

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 TINJAUAN TEORI**

##### **2.1.1 Teori *Stakeholder***

Teori *stakeholder* merupakan teori yang mengungkapkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak hanya berfokus pada kepentingan sendiri, akan tetapi harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa dukungan dari para stakeholder dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu entitas dalam menjalankan kegiatan bisnisnya (Pristianingrum, 2017). Secara singkat, teori stakeholder adalah tindakan tanggung jawab dari manajer perusahaan terhadap lingkungan usaha yang ada. Stakeholder sendiri adalah sekelompok orang-orang atau individu yang mampu memberikan pengaruh atau sebaliknya, terkena dampak atas keberhasilan ataupun kegagalan dari suatu aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan dan bertanggung jawab dalam menyikapi harapan stakeholder-nya (investor, kreditor, masyarakat dan pihak lainnya). Tahu (2019) berpendapat teori *stakeholder* merupakan teori yang terbentuk dengan pemahaman bahwa apabila suatu perusahaan telah berkembang dan mendatangkan keterkaitan dengan masyarakat, maka perusahaan tersebut harus menunjukkan responsibilitas dan akuntabilitasnya secara tidak terbatas kepada pemegang saham. Dengan melakukan kegiatan yang tidak hanya untuk menguntungkan laba tetapi juga melakukan kegiatan sosial dan tanggung jawab lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab terhadap para *stakeholder*

Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* adalah dengan memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan menyampaikan dengan sukarela terkait investasi lingkungan yang sudah dilakukan sebagai bukti kepada masyarakat atas bentuk kepeduliannya dalam melestarikan lingkungan (Pristianingrum, 2017). Umumnya, *stakeholder* seringkali memberikan tekanan pada perusahaan agar melakukan kinerjanya dengan baik. Tekanan yang diberikan kepada perusahaan salah satunya adalah berupa tanggung jawab dimana perusahaan harus bertanggung jawab terhadap sosial dan menyampaikan dampak yang terjadi pada lingkungan di sekitarnya. Oleh karena itu, apabila perusahaan mengungkapkan informasi dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan baik dan lengkap terhadap para *stakeholder* akan memberikan manfaat tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Manfaat yang diterima perusahaan terkait dengan pengungkapan informasi dan pelaksanaan tanggung jawab sosial serta lingkungan yaitu dapat memberikan citra positif bagi para *stakeholder*. Odriozola dan Diez (2017) menyatakan bahwa keberlangsungan hidup perusahaan di masa sekarang maupun di masa yang akan datang menggambarkan perusahaan tersebut memiliki citra positif. Hal ini akan berdampak pada perusahaan dimana meningkatnya nilai perusahaan atas dukungan *stakeholder* yaitu dengan melakukan investasi pada perusahaan. Oleh karena itu, apabila perusahaan kurang memperhatikan kepentingan *stakeholder*, maka tingkat kesadaran pengungkapan mengenai informasi lingkungan dan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan rendah (Ghozali dan Chariri, 2014:429-431). Sebaliknya, perusahaan yang memperhatikan kepentingan *stakeholder* akan melakukan pengungkapan informasi lingkungan dan bentuk tanggung jawab sosial yang termuat dalam laporan tahunan ataupun laporan terpisah yaitu *sustainability reporting*. Dengan demikian, teori *stakeholder* sejalan dengan penelitian ini karena teori ini merupakan salah

satu cara perusahaan dalam menjaga relasi antara perusahaan tersebut dengan stakeholder melalui pengungkapan *sustainability reporting*.

### 2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang akuntansi lingkungan dan akuntansi sosial. Teori ini menjelaskan dan memahami bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus dapat memperhatikan norma-norma sosial masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana organisasi atau perusahaan beroperasi berdasarkan nilai yang sepadan dengan sistem nilai dalam masyarakat.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), sebagai dasar dari teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Selain itu, dijelaskan juga bahwa dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber kekuatan institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Suatu institusi yang lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan yang diterimanya merupakan bentuk persetujuan dari masyarakat.

