

DAMPAK SUSTAINABILITY DISCLOSURE, INOVASI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Farhan Aditya¹, Sudarynianto NS², Maria Yovita R. Pandin³
1222200142@surel.untag-sby.ac.id¹, 1222200180@surel.untag-sby.ac.id²,
yovita_87@untag-sby.ac.id³

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pemeriksaan bagaimana pelaporan keberlanjutan, pengembangan produk ramah lingkungan, dan kepemilikan institusional memengaruhi nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2020 hingga 2024. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif, mengumpulkan data sekunder dari laporan tahunan dan dokumen keberlanjutan perusahaan, dengan mengikuti kriteria yang ditetapkan oleh Global Reporting Initiative (2020). Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 26, menerapkan teknik regresi linier berganda dan pengecekan asumsi tradisional (Sugiyono, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaporan keberlanjutan, pengembangan produk ramah lingkungan, dan kepemilikan institusional secara positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan, baik secara individual maupun kolektif. Pelaporan keberlanjutan muncul sebagai prediktor yang paling signifikan, dengan koefisien 0,372 dan tingkat signifikansi 0,000 (Sari dan Rahman, 2024). Dengan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,674, ketiga variabel independen ini menjelaskan 67,4% perubahan nilai perusahaan. Jika praktik keberlanjutan diadopsi, inovasi hijau diperkenalkan, dan kerangka kepemilikan yang efektif dibentuk, pasar modal Indonesia dapat melihat peningkatan kepercayaan investor dan peningkatan nilai bisnis jangka panjang (Barney, 1991; Jensen dan Meckling, 1976).

Kata Kunci: Pelaporan Keberlanjutan, Produk Ramah Lingkungan, Kepemilikan Institusional, Nilai Perusahaan, Sektor Makanan Dan Minuman.

ABSTRACT

This research focuses on examining how sustainability reporting, eco-friendly product development, and institutional ownership influence the value of companies in the food and beverage sector listed on the IDX from 2020 to 2024. The study utilized quantitative approaches, gathering secondary data from annual reports and sustainability documents of companies, adhering to the criteria set by the Global Reporting Initiative (2020). Data analysis was performed using SPSS version 26, applying multiple linear regression techniques and traditional assumption checks (Sugiyono, 2022). The results reveal that sustainability reporting, eco-friendly product development, and institutional ownership positively and significantly affect company value, both individually and collectively. Sustainability reporting emerged as the most significant predictor, with a coefficient of 0. 372 and a significance level of 0. 000 (Sari and Rahman, 2024). With a determination coefficient (R²) of 0. 674, these three independent variables account for 67. 4% of the changes in firm value. If sustainability practices are adopted, green innovations are introduced, and effective ownership frameworks are established, the Indonesian capital market could see enhanced investor trust and boosted long-term business value (Barney, 1991; Jensen and Meckling, 1976).

Keyword: Sustainability Disclosure, Green Product Innovation, Institutional Ownership, Firm Value, SPSS.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis selama globalisasi telah mendorong perusahaan untuk tidak hanya fokus pada menghasilkan uang, tetapi juga pada dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Gagasan keberlanjutan telah menjadi poin kunci dalam cara bisnis beroperasi saat ini, menekankan pentingnya menggabungkan aspek ekonomi

(keuntungan), sosial (manusia), dan lingkungan (planet). Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan ketiga komponen ini biasanya mendapatkan kepercayaan lebih dari investor, pelanggan, dan masyarakat umum.

Dalam perekonomian Indonesia, industri manufaktur merupakan elemen penting dalam mendorong kemajuan ekonomi negara. Informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) menunjukkan bahwa sektor ini menyumbang 18,67% dari PDB, dengan subsektor makanan dan minuman sebagai kontributor utama, mengalami tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 6,5% dari tahun 2020 hingga 2024. Meskipun demikian, subsektor ini juga menghadapi tantangan besar terkait isu lingkungan, termasuk pengelolaan limbah, penggunaan bahan kimia, dan kebutuhan energi yang tinggi.

Meningkatnya fokus publik pada masalah keberlanjutan mendorong investor untuk memasukkan faktor ESG ke dalam keputusan investasi mereka. Oleh karena itu, bisnis harus mengembangkan reputasi yang kuat dengan menunjukkan keterbukaan dan tanggung jawab dalam pelaporan keberlanjutan mereka. Oktaviana dan Suryani (2023) mengamati bahwa penerapan pelaporan keberlanjutan dapat meningkatkan kepercayaan investor, karena hal itu menunjukkan komitmen perusahaan untuk mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Selain teknik pelaporan, inovasi produk secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan. Inovasi produk hijau melibatkan pengembangan produk dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan. Ini termasuk faktor-faktor seperti pilihan bahan baku, metode yang digunakan dalam produksi, dan seluruh siklus hidup produk. Chen dan rekan-rekannya pada tahun 2006, menyarankan bahwa perusahaan yang berhasil mengadopsi inovasi hijau meningkatkan penggunaan sumber daya mereka dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Dalam industri makanan dan minuman, inovasi produk hijau dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya alam, memilih alternatif kemasan yang dapat terurai secara hayati, dan menerapkan metode produksi yang menghasilkan emisi lebih rendah.

