

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama pendirian perusahaan modern adalah memaksimalkan nilai pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan (Triasesiarta, 2019). Hal ini tercermin dalam upaya perusahaan untuk mencapai tingkat pengembalian investasi yang optimal, sejalan dengan teori agensi yang menempatkan kepentingan pemegang saham sebagai prioritas utama (Jensen & Meckling, 1976). Sehingga dalam menjalankan bisnisnya, sebuah perusahaan yang baik diharuskan perusahaan mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non-finansial dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu entitas, karena tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang berarti juga dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham (Euis & Taswan, 2002). Memaksimalkan nilai perusahaan tidak lagi semata-mata tentang meningkatkan keuntungan finansial jangka pendek, melainkan juga tentang membangun nilai jangka panjang yang berkelanjutan, sehingga pada akhirnya hal tersebut dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan hasil dari proses pembentukan citra positif di mata publik, yang didasarkan pada kinerja perusahaan, kualitas produk atau jasa, serta kontribusinya terhadap masyarakat. Nilai perusahaan, sebagaimana didefinisikan oleh Sartono (2010), adalah harga yang bersedia dibayarkan oleh investor untuk mengakuisisi perusahaan, dan mencerminkan penilaian pasar terhadap potensi masa depan, kinerja keuangan, serta faktor-faktor non-finansial seperti reputasi dan inovasi perusahaan. Sebagaimana ditegaskan oleh Pambudi & Ahmad (2022), nilai perusahaan yang tinggi merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya dan menciptakan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan.

Menurut sejumlah penelitian Fama (1978) dan Wright & Ferris (1997), terdapat korelasi yang kuat antara harga saham dengan nilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dapat digambarkan melalui harga pasar saham. Kenaikan harga saham secara langsung berbanding lurus dengan peningkatan kekayaan yang dimiliki oleh para pemegang saham perusahaan publik (Wijaya & Panji 2015). Semakin tinggi harga jual saham, semakin besar pula nilai investasi yang dimiliki oleh para pemilik saham di perusahaan tersebut. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (Hasnawati, 2005). Maka dengan kata lain harga saham terbentuk oleh *supply* dan *demand* atas saham tersebut.

Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan manajemen nilai perusahaan adalah melalui peningkatan harga saham (Erfada & Priono, 2024). Harga saham yang terus meningkat berperan sebagai magnet bagi investor, baik institusional maupun individu. Kenaikan harga saham yang signifikan mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek pertumbuhan yang cerah, sehingga menarik minat investor untuk mengalokasikan dana investasinya (Sintyana & Artini, 2019). Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan likuiditas saham dan memperkuat posisi perusahaan di pasar modal (Putri & Miftah, 2021). Oleh karena itu, manajemen perusahaan perlu secara proaktif mengidentifikasi peluang pertumbuhan, mengelola risiko, serta meningkatkan efisiensi operasional untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi para pemegang saham.

Namun guncangan ekonomi global akibat pandemi telah menyebabkan penurunan nilai perusahaan secara signifikan, terutama di sektor-sektor yang terdampak secara langsung. Adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia, mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai upaya menekan tingkat penyebaran virus tersebut membuat perusahaan sulit dalam menjalankan operasionalnya hingga menyebabkan penurunan produksi dan pemberhentian (Pudjiastuti, 2020). Bahkan survei Kemnaker RI menyebutkan 88% perusahaan mendapati kerugian (Catriana, 2020).

Berbagai jenis usaha di Indonesia, terutama sektor properti, merasakan dampak buruk pandemi (Hakim, 2022). Perubahan perilaku konsumen akibat pandemi Covid-19 telah memberikan pukulan telak pada sektor properti di Indonesia, salah satunya karena turunnya minat beli masyarakat yang menahan diri dari kebutuhan atas konsumsi barang properti yang memiliki sifat jangka panjang (Rahardian, 2022). Masa Covid-19 membuat masyarakat lebih selektif dalam mengalokasikan anggaran, dengan cenderung memprioritaskan kebutuhan primer dibandingkan dengan pembelian barang atau jasa yang bersifat sekunder, seperti properti. Akibatnya, permintaan terhadap properti mengalami penurunan menyebabkan pendapatan dari sektor tersebut mengalami penurunan (Sari & Rahman, 2021).