Teori legitimasi juga menyatakan bahwa pengungkapan sosial dilakukan perusahaan untuk mendapat legitimasi dari masyarakat sekitar perusahaan itu berada (Verinda,2019). Oleh karena itu, legitimasi dianggap penting bagi perusahaan, sehingga menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepannya. Dengan demikian, teori ini menjadi relevan dengan penelitian ini, dimana pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan sangat bermanfaat untuk pemulihan, peningkatan serta

mempertahankan legitimasi perusahaan di masyarakat yang terungkap dalam *sustainability reporting*.

### 2.1.3 Teori Sinyal ( *Signalling Theory* )

Menurut Fatchan dan Trisnawati (2016) Teori *signalling* menjelaskan tentang sinyal yang sengaja diberikan atau dikeluarkan oleh perusahaan dengan profit yang tinggi, dengan harapan mampu membedakan perusahaan yang memiliki kualitas baik dan buruk. Sinyal yang diberikan oleh perusahaan ini berhubungan dengan pengungkapan informasi yang disampaikan perusahaan atas kegiatan operasionalnya dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Informasi yang diungkapkan dapat mempengaruhi persepsi publik.

Teori sinyal dapat memiliki arti bahwa perusahaan dituntut untuk dapat memberikan informasi kepada pihak luar atau eksternal dan informasi yang diberikan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan tercemin dari perubahan harga saham perusahaan karena pasar merespon informasi tersebut sebagai sebuah sinyal (Nurhayati dkk,2019). Dapat dikatakan bahwa manajemen perusahaan memberikan petunjuk mengenai prospek perusahaan kepada investor untuk mendukung keberlanjutan dan kompensasi manajemen melalui *sustainability report*. Diharapkan ketika informasi yang dikeluarkan perusahaan dalam *sustainability report* mampu memenuhi kebutuhan informasi dan harapan public, sehingga hal ini dianggap sinyal positif bagi investor, yang berpengaruh pada nilai perusahaan.

### 2.1.4 Nilai Perusahaan

Perusahaan merupakan unit bisnis yang didalamnya terdiri dari kelompok orang yang memiliki tujuan yang sama dan berusaha mencapai

tujuan tersebut secara bersama. Menurut Weber dan Lawrence (2011) perusahaan adalah organisasi yang berhubungan dengan pembuatan produk atau pelayanan yang bertujuan untuk menghasilkan laba. Tujuan perusahaan pada dasarnya adalah memaksimalkan laba, namun pandangan tersebut mulai berkembang. Pandangan manajemen keuangan bukan hal pada tujuan tersebut, melainkan memaksimalkan kekayaan pemegang saham (*stockholder's wealth*) atau memaksimalkan nilai perusahaan (Mardiyant, 2009:4).

Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, dan sebaliknya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang tinggi dapat dilihat juga dari kinerja perusahaannya, jika nilai perusahaan tinggi maka kinerja perusahaan baik, namun jika kinerja perusahaan buruk maka dapat dikatakan nilai perusahaan tersebut rendah. Dengan demikian, manajemen keuangan harus mampu menentukan tujuan perusahaan dan mengambil keputusan yang tepat guna meningkatkan nilai suatu perusahaan (Efendi,2016:2).

Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan (Setiawati dan Lim, 2018). Perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi menjadi harapan bagi semua investor. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya (Fama,1978 dalam Tjahjono,2013). Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembelian dan penjualan disaat transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang

investasi. Adanya peluang investasi menjadi sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham, dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat.

Pengukuran Nilai Perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio-rasio penilaian. Berdasarkan penelitian yang dituliskan oleh Fajariana(2016:22-25), menyebutkan bahwa rasio-rasio yang dapat digunakan untuk pengukuran nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

- Rasio Tobin's Q

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar (Nurlela dan Islahudin, 2008). Dikatakan nilai pasar karena nilai perusahaan mampu memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimal jika harga saham perusahaan tinggi dan meningkat. Salah satu alternatif yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah Tobin's Q. Tobin's Q merupakan konsep yang menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi inskremental. Rasio ini dapat mengukur keefektifan manajemen dalam memanfaatkan sumber daya yang ada.

Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{ME+DEBT}{TA}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

ME = Jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikalikan dengan harga penutupan saham (*closing price*)

DEBT = Total Hutang

TA = Nilai buku dari total asset perusahaan

- *Price to Book Value (PBV)*

Merupakan salah satu alternatif dalam mengukur nilai perusahaan (Hermuningsih dan Wardani,2009). *Price to Book Value (PBV)* merupakan rasio yang mampu menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Menurut Purwohandoko (2017), PBV menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai relative terhadap modal yang diinvestasikan. PBV yang lebih tinggi berarti perusahaan memiliki harga saham yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku per saham.