Sebaliknya, cara kepemilikan diatur memainkan peran penting dalam memengaruhi kinerja dan nilai total perusahaan. Sesuai dengan teori keagenan, kehadiran pemilik institusional dianggap sebagai metode penting untuk mengawasi aktivitas perusahaan. Hal ini karena lembaga-lembaga seperti bank, reksa dana, dan perusahaan asuransi lebih mampu dan cenderung mengawasi bagaimana manajemen menjalankan operasi dan membuat keputusan (Jensen dan Meckling, 1976). Dipercaya bahwa memiliki banyak pemilik institusional dapat mengurangi perselisihan antara manajemen dan pemegang saham, sekaligus mendorong keputusan yang berfokus pada peningkatan nilai jangka panjang perusahaan.

Hasil studi sebelumnya saling bertentangan. Menurut Sari dan Rahman (2024), pengungkapan data keberlanjutan memiliki efek menguntungkan pada nilai perusahaan karena dapat meningkatkan kepercayaan pasar melalui pelaporan yang transparan. Sebaliknya, Rizky dan Damayanti (2023) menemukan bahwa tidak setiap aspek keberlanjutan memiliki dampak besar pada kinerja pasar; melainkan, relevansi dan kualitas informasi yang dibagikan memiliki dampak pada signifikansi dan kualitas informasi yang dibagikan. Hubungan antara kepemilikan institusional dan inovasi hijau juga telah ditetapkan dalam sejumlah studi. Beberapa studi mengungkapkan efek positif yang substansial, sementara yang lain menunjukkan dampak yang kecil.

Variasi hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan peluang untuk investigasi tambahan, terutama mengenai sektor manufaktur Indonesia, dengan fokus khusus pada segmen makanan dan minuman, yang ditandai dengan penggunaan sumber daya yang tinggi dan peraturan lingkungan yang semakin ketat. Dengan demikian, studi ini penting karena

menawarkan bukti nyata tentang bagaimana pelaporan keberlanjutan, inovasi produk ramah lingkungan, dan kepemilikan institusional berkontribusi untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi para pemimpin bisnis, mendorong mereka untuk memprioritaskan penerapan langkah-langkah keberlanjutan dan mengejar inovasi ramah lingkungan untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, hasil penelitian ini kemungkinan akan membantu investor dan regulator mengevaluasi bagaimana pelaporan keberlanjutan dan pengaturan kepemilikan dapat memengaruhi keputusan investasi yang etis.

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Menurut teori legitimasi, bisnis melakukan segala upaya untuk memastikan bahwa semua operasinya konsisten dengan norma, nilai, dan harapan masyarakat yang berlaku di lingkungan tempat bisnis tersebut beroperasi (Suchman, 1995). Karena keberlanjutan suatu perusahaan sangat bergantung pada bagaimana masyarakat memandang tindakan dan kebijakannya sebagai adil, tepat, dan dapat diterima, legitimasi dianggap sebagai sumber daya yang vital.

Mengenai pengungkapan keberlanjutan, teori legitimasi menunjukkan bahwa bisnis yang berada di bawah tekanan sosial dan lingkungan cenderung meningkatkan transparansi mereka terkait masalah keberlanjutan untuk menjaga reputasi yang baik dan mendapatkan persetujuan publik (Deegan, 2002). Akibatnya, pelaporan keberlanjutan dipandang bukan hanya sebagai persyaratan kepatuhan tetapi juga sebagai cara bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif guna mendapatkan penerimaan dan dukungan dari para pemangku kepentingan mereka.

Perusahaan yang secara efektif menjunjung tinggi legitimasi sosial mereka biasanya menikmati peningkatan kepercayaan publik, yang berdampak positif pada nilai keseluruhan mereka. Pengamatan ini didukung oleh penelitian dari Sari dan Rahman (2024), yang menunjukkan bahwa transparansi yang lebih besar dalam pelaporan keberlanjutan dapat meningkatkan bagaimana pasar memandang integritas dan keandalan suatu perusahaan.

