022	2023
1	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	2,45	1,89	1,34
2	PT Unilever Indonesia Tbk	3,12	2,58	1,87
3	PT Gudang Garam Tbk	1,94	1,53	1,09
4	PT Mayora Indah	2,11	1,69	1,28
5	PT Astra Internasional Tbk	1,87	1,52	1,9
6	PT United Tractors Tbk	1,68	1,34	1,03
7	PT Kalbe Farma Tbk	2,04	2,12	2,25
8	PT Sido Muncul Tbk	2,37	2,1	1,74
9	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	1,96	1,51	1,17
10	PT Kimia Farma Tbk	1,79	1,48	1,11

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 1.2 yang disajikan, terlihat bahwa 10 perusahaan dengan reputasi baik di sektor manufaktur juga menunjukkan tren serupa. Sebagian besar perusahaan, seperti PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood Sukses Makmur Tbk, mengalami penurunan signifikan pada PBV mereka, masing-masing sebesar 2,45 menjadi 1,34 dan 1,96 menjadi 1,17 selama periode 2021-2023. Namun, terdapat pula perusahaan yang mencatatkan kenaikan PBV, seperti PT Kalbe Farma Tbk yang mengalami kenaikan dari 2,04 pada tahun 2021 menjadi 2,25 pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas perusahaan manufaktur menghadapi tekanan, masih ada beberapa perusahaan yang mampu mempertahankan atau meningkatkan performa mereka.

Penurunan signifikan pada PBV sektor manufaktur sejalan dengan data dari *Headline Purchasing Manager's Index* (PMI) Manufaktur Indonesia yang menunjukkan kontraksi selama beberapa periode terakhir. Berdasarkan laporan dari S&P Global, nilai PMI manufaktur Indonesia turun dari 49,3 pada bulan Juli menjadi 48,9 pada bulan berikutnya. Nilai PMI yang berada di bawah 50 ini mencerminkan bahwa aktivitas sektor manufaktur sedang mengalami penurunan, yang turut berdampak pada nilai pasar perusahaan-perusahaan di sektor ini. Oleh

karena itu, sektor manufaktur membutuhkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan dan menarik kembali kepercayaan investor.

Memaksimalkan nilai perusahaan penting untuk dilakukan, dikarenakan nilai perusahaan mampu mendatangkan investasi yang berguna untuk pengembangan dan masa depan perusahaan (Mubarakah & Indah, 2021). Nilai perusahaan menunjukkan peluang keberlanjutan suatu perusahaan di masa depan dan menunjukkan nilai pasar perusahaan. Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai acuan pengambilan keputusan investasi pada perusahaan tersebut. Saat ini, para investor dan calon investor juga turut menyadari akan dampak dari kegiatan bisnis suatu perusahaan terhadap lingkungan, sehingga hal ini mengakibatkan perubahan pandangan investor yang awalnya hanya berfokus pada kinerja suatu perusahaan, kini lebih tertarik pada perusahaan yang mampu untuk menerapkan teori 3P yaitu *Planet, People dan Profit*. Hal ini dikarenakan pencapaian laba yang maksimal dengan sumber daya yang tersedia merupakan tujuan jangka pendek yang ingin dicapai oleh seluruh perusahaan sedangkan pencapaian nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang (Koyoh & Martadinata, 2025)

Dalam menjalankan kegiatan operasinya, perusahaan berupaya menyesuaikan diri dengan harapan-harapan yang ada di lingkungan sosialnya, termasuk menjaga hubungan baik dengan berbagai *Stakeholder* perusahaan seperti pemegang saham, konsumen, pemerintah dan masyarakat luas (Rizki, 2020). Upaya tersebut penting dilakukan karena perusahaan dituntut tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan secara finansial, tetapi juga untuk membangun citra positif yang dapat mendukung keberlangsungan suatu perusahaan. Dengan menyelaraskan kegiatan perusahaan dengan norma-norma sosial dan ekonomi yang berkembang, perusahaan berusaha memperoleh kepercayaan dari pemangku kepentingan, yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh pada keberlanjutan dan reputasi perusahaan di pasar. Peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama karena nilai ini mencerminkan penilaian eksternal terhadap stabilitas, kredibilitas, serta keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Rahayu, 2024).

Stakeholder Theory yang dikemukakan oleh (Freeman & McVea, 1984) menjadi *grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada berbagai pihak yang terkena

dampak aktivitasnya, termasuk pemegang saham, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Berdasarkan teori ini, perusahaan tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga wajib menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan yang tidak memperhatikan dampak aktivitasnya terhadap lingkungan berisiko kehilangan kepercayaan dari *Stakeholder*, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan.

Salah satu cara bagi perusahaan untuk meraih kepercayaan dan meningkatkan nilai Perusahaan adalah dengan menerapkan *Green Accounting*. *Green Accounting* atau akuntansi lingkungan adalah praktik yang memungkinkan perusahaan mencatat dan melaporkan pengeluaran terkait aktivitas yang berdampak pada lingkungan, seperti biaya untuk pengelolaan limbah, penggunaan sumber daya alam, serta investasi dalam teknologi ramah lingkungan (Dhipayanti & Dewi, 2023). Melalui penerapan *Green Accounting*, perusahaan menunjukkan transparansi dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan, yang semakin penting di tengah meningkatnya kesadaran publik akan isu-isu lingkungan. Tindakan ini dapat memperkuat persepsi positif dari *Stakeholder* dan masyarakat luas, yang cenderung lebih mendukung perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial tinggi. Dengan adanya transparansi dalam pengelolaan lingkungan, *Green Accounting* diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena *Stakeholder* memandang perusahaan yang peduli lingkungan sebagai entitas yang lebih stabil dan berkelanjutan (Anisa, 2022). Dalam hal ini, peneliti hendak menggunakan Variabel *Green Accounting* sebagai X1 atau variabel bebas 1 pada penelitian ini.

Di sisi lain, *Profitabilitas* juga menjadi aspek yang signifikan dalam upaya peningkatan nilai perusahaan. *Profitabilitas* mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya, dan merupakan indikator utama dari keberhasilan manajerial. Tingkat *Profitabilitas* yang tinggi tidak hanya menunjukkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan bisnis, tetapi juga menarik perhatian investor yang menginginkan imbal hasil (Mardiah, 2024). Bagi para investor, *Profitabilitas* menjadi tolak ukur utama dalam menilai potensi perusahaan untuk memberikan dividen atau keuntungan dalam jangka panjang. Selain itu, *Profitabilitas* yang stabil

menunjukkan bahwa perusahaan memiliki struktur keuangan yang kuat dan manajemen yang efektif dalam mengelola sumber daya. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong peningkatan nilai perusahaan di pasar modal, karena perusahaan yang menguntungkan cenderung lebih diminati oleh investor dan memiliki daya saing yang lebih baik (Apriyana, 2024). Dalam hal ini, peneliti hendak menggunakan Variabel *Profitabilitas* sebagai X2 atau variabel bebas 2 pada penelitian ini.

Tidak hanya itu, aktivitas operasional perusahaan yang efektif dan efisien juga memiliki kontribusi signifikan dalam menentukan nilai perusahaan. Aktivitas operasional mencakup berbagai proses internal yang berperan dalam memastikan kelancaran produksi, distribusi, dan pengelolaan sumber daya lainnya (Elisa & Amanah, 2021). Ketika perusahaan dapat menjalankan aktivitas operasional dengan efisien, mereka mampu mengurangi biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Efisiensi operasional menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan *Profitabilitas* serta kepuasan konsumen. Konsumen yang puas cenderung lebih loyal, yang pada akhirnya mendukung peningkatan reputasi dan nilai perusahaan di mata publik dan investor. Dengan demikian, aktivitas operasional yang baik tidak hanya membantu perusahaan mencapai tujuan finansial, tetapi juga menciptakan dampak positif terhadap persepsi *Stakeholder* tentang stabilitas dan keberlanjutan perusahaan (Kurniasari, 2020). Dalam hal ini, peneliti hendak menggunakan Variabel Aktivitas Operasional Perusahaan sebagai X3 atau variabel bebas 3 pada penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fini & Astuti (2024), Erlangga et al. (2021) dan Nugroho (2022) menyatakan bahwa *Green Accounting* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Green Accounting* yang secara tak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan karena dapat memberikan citra positif dan rasa percaya terhadap *Stakeholder* atas keberlangsungan perusahaan dimasa depan. Hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sapulette & Limba (2021) dan Kristopeni (2022) yang menyatakan bahwa *Green Accounting* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai perusahaan. Dalam penilaian indeks PROPER yang

dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, tidak semua perusahaan ternyata masuk dalam kategori penilaian, sehingga *Green Accounting* bukan menjadi komponen satu-satunya dalam meningkatkan nilai perusahaan berdasarkan nilai pasar.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ali et al (2021) dan Fatoni & Yuliana (2021) menyatakan bahwa *Profitabilitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki *Return* yang tinggi yang paling diminati oleh para investor, dengan demikian maka nilai perusahaan akan meningkat yang ditandai dengan peningkatan harga saham. Hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Febiyanti & Anwar (2022) dan Kolamban et al (2020) yang menyatakan bahwa *Profitabilitas* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Peningkatan *Profitabilitas* akan menurunkan nilai perusahaan meskipun perusahaan mengalami peningkatan keuntungan, perusahaan menggunakan keuntungan tersebut untuk laba ditahan dan tidak dibagikan kepada pemegang saham.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniasari (2020) dan Hulasoh & Mulyati (2022) menyatakan bahwa Aktivitas Operasional Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Apabila perputaran aset melambat menunjukkan aktiva yang dimiliki perusahaan terlalu besar dibandingkan dengan kemampuan untuk menjual, akibatnya investor kurang memperhatikan dan mempertimbangkan nilai *Total Asset Turnover* untuk melihat nilai perusahaan. Hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Elisa & Amanah (2021) dan S. Anggraini & Widhiastuti (2020) yang menyatakan bahwa Aktivitas Operasional Perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Aktivitas perusahaan yang efektif belum tentu menaikkan laba atau pendapatan perusahaan, selain itu data penjualan perusahaan yang dijadikan sampel menunjukkan perbandingan yang kecil antara total penjualan dengan total aset.