Rumus PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

- *Price Earning Rasio (PER)*

Merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan antara harga saham dengan keuntungan per lembar saham yang diperoleh pemilik perusahaan (Rachman,2016). *Price Earning Rasio (PER)* yang tinggi menunjukkan ekspektasi investot mengenai potensi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi. Rasio ini dapat mencerminkan bagaimana apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Rumus PER adalah sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Laba per Saham}}$$

### 2.1.5 *Sustainability reporting*

*Sustainability reporting* atau Laporan Keberlanjutan merupakan pelaporan yang dibuat oleh perusahaan untuk mengukur, mengungkapkan dan sebagai upaya akuntabilitas guna memaksimalkan tujuan perusahaan yaitu pembangunan keberlanjutan sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder* (Fitryah dan Ayik,2019). Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang semula diungkapkan pada *Annual Report* kini berkembang dengan pengungkapan *Sustainability reporting* yang bersifat *voluntary* yang berarti dimana perusahaan menerbitkan *sustainability reporting* atas dasar sukarela. Hal ini muncul akibat dari permintaan atau kebutuhan para *stakeholder* yang semakin berkembang. Menurut Suryono dan Prastiwi (2011), *sustainability reporting* dapat membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka Panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan. Jadi perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan saja, melainkan juga harus berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Oleh karena itu, informasi yang dimuat dalam *sustainability reporting* akan berisi mengenai dampak aktivitas perusahaan dari segi ekonomi, sosial dan lingkungan. *Sustainability reporting* meliputi profil perusahaan, profil indikator kepemilikan, ekonomi, lingkungan dan sosial, kinerja karyawan dan sumber daya manusia, perlindungan pelanggan, dll (Fitryah dan Ayik,2019).

Sementara pengertian *sustainability reporting* menurut Global Report Initiative G4 tahun 2013 adalah laporan keberlanjutan yang dikeluarkan oleh perusahaan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari. Global Report Initiative (GRI) merupakan lembaga independen yang didirikan pada tahun 1997 di Boston,

AS. Kebutuhan yang mendesaknya transparansi pengaruh aktivitas bisnis perusahaan baik ekonomi, lingkungan, dan sosial maka dibutuhkan pedoman untuk menyusun *sustainability reporting*. Oleh sebab itu, akibat dari kebutuhan tersebut mengakibatkan berdirinya Global Report Initiative (GRI) sebagai pedoman penyusunan *sustainability reporting* (Putri, 2017:12). Selain itu, pengungkapan *sustainability reporting* dari pemerintah tercermin dalam undang-undang no 40 tahun 2007 mengenai perseroan terbatas.

Pengungkapan *sustainability reporting* kini telah memberikan berbagai manfaat, baik bagi perusahaan maupun *stakeholders*. Menurut World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), *Sustainability reporting* memberikan berbagai manfaat sebagai berikut :

- *Sustainability reporting* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan brand value, market share, dan loyalitas konsumen jangka panjang.
- *Sustainability reporting* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
- *Sustainability reporting* dapat digunakan sebagai stimulasi leadership thinking dan performance yang didukung dengan semangat kompetisi.
- *Sustainability reporting* dapat mengembangkan, memfasilitasi pengimplementasian dari system manajemen yang baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi dan sosial.
- *Sustainability reporting* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
- *Sustainability reporting* membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu

mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

Pada penelitian ini, sustainability reporting diukur menggunakan SRDI yang dimana pengungkapan tanggung jawab sosial, lingkungan dan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan dibandingkan dengan jumlah pengungkapan yang disyaratkan dalam GRI yang meliputi GRI 101, GRI 102 dan GRI 103, dengan standar topik spesifikasi dikelompokkan menjadi tiga seri yaitu seri 200, seri 300, dan seri 400. Total indikator pengungkapan GRI Standards adalah 77 indikator.