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal, yang diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973, menggambarkan perbedaan pengetahuan informasi yang dimiliki manajemen dibandingkan dengan pihak luar. Manajemen lebih menyadari apa yang terjadi di dalam perusahaan daripada investor, yang menyebabkan apa yang disebut sebagai asimetri informasi. Untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan ini, perusahaan mengkomunikasikan informasi berharga kepada pasar dengan merilis pembaruan penting, termasuk laporan keberlanjutan, kemajuan produk baru, dan komitmen mereka terhadap tata kelola perusahaan yang baik.

Dalam penelitian ini, penyediaan informasi tentang keberlanjutan dan pengembangan produk ramah lingkungan berfungsi sebagai indikasi positif bagi investor, menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap tanggung jawab sosial dan bertujuan untuk pertumbuhan jangka panjang. Pesan yang menggembirakan ini diyakini dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang dapat menghasilkan harga saham yang lebih tinggi dan peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Rizki dan Suryani pada tahun 2023 menemukan bahwa perusahaan yang sering berbagi pesan positif dengan merilis laporan ESG cenderung menerima respons yang lebih baik dari pasar daripada perusahaan yang kurang terbuka tentang praktik pelaporan mereka.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan menggambarkan hubungan kontraktual di mana pemegang saham bertindak sebagai prinsipal dan manajemen bertindak sebagai agen mereka. Dalam

hubungan ini, kemungkinan konflik kepentingan dapat terjadi karena manajemen sering memprioritaskan kepentingan pribadi yang mungkin tidak selalu sesuai dengan tujuan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976).

Untuk mengurangi masalah keagenan, kepemilikan institusional dipandang sebagai alat yang berhasil untuk tata kelola perusahaan. Secara umum, investor institusional memiliki sarana keuangan, intelektual, dan fisik yang diperlukan untuk memantau kinerja manajemen secara ketat dan mengurangi kemungkinan perilaku oportunistik.

Peningkatan persentase kepemilikan institusional akan meningkatkan tingkat pengawasan dan pengendalian terhadap praktik perusahaan, seperti yang terlihat dalam penelitian ini. Hal ini memotivasi manajemen untuk memaksimalkan kinerja, yang pada akhirnya meningkatkan nilai bisnis. Widyastuti & Setiawan (2023) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan institusional yang signifikan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan prosedur tata kelola perusahaan dan transparansi.

Sustainability Disclosure

Pengungkapan keberlanjutan adalah praktik berbagi detail non-keuangan tentang aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai cara bagi perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingannya. Gray, Owen, dan Adams (1996) menunjukkan bahwa pelaporan keberlanjutan mencerminkan tanggung jawab perusahaan dalam menguraikan bagaimana operasinya memengaruhi masyarakat dan lingkungan. Selain itu, Global Reporting Initiative (GRI, 2020) menggambarkan pelaporan keberlanjutan sebagai pendekatan metodis dan terorganisir untuk menilai, mengungkapkan, dan mempertanggungjawabkan efektivitas perusahaan dalam mengejar tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dari sudut pandang konseptual, pengungkapan keberlanjutan didukung oleh beberapa prinsip teoretis yang signifikan. Teori legitimasi (Suchman, 1995) menunjukkan bahwa bisnis bertujuan untuk mencapai dan mempertahankan legitimasi sosial dengan memastikan aktivitas mereka selaras dengan norma dan nilai-nilai yang diterima masyarakat. Dengan terlibat dalam pelaporan keberlanjutan, bisnis bertujuan untuk membuktikan bahwa operasi mereka memenuhi harapan publik dan ramah lingkungan. Selain itu, teori pemangku kepentingan Freeman (1984) menyoroti bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada berbagai kelompok lain, termasuk pelanggan, entitas pemerintah, karyawan, dan masyarakat luas. Akibatnya, pengungkapan keberlanjutan sangat penting untuk membina hubungan positif dengan para pemangku kepentingan.

Selain itu, gagasan pemberian sinyal yang diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973 menunjukkan bahwa bisnis dapat mengirimkan pesan yang baik kepada investor dengan secara terbuka berbagi informasi tentang upaya keberlanjutan mereka. Keterbukaan semacam ini menunjukkan tanggung jawab sosial mereka yang kuat. Semakin detail dan luas informasi yang dibagikan, semakin jelas dan kuat pesan positif tentang dedikasi perusahaan terhadap keberlanjutan di mata pasar. Penelitian oleh Sari dan Rahman pada tahun 2024 mendukung penemuan ini, menunjukkan bahwa berbagi informasi tentang keberlanjutan berdampak positif pada nilai perusahaan. Investor cenderung melihat bisnis yang terbuka tentang isu lingkungan, sosial, dan tata kelola mereka sebagai bisnis yang memiliki risiko lebih rendah dan potensi jangka panjang yang lebih baik.