Sebagai salah satu pilar penting dalam perekonomian, sektor properti memiliki keterkaitan yang erat dengan berbagai sektor lainnya. Pertumbuhan sektor properti tidak hanya berdampak pada peningkatan permintaan terhadap bahan bangunan, jasa konstruksi, dan produk terkait, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan negara melalui pajak dan retribusi. Namun, seperti yang diungkapkan oleh Pratiwi & Wiksuana (2020), sektor properti sangat rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi. Pandemi Covid-19 telah mengkonfirmasi hal ini, dengan penurunan penjualan properti hingga 95% di sektor perhotelan dan ritel, serta 60% di sektor perumahan, sebagaimana dilaporkan oleh Hidayat (2021).

Jika dibandingkan dengan sektor lain, sektor *properties* dan *real estate* menunjukkan tingkat volatilitas yang jauh lebih tinggi, khususnya selama periode 2019 dan 2020 atau pada masa sebelum dan saat pandemi, pernyataan tersebut tergambar dalam Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) turun hingga sebesar -36,09%. dibanding akhir tahun sebelumnya (Agung & Susilawati, 2021). Penurunan harga saham sektor *properties* dan *real estate* pada tahun 2020 dibandingkan tahun sebelumnya yaitu merupakan penurunan yang sangat signifikan, menunjukkan dampak yang dalam dari pandemi Covid-19 terhadap sektor ini.

Penurunan harga saham yang signifikan mengindikasikan penurunan nilai perusahaan di sektor *properties* dan *real estate*. Penurunan harga saham yang signifikan ini mencerminkan bahwa investor semakin khawatir terhadap kinerja keuangan dan prospek pertumbuhan perusahaan-perusahaan properti di tengah ketidakpastian ekonomi global. Salah satu perusahaan *properties dan real estate* yang mengalami penurunan harga saham yaitu PT Summarecon Agung Tbk (SMRA). Selama kurun waktu lima tahun terakhir, saham SMRA telah menunjukkan tren penurunan yang cukup signifikan setelah mencapai puncak historisnya sebesar Rp1.318 per lembar pada Juli 2019. Namun, setelah itu saham SMRA mulai bergerak turun. Tren penurunan saham SMRA semakin tajam setelah merebaknya pandemi Covid-19. Sentimen pasar yang negatif akibat pandemi mendorong harga saham SMRA merosot hingga mencapai level terendah Rp339 per saham pada awal tahun 2020, mewakili penurunan sebesar 74% dari rekor tertinggi sebelumnya. Terakhir, per 26 Januari 2024 harga saham SMRA tercatat sebesar Rp565 per lembar, turun 3% secara tahunan dan 43% dari level tertinggi yang pernah dicapai lima tahun lalu (Chaca, 2024).

Nilai perusahaan dapat dilihat dari *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Ang, 1997). Menurut Husnan. S & Pudjiastuti (2006), perusahaan yang memiliki *Price to Book Value* (PBV) di atas 1 menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berjalan dengan baik. Mengacu pada temuan Haryadi (2016), perusahaan dengan rasio PBV di atas satu umumnya dianggap memiliki prospek yang baik di mata investor, karena nilai pasar sahamnya melampaui nilai buku. PBV yang tinggi akan membuat investor percaya atas prospek perusahaan ke depan.

Semua perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, termasuk sektor *Properties* dan *Real Estate*, memiliki tujuan utama untuk meningkatkan nilai perusahaan agar semakin menarik bagi investor. Berikut ini disajikan tabel nilai perusahaan yang diukur dengan rasio *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan *properties & real estate* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 :

Tabel 1.1
Rata-Rata Rasio *Price to Book Value* (PBV)
Perusahaan Sektor *Properties* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI
Periode 2019-2023