Rumus perhitungan *Sustainability reporting Index* adalah:

$$SRDI_j = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

SRDI = *Sustainability report Disclosure Index* perusahaan.

n = Total item yang diungkapkan oleh perusahaan

k = Total keseluruhan item yang disyaratkan oleh GRI, k = 77

#### 2.1.6 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba berhubungan dengan asset, tingkat penjualan dan modal saham tertentu (Hanafi, 2013 dalam Dewi 2019). Putra dan Lestari (2016) mengungkapkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu entitas atau organisasi untuk memperoleh laba pada periode tertentu. Dengan profitabilitas yang dapat menunjukkan efisiensi dan kinerja dari suatu perusahaan karena itu dapat dikatakan bahwa profitabilitas memiliki peran penting dalam aspek bisnis. Perusahaan yang memperoleh keuntungan yang tinggi akan cenderung membuka lini atau cabang baru dan memperbesar atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya, dengan ini menunjukkan bahwa

dengan profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing antarperusahaan (Widianto,2011).

Menurut Wahidahwati (2002) dalam Panjaitan (2015), profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagi macam seperti: laba bersih, laba operasi, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Rasio dari profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar devidennya.

Pada umumnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan berpengaruh pada kegiatan perusahaan, sehingga mendorong perusahaan untuk cenderung mengungkapkan informasinya. Menurut Heinze (1976) dalam Setianingrum (2015), profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu pengungkapan dalam *sustainability report*. Secara teoritis, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga,2010:6). Sehingga dapat dikatakan, profitabilitas yang semakin tinggi akan meningkatkan hubungan antara pengungkapan *sustainability report* dengan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini mengunakan ROA sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada jumlah asset tertentu, dan dapat dikatakan juga ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan.

## 2.2 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sumber referensi bagi peneliti, diantara sebagai berikut:

- Bima Putranto Sejati dan Andri Prastiwi (2015)

Judul penelitian yang dilakukan adalah “Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan”. Penelitian yang dilakukan oleh Bima Putranto Sejati dan Andri Prastiwi menjelaskan mengenai pengaruh pengungkapan *sustainability report* terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan *sustainability reporting* selama periode 2006-2013, dan sampel yang terpilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *sustainability reporting* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan kinerja perusahaan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian ini, yaitu penggunaan variabel *sustainability reporting* sebagai variabel independent dan perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian. Sementara perbedaan kedua penelitian adalah adanya variabel profitabilitas sebagai variabel pemoderasi didalam penelitian peneliti, dan periode penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari tahun 2017-2020.

- Virgoria Dwi Pujiningsih (2020)

Judul penelitian adalah “Pengaruh *Sustainability reporting* terhadap Nilai perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi”. Penelitian yang dilakukan oleh Virgoria Dwi

Pujiningsih menjelaskan bagaimana pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel pemoderasinya. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan yang terdaftar pada *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) dengan data yang diperoleh melalui [www.idx.go.id](http://www.idx.go.id) dan majalah SWA yang mempublikasikan peringkat CGPI serta website masing-masing perusahaan. Sampel yang terpilih menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik data yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda dan *Moderating Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengungkapan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability reporting*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan *Good Corporate Governanc* (CGC) mampu memperkuat hubungan antara *Sustainability reporting* dengan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian ini, yaitu penggunaan *Sustainability reporting* sebagai variabel independent dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Sementara perbedaannya, penelitian oleh Virgoria Dwi Pujiningsih menggunakan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel pemoderasi dan menggunakan perusahaan yang terdaftar pada *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) dengan data yang diperoleh melalui [www.idx.go.id](http://www.idx.go.id) dan majalah SWA sebagai data sekunder, sedangkan penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Dan perbedaan pada periode penelitian, penelitian oleh Virgo Dwi Pujiningsih tahun 2012-2017, sedang periode penelitian ini 2017-2020.