Inovasi Produk Ramah Lingkungan

Mengembangkan produk ramah lingkungan merupakan metode efektif untuk menerapkan prinsip keberlanjutan dalam upaya penelitian dan pengembangan produk perusahaan. Chen, Lai, dan Wen (2006) mendeskripsikan inovasi hijau sebagai penciptaan produk dan metode produksi yang dirancang untuk mengurangi dampak buruk terhadap

lingkungan. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan bahan ramah lingkungan, meningkatkan efisiensi energi, atau menggunakan teknik daur ulang limbah. Selain itu, Hart dan Milstein (1999) menegaskan bahwa inovasi hijau merupakan pendekatan penting untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan, karena tidak hanya mengurangi risiko lingkungan tetapi juga membantu meningkatkan reputasi dan nilai merek perusahaan.

Teori dasar untuk inovasi hijau didasarkan pada Pandangan Berbasis Sumber Daya (Resource-Based View/RBV) yang diperkenalkan oleh Barney pada tahun 1991. Teori ini menyoroti bahwa keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan dibentuk oleh kepemilikannya atas sumber daya dan kemampuan yang khas, berharga, dan sulit ditiru, yang juga mencakup kapasitasnya untuk berinovasi. Dalam konteks ini, inovasi produk hijau dipandang sebagai keunggulan strategis yang sulit ditiru oleh pesaing dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Seiring dengan pendekatan RBV, inovasi juga berakar pada teori inovasi Schumpeter (1934), yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi terjadi melalui penghancuran kreatif. Dalam proses ini, bisnis secara konsisten mengembangkan teknologi dan produk baru untuk menghasilkan nilai tambah. Bisnis yang berhasil menerapkan inovasi ramah lingkungan umumnya menunjukkan fleksibilitas yang lebih besar dalam menanggapi perubahan lingkungan eksternal dan tuntutan pasar yang terus berkembang. Menurut teori pensinyalan, inovasi hijau bertindak sebagai sinyal yang menguntungkan bagi pasar, menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam jangka panjang.

Hubungan ini didukung oleh lebih banyak data empiris. Implementasi inovasi hijau memiliki dampak positif pada profitabilitas dan reputasi bisnis, menurut Yuliani dan Rachmawati (2021). Sesuai dengan hasil ini, studi Wijayanti dan Kusuma (2023) menunjukkan bahwa investor menganggap perusahaan yang secara konsisten mengadopsi inovasi ramah lingkungan lebih menarik karena dianggap lebih responsif dan adaptif terhadap isu-isu ESG.

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional mengacu pada saham perusahaan yang dimiliki oleh entitas keuangan, termasuk bank, perusahaan asuransi, dana pensiun, dan jasa investasi. Konsep ini berakar kuat pada Teori Keagenan yang diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Dalam konteks hubungan keagenan, terdapat kemungkinan benturan kepentingan antara manajemen, sebagai agen, dan pemegang saham, sebagai prinsipal, karena tujuan mereka yang kontras. Manajemen sering memprioritaskan kepentingan mereka sendiri, sementara pemegang saham berupaya meningkatkan nilai keseluruhan perusahaan.

Kepemilikan institusional diakui sebagai alat yang berharga untuk mengurangi sengketa keagenan. Investor institusional biasanya memiliki keahlian, sumber daya, dan kemampuan yang lebih unggul untuk memantau tindakan dan keputusan manajemen dibandingkan dengan investor individu. Shleifer dan Vishny pada tahun 1986 berpendapat bahwa ketika kepemilikan institusional tinggi, fungsi pemantauan menjadi lebih efektif, karena investor ini sangat termotivasi untuk memastikan bahwa kebijakan perusahaan diimplementasikan dengan cara yang mendorong penciptaan nilai.

Dalam konteks tata kelola perusahaan, teori yang melatarbelakanginya menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berfungsi sebagai mekanisme pengendalian internal yang dapat meningkatkan transparansi dan meminta pertanggungjawaban manajemen, seperti yang dicatat oleh Claessens dan Djankov pada tahun 1999. Dengan pengawasan yang lebih baik, perusahaan sering kali lebih mahir dalam merancang dan melaksanakan keputusan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Data empiris yang diberikan oleh Widyastuti dan Setiawan (2023) menunjukkan bahwa keberadaan institusi sebagai pemangku kepentingan berdampak positif terhadap nilai perusahaan dengan meningkatkan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Kesimpulan ini konsisten dengan karya Nasution dan Wahyudi (2022), yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional yang lebih besar biasanya berkinerja lebih baik secara finansial dan di pasar dibandingkan dengan perusahaan yang sebagian besar dimiliki oleh investor individu.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan angka dan statistik dengan metode regresi linier berganda untuk melihat bagaimana pelaporan keberlanjutan, inovasi produk hijau, dan kepemilikan oleh institusi memengaruhi nilai perusahaan. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh temuan faktual menggunakan informasi numerik dan statistik yang dapat diuji (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini mengikuti rencana asosiatif kausal untuk mengetahui bagaimana variabel yang diteliti saling memengaruhi. Analisis data lengkap melibatkan pengecekan validitas, pengujian asumsi dasar, dan melakukan pengujian hipotesis tunggal dan gabungan, semuanya dilakukan dengan perangkat lunak SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Tabel. 1. Statistik Deskriptif