No.	Kode	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV)					Rata-rata PBV Perusahaan	Keterangan
			2023	2022	2021	2020	2019		
1	ADCP	Adhi Commuter Properti Tbk.	0,43	0,61	1,29	-	-	0,78	Tidak Ideal
2	AMAN	Makmur Berkah Amanda Tbk.	0,66	4,19	3,28	2,04	1,12	2,26	Ideal
3	APLN	Agung Podomoro Land Tbk.	0,22	0,28	0,26	0,38	0,27	0,28	Tidak Ideal
4	ARMY	Armidian Karyatama Tbk.	-	-	0,3	0,31	0,31	0,31	Tidak Ideal
5	ASPI	Andalan Sakti Primaindo Tbk.	1,33	0,87	0,69	0,97	3,43	1,46	Ideal
6	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	0,29	0,3	0,33	0,51	0,44	0,37	Tidak Ideal
7	ATAP	Trimitra Prawara Goldland Tbk.	0,82	1,3	2,89	2,59	-	1,9	Ideal
8	BAPA	Bekasi Asri Pemula Tbk.	0,35	0,49	0,34	0,25	0,35	0,36	Tidak Ideal
9	BAPI	Bhakti Agung Propertindo Tbk.	0,66	0,65	0,65	0,65	0,63	0,65	Tidak Ideal
10	BBSS	Bumi Benowo Sukses Sejahtera Tbk	1,53	1,25	0,96	1,95	7,56	2,65	Ideal
11	BCIP	Bumi Citra Permai Tbk.	0,18	0,21	0,29	0,24	0,21	0,23	Tidak Ideal
12	BEST	Bekasi Fajar Industrial Estate	0,3	0,3	0,25	0,4	0,47	0,34	Tidak Ideal
13	BIKA	Binekanya Jaya Abadi Tbk.	(0,08)	(0,18)	(0,97)	(0,32)	0,19	(0,27)	Tidak Ideal
14	BIPP	Bhuwanatala Indah Permai Tbk.	0,24	0,24	0,24	0,21	0,23	0,23	Tidak Ideal
15	BKDP	Bukit Darmo Property Tbk	1	1,58	1,48	0,8	0,9	1,15	Ideal
16	BKSL	Sentul City Tbk.	0,55	0,32	0,38	0,33	0,44	0,4	Tidak Ideal
17	BSBK	Wulandari Bangun Laksana Tbk.	0,76	2,27	2,97	-	-	2	Ideal
18	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	0,55	0,51	0,6	0,75	0,72	0,63	Tidak Ideal
19	CBPE	Citra Buana Prasida Tbk.	0,81	1,36	-	-	-	1,09	Ideal
20	CITY	Natura City Developments Tbk.	0,4	0,9	1,08	0,54	0,77	0,74	Tidak Ideal
21	COWL	Cowell Development Tbk.	-	-	-	-	(12,63)	(12,63)	Tidak Ideal
22	CPRI	Capri Nusa Satu Properti Tbk.	-	0,66	0,66	0,65	0,64	0,65	Tidak Ideal
23	CSIS	Cahayasakti Investindo Sukses	0,21	0,3	0,69	0,32	0,54	0,41	Tidak Ideal
24	CTRA	Ciputra Development Tbk.	0,96	0,83	0,93	1,05	1,09	0,97	Tidak Ideal
25	DADA	Diamond Citra Propertindo Tbk.	0,19	1,04	1,05	1,1	12,11	3,1	Ideal
26	DART	Duta Anggada Realty Tbk.	0,23	0,26	0,39	0,24	0,3	0,28	Tidak Ideal
27	DILD	Intiland Development Tbk.	0,31	0,29	0,27	0,38	0,37	0,32	Tidak Ideal
28	DMAS	Puradelta Lestari Tbk.	1,34	1,34	1,72	2,14	2,2	1,75	Ideal