- Steven Iberahim dan Budi Artinah (2020)

Judul penelitian yang dilakukan adalah “Pengaruh Pengungkapan *Sustainability report* terhadap Nilai Perusahaan dan Investment Opportunity Set sebagai variabel Moderasi”. Penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh dari pengungkapan *Sustainability reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Investment Opportunity Set sebagai Pemoderasinya. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017-2018 dan yang menerbitkan *sustainability report*, dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Sederhana dan *Moderating Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian menunjukkan *Sustainability reporting* tidak berpengaruh positif signifikan Nilai Perusahaan. Dalam hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Investment Opportunity Set sebagai variabel pemoderasi mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan *sustainability reporting* terhadap Nilai Perusahaan. Namun menunjukkan juga bahwa Investment Opportunity Set tidak berpengaruh pada Nilai Perusahaan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian ini, yaitu penggunaan *sustainability reporting* sebagai variabel independent dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Sedangkan, perbedaan dari kedua penelitian adalah adanya penggunaan variabel moderasinya, penelitian Iberahim dan Artinah menggunakan investment opportunity set sebagai moderasi sedangkan penelitian ini menggunakan profitabilitas. Objek penelitian Iberahim dan Artinah menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

- Ardianti Fajriana dan Denies Priantinah (2016)

Judul penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini menjelaskan bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan populasi 40 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. Sampel yang terpilih menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Linear Sederhana, Analisis Regresi Nilai Selisih Mutlak dan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Keputusan Investasi berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Struktur Modal tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Sedangkan, perbedaan dari kedua penelitian ini adalah penggunaan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Keputusan Investasi dan Struktur modal sebagai variabel independent, sedangkan pada penelitian ini menggunakan sustainability sebagai variabel independent. Penelitian ini juga menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, serta periode penelitian dari tahun 2017-2020.

- Felecia Novita Iriyanto (2014)

Judul penelitian “Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability report* dan Kinerja Ekonomi”. Penelitian yang dilakukan Felecia Novita Iriyanto menjelaskan bagaimana Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability report* dan Kinerja Ekonomi. Peneliti ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah mengikuti Program Penilaian Peringkat Lingkungan Hidup (PROPER) sejak tahun 2010. Sampel yang terpilih menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah Regresi Linear Sederhana dan Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Sustainability report* dan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Ekonomi Perusahaan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian ini, yaitu penggunaan variabel *Sustainability report* dan kinerja lingkungan sebagai variabel independent. Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu, penggunaan variabel Kinerja Ekonomi sebagai variabel dependen, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Nilai Perusahaan sebagai variabel independen. Serta pada penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

## 2.1. Tabel Ringkasan

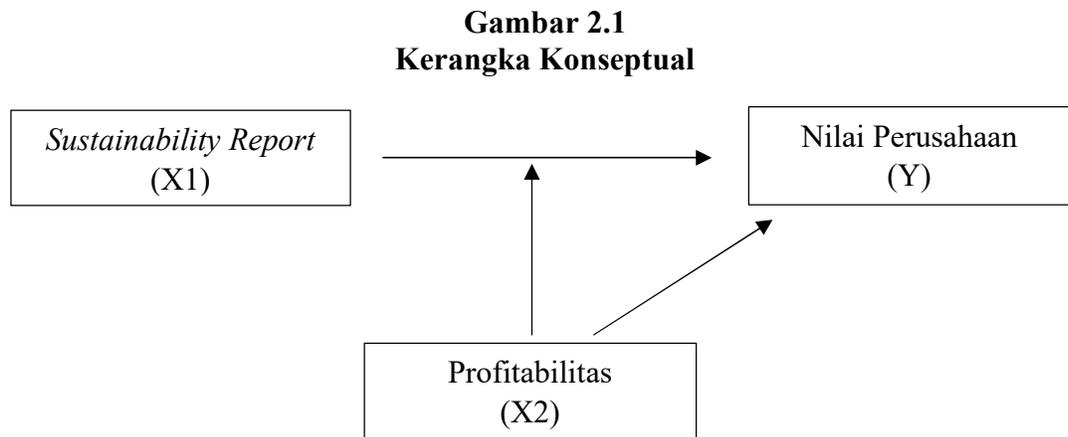
Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode analisis/model	Kesimpulan Hasil
Bima Putranto Sejati dan Andri Prastiwi (2015)	“Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan”	Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan	Independen: <i>Sustainability Report</i> . Dependen: Kinerja Perusahaan dan Nilai Perusahaan	54 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2006 – 2013 dan telah memenuhi kriteria yang ditetapkan	Analisis Regresi Berganda	Mengungkapkan bahwa <i>Sustainability Report</i> tidak berpengaruh signifikan pada Kinerja dan Nilai Perusahaan
Virgoria Dwi Pujiningsih (2020)	“Pengaruh Sustainability reporting terhadap Nilai perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi”	Memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi	Independen: <i>Sustainability Report</i> . Dependen: Nilai Perusahaan. Moderasi: <i>Good Corporate Governance (CGC)</i>	67 perusahaan yang terdaftar di BEI dan CGPI tahun 2012-2017	Analisis Linear Berganda dan Moderating Regresion Analysis (MRA).	Menunjukkan bahwa <i>Sustainability Report</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Good Corporate Governance (CGC)</i> memperkuat hubungan <i>Sustainability Report</i> dengan Nilai Perusahaan
Iberahim dan Artinah (2020)	“Pengaruh Pengungkapan Sustainability reporting terhadap Nilai Perusahaan dan Investment Opportunity Set	Menguji pengaruh <i>sustainability reporting</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>investment opportunity set</i> sebagai variabel moderasi.	Independen: <i>Sustainability reporting</i> . Dependen: Nilai Perusahaan. Moderasi: <i>Investment Opportunity Set</i>	30 Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2018 dan telah memenuhi kriteria sampel penelitian.	Analisis Regresi Sederhana dan Moderating Regresion Analysis (MRA).	Menunjukkan bahwa pengungkapan <i>Sustainability reporting</i> tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Investment Opportunity Set</i>