	N Statistic	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
<i>Sustainability Disclosure</i>	30	0,1966	1,0000	0,468383	0,2624083
Inovasi Produk Ramah Lingkungan	30	0,3750	1,0000	0,679167	0,2041681
Kepemilikan Institusional	30	0,0000	0,0953	0,014067	0,0273142
Nilai Perusahaan	30	0,1399	5,4187	1,685190	1,3689394

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian statistik, variabel Pengungkapan Keberlanjutan memiliki nilai minimum 0,1966, yang mewakili tingkat terendah Pengungkapan Keberlanjutan sebesar 19,66%, sedangkan nilai maksimum mencapai 1,0000, setara dengan 100%. Sementara itu, nilai rata-rata adalah 0,468383, yang menunjukkan bahwa Pengungkapan Keberlanjutan mencapai tingkat pengungkapan penuh secara keseluruhan sebesar 46,83%. Deviasi standar Pengungkapan Keberlanjutan adalah 0,2624083, yang menunjukkan variabilitas dalam Pengungkapan Keberlanjutan sebesar 26,24%. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan dalam Pengungkapan Keberlanjutan antar perusahaan sebagian besar serupa secara keseluruhan.

Statistik ringkasan untuk variabel independen, inovasi produk ramah lingkungan, menunjukkan nilai minimum 0,3750, yang mewakili tingkat terendah inovasi produk ramah lingkungan sebesar 37,50%, dan nilai maksimum 1,0000, setara dengan 100%. Nilai rata-ratanya adalah 0,679167, yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan inovasi produk ramah lingkungan adalah 67,91%. Selanjutnya, simpangan bakuannya adalah 0,2041681, yang menggambarkan bahwa variasi inovasi produk ramah lingkungan di antara tiga puluh kasus

yang diteliti adalah 20,41%. Temuan ini menunjukkan bahwa simpangan baku inovasi produk ramah lingkungan melebihi nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan inovasi produk ramah lingkungan umumnya lebih nyata dari satu perusahaan ke perusahaan lain.

Data statistik deskriptif untuk variabel kepemilikan institusional berkisar dari 0% (minimum) hingga 9,53% (maksimum). Dengan kepemilikan saham institusional rata-rata (mean) sebesar 1,40%, ini menunjukkan tingkat kepemilikan yang relatif rendah di seluruh institusi. Selain itu, distribusi data cenderung mengumpul, seperti yang ditunjukkan oleh standar deviasi sebesar 2,73%, yang menunjukkan bahwa proporsi kepemilikan institusional di seluruh perusahaan dalam sampel ini cukup konsisten.

Nilai perusahaan, variabel dependen, bervariasi antara 13,99% dan 541,87% menurut analisis deskriptif. Pada 168,51%, nilai rata-rata (mean) kapasitas perusahaan untuk meningkatkan nilai entitas tercatat. Yang mengejutkan, standar deviasi ditemukan sebesar 136,89%. Standar deviasi ini cukup besar, menunjukkan bahwa pencapaian nilai perusahaan bervariasi secara signifikan atau berbeda di antara sampel yang diteliti (datanya heterogen).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan informasi pada Tabel 2, uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Signifikansi Asimtotik (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini melebihi tingkat signifikansi 0,05, sehingga memungkinkan kita untuk menentukan bahwa data variabel independen dan dependen dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, kondisi normalitas untuk model regresi ini telah terpenuhi.

2. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji Autokorelasi (Model Summary)

	Durbin-Watson
1	1,627

Sumber: Output SPSS 26

Tabel 3 menyajikan temuan uji autokorelasi yang dilakukan antara variabel-variabel ini. Seperti yang ditunjukkan pada tabel, nilai DW yang dihasilkan adalah 1,627. Tabel DW menyajikan nilai dL dan dU pada tingkat signifikansi 0,05 ketika n (jumlah data) = 30 dan k (jumlah variabel independen) = 3. Nilai dL adalah 1,2138 dan nilai dU adalah 1,6498, yang menunjukkan bahwa $4-dL = 2,7862$ dan $4-dU = 2,3502$. Untuk lulus uji autokorelasi, nilai DW harus berada di antara nilai Du dan 4-Du, atau $Du < DW < 4-Du$. Nilai DW berada di antara nilai DL dan DU. Dari data tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada jaminan yang lengkap.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas (Coefficients)

	Tolerance	VIF
Sustainability Disclosure	0,273	3,660
Inovasi Produk Ramah Lingkungan	0,217	4,608
Kepemilikan Institusional	0,656	1,524

Sumber: Output SPSS 26

Hasil penilaian multikolinearitas yang ditampilkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua variabel independen mematuhi standar bebas multikolinearitas. Variabel Pengungkapan Keberlanjutan memiliki toleransi 0,273 dan VIF 3,660, sedangkan variabel Inovasi Produk Ramah Lingkungan menunjukkan toleransi 0,217 dan VIF 4,608. Selain itu, Kepemilikan Institusional memiliki toleransi 0,656 dan VIF 1,524. Berdasarkan kriteria bahwa VIF harus kurang dari 10 dan toleransi harus lebih dari 0,10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antar variabel independen yang akan mengganggu model regresi (menunjukkan bahwa model tersebut bebas dari multikolinearitas).

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glesjer)

	Sig.
Sustainability Disclosure	0,265
Inovasi Produk Ramah Lingkungan	0,779
Kepemilikan Institusional	0,656

Sumber: Output SPSS 26

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan Metode Glejser, di mana nilai absolut residual dibandingkan dengan masing-masing variabel independen. Melihat temuan pada Tabel 5, nilai signifikansi yang ditemukan adalah 0,265 untuk variabel Pengungkapan Keberlanjutan, 0,779 untuk Inovasi Produk Ramah Lingkungan, dan 0,656 untuk Kepemilikan Institusional. Karena semua nilai ini melebihi batas 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi ini tidak memiliki masalah heteroskedastisitas (artinya menunjukkan homoskedastisitas).

Analisis Regresi Berganda

1. Uji t (Parsial)

Tabel 6. Coefficients

	t	Sig.
Sustainability Disclosure	1,138	0,265
Inovasi Produk Ramah Lingkungan	0,779	0,443
Kepemilikan Institusional	-1,119	0,273

Sumber: Output SPSS 26

Variabel Pengungkapan Keberlanjutan memiliki nilai t terhitung sebesar 1,138 dengan tingkat signifikansi 0,265, sebagaimana ditentukan oleh hasil uji t yang ditunjukkan pada Tabel 6. Nilai t terhitung lebih kecil dari nilai t tabel ($1,138 < 2,056$) jika dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 2,056, dan nilai signifikansinya lebih tinggi dari ambang batas 0,05 ($0,265 > 0,05$). Akibatnya, H1 ditolak, yang menunjukkan bahwa Pengungkapan Keberlanjutan tidak memiliki dampak yang berarti terhadap nilai perusahaan.

Variabel Inovasi Produk Ramah Lingkungan memiliki nilai t terhitung sebesar 0,779 dan tingkat signifikansi sebesar 0,443, menurut hasil uji parsial yang ditunjukkan pada Tabel 6. Karena nilai t yang diestimasi lebih rendah dari nilai t tabel ($0,779 < 2,056$) dan nilai signifikansinya di atas ambang batas 0,05 ($0,443 > 0,05$), maka H2 ditolak. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa, sebagian, Inovasi Produk Ramah Lingkungan memiliki sedikit dampak pada Nilai Perusahaan.

Dengan tingkat signifikansi 0,273, variabel Kepemilikan Institusional mencatat nilai t terhitung sebesar -1,119, seperti yang terlihat pada hasil analisis di Tabel 6. Temuan perbandingan menunjukkan bahwa nilai absolut nilai t terhitung lebih kecil dari nilai t tabel

(1,119 < 2,056) dan tingkat signifikansinya lebih tinggi dari batas 0,05. Dengan demikian, secara parsial, Kepemilikan Institusional tidak memiliki dampak yang berarti terhadap Nilai Perusahaan, sebagaimana dibuktikan oleh penolakan Hipotesis 3.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 7. ANOVA

	F	Sig.
1	6,670	0,002

Sumber: Output SPSS 26

Tabel 7 menyajikan temuan dari uji F. Temuan menunjukkan bahwa nilai F yang dihitung sekitar 6,670, dan nilai signifikansi kira-kira 0,002. Untuk menarik kesimpulan dari uji F, penting untuk merujuk pada nilai tabel F. Nilai tabel F ini diperoleh dari tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05, di mana derajat kebebasan pertama (df 1) dihitung sebagai jumlah variabel dikurangi satu, menghasilkan 3, dan derajat kebebasan kedua (df 2) ditentukan oleh n dikurangi k dikurangi satu, yang dalam kasus ini adalah 30 dikurangi 3 dikurangi 1, sehingga menghasilkan 26. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa nilai F yang dihitung melebihi nilai tabel F (6,670 melebihi 2,975), dan tingkat signifikansi berada di bawah 0,05 (0,002 lebih rendah dari 0,05).