29	DUTI	Duta Pertiwi Tbk	0,75	0,7	0,57	0,68	0,87	0,71	Tidak Ideal
30	ELTY	Bakrieland Development Tbk.	0,35	0,3	0,27	0,26	0,25	0,29	Tidak Ideal
31	EMDE	Megapolitan Developments Tbk.	0,29	0,25	0,33	1,17	0,97	0,6	Tidak Ideal
32	FMII	Fortune Mate Indonesia Tbk	3,06	1,07	1,63	2,92	2,04	2,14	Ideal
33	FORZ	Forza Land Indonesia Tbk.	-	-	-	0,34	0,35	0,35	Tidak Ideal
34	GAMA	Aksara Global Development Tbk.	-	0,17	0,47	0,46	0,45	0,39	Tidak Ideal
35	GMTD	Gowa Makassar Tourism Development Tbk.	3,48	2,6	3,05	3,12	2,35	2,92	Ideal
36	GPRA	Perdana Gapuraprima Tbk.	0,32	0,36	0,34	0,3	0,29	0,32	Tidak Ideal
37	GRIA	Ingria Pratama Capitalindo Tbk	2,34	10,57	-	-	-	6,46	Ideal
38	HBAT	Minahasa Membangun Hebat Tbk.	0,66	2,81	-	-	-	1,74	Ideal
39	HOMI	Grand House Mulia Tbk.	2,64	4,19	10,67	9,09	6,57	6,63	Ideal
40	INDO	Royalindo Investa Wijaya Tbk.	0,39	0,41	0,45	0,56	0,98	0,56	Tidak Ideal
41	INPP	Indonesian Paradise Property T	1,36	0,87	1,28	1,41	1,48	1,28	Ideal
42	IPAC	Era Graharealty Tbk.	2,79	3,51	4,2	-	-	3,5	Ideal
43	JRPT	Jaya Real Property Tbk.	1,04	0,8	0,88	1,05	1,11	0,98	Tidak Ideal
44	KBAG	Karya Bersama Anugerah Tbk.	0,94	0,92	1,16	0,93	-	0,99	Tidak Ideal
45	KIJA	Kawasan Industri Jababeka Tbk.	0,4	0,47	0,54	0,71	0,96	0,62	Tidak Ideal
46	KOCI	Kokoh Exa Nusantara Tbk.	1,82	-	-	-	-	1,82	Ideal
47	LAND	Trimitra Propertindo Tbk.	0,09	0,3	0,52	1,01	5,44	1,47	Ideal
48	LCGP	Eureka Prima Jakarta Tbk.	-	-	0,4	0,4	0,4	0,4	Tidak Ideal
49	LPCK	Lippo Cikarang Tbk	0,32	0,4	0,5	0,58	0,25	0,41	Tidak Ideal
50	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	0,35	0,29	0,44	0,64	0,5	0,44	Tidak Ideal
51	LPLI	Star Pacific Tbk	0,17	0,29	0,33	0,13	0,15	0,21	Tidak Ideal
52	MDLN	Modernland Realty Tbk.	0,19	0,24	0,22	0,15	0,45	0,25	Tidak Ideal
53	MKPI	Metropolitan Kentjana Tbk.	3,76	5,75	4,05	4,73	2,79	4,22	Ideal
54	MMLP	Mega Manunggal Property Tbk.	0,45	0,53	0,63	0,36	0,24	0,44	Tidak Ideal
55	MPRO	Maha Properti Indonesia Tbk.	16,23	11,33	6,24	12,64	16,81	12,65	Ideal
56	MSIE	Multisarana Intan Eduka Tbk.	0,3	1,57	-	-	-	0,94	Tidak Ideal
57	MTLA	Metropolitan Land Tbk.	0,6	0,62	0,8	0,81	1,15	0,8	Tidak Ideal
58	MTSM	Metro Realty Tbk.	2,04	1,01	1,69	1,13	0,98	1,37	Ideal
59	MYRX	Hanson International Tbk.	-	-	-	-	0,51	0,51	Tidak Ideal
60	NASA	Andalan Perkasa Abadi Tbk.	0,17	0,51	0,63	1,06	7,36	1,95	Ideal
61	NIRO	City Retail Developments Tbk.	0,54	0,52	0,52	0,55	0,48	0,52	Tidak Ideal
62	NZIA	Nusantara Almazia Tbk.	0,36	1,52	0,67	0,78	3,55	1,38	Ideal
63	OMRE	Indonesia Prima Property Tbk	0,41	0,45	0,44	0,16	0,45	0,38	Tidak Ideal
64	PAMG	Bima Sakti Pertiwi Tbk.	0,55	0,5	0,76	0,74	0,47	0,6	Tidak Ideal
65	PANI	Pantai Indah Kapuk Dua Tbk.	4,01	1,71	16,85	1,19	1,16	4,98	Ideal
66	PLIN	Plaza Indonesia Realty Tbk.	0,88	0,67	0,81	0,82	1,01	0,84	Tidak Ideal
67	POLI	Pollux Hotels Group Tbk.	0,81	0,85	1,71	0,95	1,79	1,22	Ideal

68	POLL	Pollux Properties Indonesia Tb	0,57	1,1	7,62	25,21	40,05	14,91	Ideal
69	POSA	Bliss Properti Indonesia Tbk.	(1,47)	(3,05)	(25,27)	3,38	1,61	(4,96)	Tidak Ideal
70	PPRO	PP Properti Tbk.	0,92	0,68	0,8	1,28	0,93	0,92	Tidak Ideal
71	PUDP	Pudjiadi Prestige Tbk.	0,37	0,2	0,37	0,24	0,29	0,29	Tidak Ideal
72	PURI	Puri Global Sukses Tbk.	1,56	1,81	3,1	2,5	3,35	2,46	Ideal
73	PWON	Pakuwon Jati Tbk.	0,96	1,06	1,17	1,4	1,52	1,22	Ideal
74	RBMS	Ristia Bintang Mahkotasejati Tbk	0,27	0,26	0,39	0,24	0,3	0,29	Tidak Ideal
75	RDTX	Roda Vivatex Tbk	1,33	0,84	0,62	0,52	0,59	0,78	Tidak Ideal
76	REAL	Repower Asia Indonesia Tbk.	0,17	0,94	1,7	0,95	7,6	2,27	Ideal
77	RELF	Graha Mitra Asia Tbk.	0,55	4,79	-	-	-	2,67	Ideal
78	RIMO	Rimo International Lestari Tbk	-	-	-	-	0,36	0,36	Tidak Ideal
79	RISE	Jaya Sukses Makmur Sentosa Tbk	4,47	5,23	1,85	2,3	3,2	3,41	Ideal
80	ROCK	Rockfields Properti Indonesia	0,69	0,51	1,33	1,7	6,04	2,05	Ideal
81	RODA	Pikko Land Development Tbk.	0,31	0,35	0,54	0,31	0,28	0,36	Tidak Ideal
82	SAGE	Saptausaha Gemilangindah Tbk.	1,4	8,49	9,38	-	-	6,42	Ideal
83	SATU	Kota Satu Properti Tbk.	2,4	1,55	2,07	0,8	1,09	1,58	Ideal
84	SMDM	Suryamas Dutamakmur Tbk.	0,3	0,29	0,34	0,19	0,22	0,27	Tidak Ideal
85	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	0,77	0,85	1,22	1,28	1,53	1,13	Ideal
86	TARA	Agung Semesta Sejahtera Tbk.	0,07	0,48	0,47	0,48	4,01	1,1	Ideal
87	TRIN	Perintis Trinita Properti Tbk.	1,28	2,06	1,65	1,27	2,81	1,81	Ideal
88	TRUE	Trinita Dinamik Tbk.	1,19	1,12	2,15	1,53	-	1,5	Ideal
89	UANG	Pakuan Tbk.	3,35	(55,1)	24,66	2,07	3,02	(4,4)	Tidak Ideal
90	URBN	Urban Jakarta Propertindo Tbk.	0,24	0,26	0,93	1	7,18	1,92	Ideal
91	VAST	Vastland Indonesia Tbk.	0,51	1,55	-	-	-	1,03	Ideal
92	WINR	Winner Nusantara Jaya Tbk.	0,73	0,8	4	(107)	-	(25,37)	Tidak Ideal

(Sumber: Data diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa hasil dari perhitungan nilai *Price to Book Value* (PBV) dari 92 perusahaan *properties* dan *real estate* yang terdaftar di BEI dari tahun 2019-2023, sebanyak 52 perusahaan rata-rata mendapatkan nilai di bawah 1 yang artinya perusahaan tersebut dikategorikan masih belum ideal nilai perusahaannya, di mana nilai perusahaan dipasar lebih rendah dibandingkan nilai perusahaan tercatat. Sedangkan terdapat sebanyak 40 perusahaan rata-rata mendapatkan nilai PBV di atas 1 artinya perusahaan tersebut dikategorikan ideal. Nilai PBV dengan kategori tidak ideal menunjukkan penurunan harga saham pada sektor *properties* dan *real estate*, hal tersebut menyebabkan terjadinya penurunan kepercayaan pasar terhadap

kinerja perusahaan dalam meningkatkan prospek perusahaan dimasa mendatang. Tandelilin (2010) menyatakan bahwa nilai buku per lembar saham bisa menjadi acuan untuk memperkirakan harga pasar suatu saham. Masih terdapat banyak perusahaan dengan angka PBV yang kecil atau bahkan bernilai negatif, sehingga di simpulkan bahwa kurangnya nilai perusahaan di sektor *properties* dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

Berbagai penelitian telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Yani & Wijaya (2024) bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *green accounting*. Kemudian hasil Penelitian Putri *et al.* (2019) menunjukkan bahwa *intellectual capital* juga dapat berdampak pada nilai perusahaan, semakin tinggi *intellectual capital* sebuah perusahaan maka nilai perusahaan semakin tinggi pula. Selain, itu menurut Damas *et al.* (2021) mengidentifikasikan faktor lain yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan yaitu seperti *co-efficiency*, *green innovation* dan *carbon emission disclosure*. Secara khusus, penelitian ini akan menguji apakah perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip *green accounting*, *intellectual capital*, dan *green innovation*, akan memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *green accounting*. *Green accounting*, sebagaimana didefinisikan oleh Oktapriana. *et al.* (2022), adalah suatu pendekatan akuntansi komprehensif tidak hanya sekadar metode akuntansi konvensional, tetapi juga merupakan pendekatan yang mengintegrasikan aspek lingkungan dan sosial ke dalam proses pengambilan keputusan bisnis. *Green accounting* merupakan langkah awal menuju pengelolaan lingkungan yang lebih baik di tingkat perusahaan. Penerapan *green accounting* dapat meningkatkan kelancaran kerja dan kesejahteraan sosial departemen yang akhirnya bisa menambah nilai perusahaan (Saputra, 2023). Sehingga implementasi *green accounting* dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian Indriyani *et al.* (2021); Lestari (2023); dan Selvia & Sulfitri (2023) menunjukkan bahwa *green accounting* berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan. Sementara itu hasil berbeda dari penelitian Agatha & Widoretno (2023); Salsabila & Widiatmoko (2022) dan Sapulette & Limba (2021); dinyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *intellectual capital*. Keunggulan kompetitif suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh aset fisiknya, tetapi juga oleh kekayaan intelektual yang dimilikinya. *Intellectual Capital* (IC), sebagaimana dijelaskan oleh Nugroho (2012), merupakan kumpulan pengetahuan, keahlian, dan inovasi yang unik bagi setiap perusahaan. Sunarsih & Mendra (2012) menunjukkan bahwa pasar modal secara konsisten memberikan penghargaan yang lebih tinggi kepada perusahaan yang memiliki IC yang kuat, karena IC inilah yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan dan sulit ditiru oleh pesaing. Pernyataan tersebut selaras dengan hasil penelitian Ahmed *et al.* (2019); Chen *et al.* (2005); dan Ganda & Solon (2012) yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil dari penelitian yang dilakukan Fathur & Putri (2015) Sari *et al.* (2021); dan Yuniasih *et al.* (2010) menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak terbukti mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini yaitu *green innovation*. *Green innovation* adalah transformasi inovatif dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan masyarakat secara bersamaan, dengan fokus pada pengurangan limbah, pencegahan pencemaran, dan peningkatan efisiensi, inovasi hijau tidak hanya membantu melindungi lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi biaya operasional, dan membuka peluang pasar baru yang berkelanjutan (Hart, S.L & Dowell, 2013). Implementasi *green innovation* memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, melalui efisiensi penggunaan bahan baku dan energi, perusahaan tidak hanya mengurangi biaya produksi, tetapi juga meningkatkan reputasi merek sebagai perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan

(Fabiola & Khusnah, 2022). Meskipun *green innovation* memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan nilai perusahaan, akan tetapi keberhasilan implementasinya sangat bergantung pada kualitas pelaksanaan (Rasyid & Umrie, 2014). Perusahaan perlu memiliki komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan, didukung oleh strategi yang jelas, serta sistem manajemen yang efektif (Giannarakis *et al.*, 2017). Semakin baik kinerja lingkungan suatu perusahaan, semakin besar minat investor, yang pada akhirnya mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan (Rosenbusch, Rauch, & Bausch, 2013). Strategi keberlanjutan yang jelas dan sistem manajemen yang efektif dalam implementasi *green innovation* adalah kunci untuk menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut dapat diperkuat berdasarkan temuan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Rahmianingsih (2020); Fabiola & Khusnah (2022) dan Hong *et al.* (2020) menunjukkan bahwa *green innovation* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu hasil penelitian Tonay & Murwaningsari (2022); Xie *et al.* (2022); dan Yao *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa *green innovation* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, di karena kan karena implementasi *green innovation* sering kali dihadapkan pada tantangan finansial yang signifikan.

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian Yani & Wijaya (2024) tentang pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan sektor energi yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. Pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel *intellectual capital* (Silitonga & Wulandari, 2018) dan *green innovation* (Arnelya, 2021) sebagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Penambahan variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan validitas eksternal temuan penelitian, mengungkap mekanisme yang lebih mendalam di balik hubungan antara praktik keberlanjutan dan nilai perusahaan, serta menyediakan landasan untuk penelitian lebih lanjut yang lebih spesifik. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang, *fenomena*, dan *research gap* yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul **“Penerapan Green**

Accounting, Intellectual Capital, dan Green Innovation Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Properties dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada pun rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada sektor *properties* dan *real estate*?
2. Bagaimana pengaruh penerapan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pada sektor *properties* dan *real estate*?
3. Bagaimana pengaruh penerapan *green innovation* terhadap nilai perusahaan sektor *properties* dan *real estate*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mendapatkan bukti empiris serta menggambarkan model yang dapat menjelaskan tentang :

1. Pengaruh penerapan *green accounting* terhadap nilai perusahaan pada sektor *properties* dan *real estate*.
2. Pengaruh penerapan *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan pada sektor *properties* dan *real estate*.
3. Pengaruh penerapan *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada sektor *properties* dan *real estate*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik dari segi teoretis maupun dalam praktis pelaksanaannya.

1. Manfaat Teoretis

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai *green accounting, intellectual capital, dan green innovation*. Serta diharapkan

juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian serupa untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green accounting*, *intellectual capital*, dan *green innovation* terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan Emiten, diharapkan dapat menjadi wawasan dan salah satu pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai *green accounting*, *intellectual capital*, dan *green innovation* dalam meningkatkan nilai perusahaan dalam operasi bisnisnya.
- b. Bagi Investor, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi investor untuk memilih perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan yang lebih baik dalam jangka panjang. Dengan menginvestasikan dana pada perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan, masyarakat secara tidak langsung berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.
- c. Bagi Pemerintah, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan bisnis yang berkelanjutan di sektor *properties* dan *real estate*. Serta pemerintah dapat memberikan insentif bagi perusahaan yang menerapkan praktik-praktik keberlanjutan, seperti pengurangan pajak atau akses yang lebih mudah ke pembiayaan.
- d. Bagi Masyarakat, diharapkan perusahaan yang menerapkan praktik-praktik keberlanjutan cenderung menghasilkan produk dan layanan yang lebih aman bagi lingkungan dan kesehatan masyarakat. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas udara, air, dan tanah. Serta di harapkan dengan memahami dampak lingkungan dari aktivitas *properties* dan *real estate*, masyarakat dapat mengambil langkah-langkah pencegahan untuk melindungi kesehatan mereka.