<b>Nama Peneliti &amp; Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Tujuan Penelitian</b>	<b>Variabel</b>	<b>Sampel</b>	<b>Metode analisis/model</b>	<b>Kesimpulan Hasil</b>
	sebagai variabel moderasi”					mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan <i>Sustainability reporting</i> dan Nilai Perusahaan
Ardianti Fajriana dan Denies Priantinah (2016)	“Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Keputusan Investasi, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan”	Mengetahui pengaruh CSR, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi Kepemilikan Manajerial pada perusahaan pertambangan	Independen: CSR, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal. Dependen: Nilai Perusahaan	11 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2008-2014, dan telah memenuhi kriteria sampel penelitian	Analisis Regresi Sederhana, Analisis Regresi Nilai Selisih Mutlak, dan Analisis Regresi Berganda	Menunjukkan CSR, Keputusan Investasi berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Manajerial memoderasi CSR, Keputusan Investasi terhadap nilai perusahaan, tapi tidak memoderasi Struktur modal
Felecia Novita Iriyanto (2014)	“Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Praktik Pengungkapan <i>Sustainability reporting</i> dan Kinerja Ekonomi”	Untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan diukur dari PROPER terhadap laporan keberlanjutan pengungkapan praktik dan kinerja ekonomi	Independen : Kinerja Lingkungan. Dependen: <i>Sustainability reporting</i> dan Kinerja Ekonomi	45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2011-2012 yang memenuhi kriteria pemilihan yang ditentukan	Analisis Regresi Sederhana dan Analisis Regresi Berganda	Menunjukkan bahwa kinerja lingkungan memiliki dampak signifikan terhadap <i>Sustainability reporting</i> dan Kinerja Ekonomi

(sumber : penelitian-penelitian yang diringkas peneliti)

### 2.3 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan tinjauan teori dan tinjauan penelitian terdahulu diatas, dapat digambarkan kerangka penelitian, yang nantinya dapat memunculkan hipotesis-hipotesis yang menunjukkan hubungan antar variabel. Kerangka penelitian sebagai berikut :



### 2.4 Pengembangan Hipotesis

#### 2.4.1 Pengaruh sustainability reporting terhadap nilai perusahaan

*Sustainability reporting* menjadi alat bukti perusahaan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan yang ada serta sebagai bukti perusahaan bertanggung jawab atas kepentingan *stakeholder*-nya. *Sustainability reporting* juga dapat membantu membangun keterkatrakan para pemegang saham dengan visi jangka panjang perusahaan yang berhubungan dengan masa depan perusahaan. Dengan kata lain, *sustainability reporting* dibentuk dengan maksud untuk menarik minat para investor membeli saham perusahaan (Fatchan dan Trisnawati, 2016). Oleh karena itu, pengungkapan *sustainability reporting* pada akhirnya dapat memberi dampak terhadap nilai perusahaan. Apabila tanggung jawab sosial dan lingkungan suatu