Penelitian ini mengacu pada beberapa rujukan utama, yaitu Hadriyani & Dewi (2022) yang membahas pengaruh aspek *Green Accounting* terhadap *Profitabilitas* pada perusahaan manufaktur, serta penelitian Mabruroh & Anwar (2022) yang menyoroti Pengaruh *Green Accounting*, Ukuran Perusahaan, Dan

Leverage Terhadap Financial Performance Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini hendak menggabungkan kedua ide dari penelitian sebelumnya dan menjadikan Nilai Perusahaan sebagai variabel Dependen. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel independen baru yaitu Aktivitas Operasional Perusahaan. Penambahan ini dilakukan karena Aktivitas Operasional Perusahaan sejalan dengan *Stakeholder Theory* yang dapat mempengaruhi Nilai suatu Perusahaan. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung menggunakan data sebelum 2020 dan kurang mempertimbangkan dinamika ekonomi setelah pandemi COVID-19. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan analisis komprehensif, tetapi juga menawarkan wawasan baru yang dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui praktik akuntansi hijau dan optimalisasi operasional.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Green Accounting*, *Profitabilitas* dan Aktivitas Operasional Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada Periode 2021-2023. Pemilihan periode 2021–2023 dalam penelitian ini memiliki alasan penting. Periode ini mencakup masa pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19, yang menjadi momen kritis bagi perusahaan manufaktur dalam meningkatkan kinerja mereka. Selain itu, pada periode ini, kesadaran publik dan investor terhadap isu lingkungan semakin meningkat, sehingga penerapan *Green Accounting*, *Profitabilitas*, dan efektivitas aktivitas operasional perusahaan menjadi sorotan utama. Selain itu, penelitian ini dilandasi dengan masalah yang telah penulis uraikan pada latar belakang dan adanya inkonsistensi pada hasil penelitian terdahulu yang relevan. Oleh karena itu, penulis mengangkat penelitian ini dengan judul **“PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *PROFITABILITAS* DAN AKTIVITAS OPERASIONAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2021-2023”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yaitu sebagai berikut:

1. Peningkatan aktivitas industri di era modern memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencemaran lingkungan, terutama pada sektor manufaktur. Perusahaan sering kali mengabaikan dampak lingkungan dalam upaya mereka meningkatkan *Profitabilitas* dan menjaga keberlanjutan usaha.
2. Banyak perusahaan manufaktur yang berfokus pada peningkatan kinerja dan *Profitabilitas*, namun cenderung mengabaikan dampak lingkungan dari aktivitas operasional mereka. Hal ini memunculkan kekhawatiran terkait dampak jangka panjang yang mungkin ditimbulkan, termasuk tanggung jawab perusahaan dalam pengelolaan limbah B3.
3. Para investor saat ini tidak hanya mempertimbangkan *Profitabilitas* sebagai indikator utama kinerja perusahaan, tetapi juga mulai memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. *Green Accounting* dianggap sebagai upaya perusahaan untuk transparan dalam melaporkan biaya lingkungan, termasuk pengelolaan limbah B3, guna menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan.
4. Data yang didapat dari Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan sektor manufaktur, yang diukur melalui rasio *Price to Book Value* (PBV), mengalami fluktuasi yang signifikan selama periode 2021-2023. Penurunan ini dapat menjadi sinyal bagi para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
5. Adanya inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh dari penerapan *Green Accounting*, *Profitabilitas*, dan aktivitas operasional perusahaan terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda terkait hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi permasalahan pada penelitian ini dengan memfokuskan pengamatan pada *Green Accounting*, *Profitabilitas* dan Aktivitas Operasional Perusahaan sebagai variabel independen

untuk mengukur bagaimana pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah Aktivitas Operasional Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Aktivitas Operasional Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya yang berkaitan dengan *Green Accounting*, *Profitabilitas* dan Aktivitas Operasional Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dalam bidang akuntansi khususnya yang berkaitan dengan *Green Accounting*, *Profitabilitas* dan Aktivitas Operasional Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang bermanfaat dan berguna bagi investor khususnya dalam menilai suatu perusahaan untuk mengambil keputusan investasi.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk melihat dan menilai faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

d. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan tambahan referensi dan dijadikan sebagai acuan, khususnya mengenai Nilai Perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan skripsi.