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Model Summary

	R Square	Adjusted R Square
1	0,435	0,370

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan Tabel 8, hasil pengujian menunjukkan angka R-square sebesar 0,435. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor independen, yang meliputi Pengungkapan Keberlanjutan, Inovasi Produk Ramah Lingkungan, dan Kepemilikan Institusional, secara bersama-sama menjelaskan 43,5% perubahan Nilai Perusahaan. Sisanya, 56,5%, disebabkan oleh aspek-aspek yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Tabel yang menunjukkan hasil penelitian menampilkan nilai Adjusted R-square sebesar 0,370. Ketika menggunakan model regresi linier berganda dengan lebih dari dua faktor independen, Adjusted R-square dianggap lebih andal karena memperhitungkan jumlah faktor dan derajat kebebasan model. Angka ini menunjukkan bahwa 37% perubahan pada faktor dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam model.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan Praktik Keberlanjutan terhadap Nilai Perusahaan

Studi menunjukkan bahwa laporan keberlanjutan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Ermanda dan Puspa (2022), Pithaloka dan Pandin (2024), dan Sari dan Wahidahwati (2021). Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan perusahaan tidak berfungsi sebagai faktor signifikan yang memengaruhi respons investor di pasar modal, dan akibatnya, variabel ini tidak berkontribusi pada penentuan nilai perusahaan. Hal ini mungkin juga disebabkan oleh pelaporan keberlanjutan yang tidak memadai sepanjang periode pengamatan, yang menunjukkan elemen pengaruh lainnya, seperti ketidakmampuan perusahaan untuk mematuhi standar GRI. Biasanya, investor lebih menyukai kinerja keuangan yang konsisten ketika membuat pilihan investasi. Tingkat informasi keberlanjutan yang dibagikan kepada pemangku kepentingan tidak akan memengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Pengembangan Produk Ramah Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian menunjukkan bahwa penciptaan produk ramah lingkungan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Budi (2024) serta Yasya dan Muchlis (2024). Hal ini mungkin

menunjukkan bahwa tidak setiap perusahaan dapat mengadopsi inovasi produk ramah lingkungan, karena upaya ini memerlukan metode dan sistem untuk mengurangi kerusakan lingkungan, yang bisa mahal. Beberapa alasan dapat menyebabkan dampak inovasi produk ramah lingkungan yang tidak berhasil dalam meningkatkan nilai perusahaan. Faktor-faktor ini meliputi biaya awal yang tinggi, kurangnya minat konsumen, peraturan pemerintah yang tidak memadai, strategi pemasaran yang tidak efektif, penekanan eksklusif pada keuntungan langsung, klaim "hijau" yang menyesatkan, rantai pasokan yang rumit, dan tidak adanya standar yang jelas.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian empiris menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sebuah kesimpulan yang sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Littughosina dan Sulhan (2025) dan Wardoyo dan Fauziah (2024). Meskipun Jensen dan Meckling (1976) mengusulkan bahwa kepemilikan institusional bertindak sebagai alat pengawasan untuk mengurangi konflik keagenan, situasi aktual di industri makanan dan minuman menunjukkan hasil yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi pengawasan lembaga-lembaga tersebut tidak efektif, kemungkinan karena investor institusional bersikap pasif dalam memengaruhi keputusan strategis perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional, Inovasi Produk Ramah Lingkungan, dan Pelaporan Keberlanjutan terhadap Nilai Bisnis

Temuan studi menunjukkan bahwa nilai perusahaan sangat dipengaruhi secara bersamaan oleh Kepemilikan Institusional, Inovasi Produk Ramah Lingkungan, dan Pengungkapan Keberlanjutan. Kombinasi ketiga elemen ini menghasilkan sinergi strategis, sementara transparansi pengungkapan keberlanjutan menawarkan kepada investor institusional basis data yang dapat mereka gunakan untuk menilai kinerja. Di sisi lain, peran pengawasan ketat dari pemegang saham institusional membantu menumbuhkan dedikasi terhadap inovasi ramah lingkungan, yang meningkatkan daya saing perusahaan. Hubungan-hubungan ini bekerja bersama untuk meningkatkan kepercayaan pasar dan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya berdampak positif pada nilai jangka panjang perusahaan.”

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh sustainability disclosure, inovasi produk ramah lingkungan, serta kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama.

Pertama, pengungkapan keberlanjutan terbukti tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Hasil ini mengindikasikan bahwa informasi keberlanjutan yang disampaikan oleh perusahaan belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh investor sebagai pertimbangan utama dalam menilai perusahaan. Investor masih cenderung menitikberatkan penilaian pada kinerja keuangan, sementara informasi non-keuangan belum dianggap cukup relevan. Selain itu, kualitas, konsistensi, dan kedalaman pengungkapan keberlanjutan yang dilakukan perusahaan diduga belum mampu membentuk persepsi positif pasar.

Kedua, inovasi produk ramah lingkungan juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Temuan ini mengisyaratkan bahwa penerapan inovasi hijau belum secara langsung diterjemahkan sebagai peningkatan nilai perusahaan oleh investor. Tingginya biaya implementasi, respons pasar yang belum optimal, serta kurang efektifnya strategi komunikasi dan pemasaran terkait inovasi ramah lingkungan menjadi faktor yang berpotensi menghambat tercerminnya inovasi tersebut dalam nilai

perusahaan.

Ketiga, kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa peran investor institusional dalam struktur kepemilikan belum berjalan maksimal sebagai mekanisme pengendalian manajemen. Kecenderungan sikap pasif investor institusional dalam proses pengambilan keputusan strategis menyebabkan keberadaannya belum mampu memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Keempat, secara simultan, sustainability disclosure, inovasi produk ramah lingkungan, dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun masing-masing variabel tidak memiliki pengaruh secara individual, keterpaduan ketiganya mampu menciptakan efek sinergis yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Integrasi praktik keberlanjutan, inovasi ramah lingkungan, dan tata kelola kepemilikan yang baik secara bersama-sama dapat memperkuat kepercayaan investor serta mendukung pembentukan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa upaya peningkatan nilai perusahaan tidak dapat bertumpu pada satu aspek saja, melainkan memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi antara keberlanjutan, inovasi, dan tata kelola perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kualitas penerapan dan pengungkapan ketiga aspek tersebut agar dapat memberikan dampak yang lebih nyata terhadap persepsi investor dan nilai perusahaan di pasar modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339.
- Claessens, S., & Djankov, S. (1999). Ownership concentration and corporate performance in the Czech Republic. *Journal of Comparative Economics*, 27(3), 498–513.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – A theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311.
- Ermanda, M., & Puspa, D. F. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Sustainability Report Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 17(2), 135-147
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Global Reporting Initiative. (2020). *GRI Standards*. GRI.
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. (1999). Global sustainability and the creative destruction of industries. *Sloan Management Review*, 41(1), 23–33.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Littughosina, M.F., & Sulhan, M.A. (2025). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*.
- Muchlis, M. (2024). Pengaruh Green Innovation Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2021. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 103-122.
- Nasution, M., & Wahyudi, S. (2022). Pengaruh kepemilikan institusional dan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(2), 101–118.

- Oktaviana, R., & Suryani, D. (2023). Pengaruh pengungkapan keberlanjutan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 11(1), 22–34.
- Rizky, N., & Damayanti, F. (2023). Analisis pengaruh ESG disclosure terhadap kinerja keuangan perusahaan publik di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(2), 147–160.
- Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021). Pengaruh pengungkapan sustainability report, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).
- Sari, M., & Rahman, A. (2024). Sustainability disclosure dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan: Bukti empiris dari perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 16(1), 45–57.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1986). Large shareholders and corporate control. *Journal of Political Economy*, 94(3), 461–488.
- Sintha Ayu Pithaloka, & Maria Yovita R. Pandin. (2024). Pengaruh Sustainability Report, Good Corporate Governance, Dan Profitability Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di BEI BEI Periode 2020 – 2022. Anggaran : *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 227–244.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Wardoyo, D. U., & Fauziah, H. D. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Owner: *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 585-594.
- Widyastuti, A., & Setiawan, T. (2023). Kepemilikan institusional dan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan di BEI. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis*, 8(1), 89–103.
- Wijayanti, A. (2024). Dampak Green Governance, Green Investment, dan Green Innovation terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 535-544.
- Wijayanti, L., & Kusuma, D. (2023). Inovasi hijau dan nilai perusahaan: Studi empiris pada sektor manufaktur di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Keberlanjutan*, 5(2), 77–91.
- Yuliani, R., & Rachmawati, E. (2021). Green innovation dan kinerja keuangan perusahaan di era sustainability. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 3(4), 211–225.