perusahaan dilakukan dengan semaksimal mungkin dan dapat dilaporkan secara transparansi maka hal ini akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengungkapan *sustainability reporting* sebagai informasi perusahaan atas kegiatan dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dianggap dapat memenuhi harapan *stakeholder*, sehingga dikatakan sebagai sinyal positif yang dapat menunjang nilai perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan dalam pengungkapan *sustainability reporting* ialah untuk mendapat sinyal positif baik secara langsung maupun tidak langsung, salah satunya yaitu memikat investor. Dengan adanya laporan keberlanjutan dapat mempengaruhi investor mengambil keputusan sebelum melakukan pembelian saham yang dapat menjanjikan memiliki prospek masa depan yang baik. Tingginya Permintaan akan jumlah saham perusahaan mempengaruhi peningkatan harga saham perusahaan, sehingga hal ini berdampak pula pada pertumbuhan nilai perusahaan tersebut. Fatchan dan Trisnawati (2016), Pujiningsih (2020), Istighfarin dan Widyawati (2019) dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini hipotesis yang diambil adalah:

H1: pengungkapan *Sustainability reporting* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

#### 2.4.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merujuk pada rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan pada pengembalian yang dihasilkan perusahaan dari aktivitas penjualan dan investasi. profitabilitas perusahaan dilihat melalui rasio-rasio profitabilitas yang berfungsi dan sering digunakan

untuk memprediksi harga saham. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) dalam Lubis, Sinaga dan Sasongko (2017), profitabilitas menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi investor dalam keputusan investasi. Perusahaan yang mampu meningkatkan keuntungan perusahaannya akan dianggap mampu memenuhi kewajibannya terhadap para pemberi dana, dimana kesejahteraan investor merupakan salah satu tolak ukur penilaian perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan mendatangkan sinyal untuk para investor dan investor akan merespon positif sinyal tersebut, dan menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Apabila terjadi peningkatan pada permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga dari saham perusahaan tersebut di pasar modal, dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk mendukung asumsi tersebut, maka dilakukan penelitian terkait profitabilitas, diantaranya dilakukan oleh Sri Hermuningsih (2013), Ria Nofrita (2013), Sustari Alamsyah (2017), Wijaya dan Sedana (2015), Lubis, Sinaga, dan Sasongko (2017), Puspitaningtyas (2017), Utama dan Lisa (2018). Mereka menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### 2.4.3 Profitabilitas memoderasi pengaruh pengungkapan *Sustainability reporting* dan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas menjadi rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham (Hitchner, 2017: 1282) dalam (Liana, 2019). Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan, karena untuk menjalankan kegiatan

operasional perusahaan harus berada dalam kondisi menguntungkan. Jika perusahaan mengalami kerugian, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam meyakinkan para pemilik modal dan pasar. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan terdorong untuk mengungkapkan informasi mengenai pengelolaan dana perusahaan dan informasi yang diungkapkan cenderung lebih baik dibanding perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah. Hal ini terjadi karena, masyarakat dan pemerintah menganggap jika perofitabilitas tinggi mencerminkan perusahaan mempunyai kemampuan melakukan pengungkapan, serta tidak menjadi beban bagi perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang mengalami keuntungan akan lebih baik dalam mengelola dan membiayai kegiatan sosial lingkungan perusahaan, yang dapat menunjang kepercayaan *stakeholder*. Dengan demikian, infomasi yang diungkapkan dalam *sustainability reporting* perusahaan pun semakin luas. Sehingga dapat dijadikan salah satu strategi perusahaan dalam menarik minat investor. Sedangkan ketika perusahaan mengalami kerugian, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam pengelolaan dan pembiayaan kegiatan sosial lingkungannya sehingga pengungkapan dalam laporan keberlanjutan cenderung terbatas atau sempit. Dari uraian sebelumnya, dapat diasumsikan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba mempengaruhi pengungkapan *sustainability reporting* perusahaan, dimana hal tersebut tentu akan berdampak pada nilai perushaaan tersebut.

Untuk mendukung asumsi diatas, penelitian yang dilakukan Stiaji, Dina, dan Afifudin (2017), Karundeng, Nangoi, dan Karamoy (2017) menyimpulkan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan. serta Budiana dan Budiasih (2020)

H3: Profitabilitas memperkuat pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan