

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan (Tilling, 2004). Demikian juga Naser, AlHussaini, Al-Kwari, dan Nuseibeh (2006) menyatakan bahwa teori legitimasi telah digunakan dalam kajian akuntansi untuk mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat (Gray et al, 1996). Hal ini mengindikasikan adanya kontrak sosial antara perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. Perusahaan menjalankan kontrak sosial harus menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku agar berjalan dengan selaras. Teori legitimasi yang didasarkan pada adanya kontak sosial antara sebuah institusi dengan masyarakat, dimana diperlukan sebuah tujuan institusi yang kongruen dengan nilai yang ada didalam sebuah masyarakat. Menurut teori ini, tindakan sebuah institusi haruslah mempunyai aktivitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Deegan dan Brown, 1996). Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan legitimacy theory yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki

kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Titisari, Suwardi, dan Setiawan, 2010). Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi harus terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Rustiarini, 2011).

Dowling dan Pfeffer (1997, p. 122) dalam Chariri (2008) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Suaryana(2011) menyatakan bahwa norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya.

Usaha perusahaan mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan. Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan return saham bagi investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuannya mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar dari pada perusahaan kecil (Cheers, 2011). Legitimasi diterima dengan menunjukkan kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial. Teori legitimasi menyatakan kinerja lingkungan yang lemah meningkatkan ancaman legitimasi sosial perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan. Selama perusahaan pada akhirnya akan memberikan output dari operasinya kepada masyarakat, baik melalui distribusi manfaat ekonomi maupun manfaat sosial.

Dalam teori legitimasi dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku dimasyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi.

2.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan Berdirinya suatu perusahaan bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dengan cara memakmurkan para pemegang saham. Secara umum nilai perusahaan digambarkan sebagai nilai pasar dikarena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat (Damayanthi, 2019: 211). Sedangkan, menurut Noviani et al., (2019: 398), nilai perusahaan adalah harga yang siap dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut terjual. Kemakmuran pemegang saham ditunjukkan melalui harga pasar saham yang tecermin dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen asset (Apriliyanti, 2018: 83). Jika harga penawaran saham di pasar mengalami peningkatan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham yang nantinya bermanfaat dalam meningkatnya nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menurut Fahmi, I (2015:82), merupakan rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan keadaan di pasar. Rasio ini dapat membagikan uraian kepada pihak manajemen industri terhadap keadaan pelaksanaan yang hendak dilaksanakan serta akibatnya pada waktu yang akan datang. Selanjutnya menurut Sartono (2016:9), Nilai perusahaan merupakan tujuan memaksimalkan mamakmurkan pemegang saham serta ditempuh dengan memaksimalkan nilai saat ini ataupun present value seluruh kemakmuran pemegang saham hendak bertambah apabila harga saham bertambah. Sedangkan nilai perusahaan menurut Harmono (2014:233), merupakan kinerja industri yang dicerminkan oleh harga saham yang dibangun oleh permintaan serta penawaran pasar modal yang merefleksikan evaluasi warga terhadap kinerja industri. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat dirangkum kesimpulan bahwa nilai perusahaan (company value) ialah suatu nilai yang bisa digunakan buat mengukur tingkatan kepentingan suatu industri dilihat dari sudut pandang sebagian pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai suatu industri dari harga sahamnya. Dalam jangka panjang nilai suatu industri merupakan memaksimalkan nilai industri, semakin tinggi nilai industri menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Pada umumnya nilai perusahaan merupakan suatu hal yang sangat berarti dalam industri.

Perihal tersebut sebab nilai perusahaan pengaruhi seorang investor buat melaksanakan penanaman modal pada industri tersebut. Tidak hanya itu nilai industri dikatakan sangat berarti sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi hendak diiringi oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham hingga semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi jadi kemauan para owner industri, karena dengan nilai yang tinggi meyakinkan kemakmuran pemegang saham yang juga akan bertambah. Kekayaan pemegang saham serta industri digambarkan oleh harga pasar serta saham yang merupakan gambaran keputusan investasi, pendanaan serta menejemen asset. Penelitian oleh (Anjarwati. K et al., 2015) menggunakan satu indikator dalam mengukur nilai perusahaan, yaitu: Price Book Value (PBV).

Nilai perusahaan merupakan gambaran dari kinerja perusahaan yang bisa mempengaruhi atensi penanam saham/investor kepada perusahaan. Martono & Harjito (2013:13) berkata kalau nilai perusahaan sangat berarti sebab dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran owner industri ataupun pemegang saham perusahaan. Kekayaan pemegang saham serta perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang menunjukkan gambaran dari keputusan investasi, pendanaan (financing), serta manajemen asset (Hermuningsih. S., 2013:128).

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kesejahteraan pemilik perusahaan serta pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan. Oleh sebab itu nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting dipandangan penanam saham dan pemberi kredit untuk diketahui. Nilai perusahaan bisa memberikan sinyal yang baik dipandangan penanam saham untuk menanamkan modalnya di perusahaan dan sebaliknya dipandangan pemberi kredit/kreditur nilai perusahaan akan memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya yang akan memberikan rasa percaya kreditur untuk memberikan kredit kepada perusahaan tersebut. Selain itu nilai perusahaan juga akan sangat berarti apabila perusahaan mau go public yaitu mau mendapatkan modal dengan menjual saham di bursa saham. Setiap saat harga saham di bursa saham dapat dievaluasi perkembangannya terhadap nilai perusahaan. Perkembangan kinerja operasi dan keuangan perusahaan akan mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham tentunya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan. Pada kondisi fundamental merupakan kondisi yang berkaitan dengan kondisi internal dari perusahaan. Faktor fundamental erat kaitannya dengan kondisi perusahaan seperti kondisi keuangan suatu perusahaan yang dicerminkan

melalui kinerja keuangan perusahaan. Apabila suatu perusahaan hendak melakukan analisis fundamental dibutuhkannya data fundamental perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya (Jogiyanto, 2016:188).

2.1.2 Sustainability Report

Menurut Elkington dan Rowlands (1999), *sustainability report* merupakan laporan yang memuat informasi kinerja keuangan dan non keuangan seputar aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan. Sedangkan, menurut GRI 101 (2016), *sustainability report* adalah praktik pelaporan kepada stakeholder internal dan eksternal mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosialnya, dan termasuk kontribusi informasi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Konsep triple bottom line atau 3P (profit, people, dan planet) memiliki kesamaan dengan *sustainability report*. Keduanya mengungkapkan kinerja keuangan, nonkeuangan, dan tanggung jawab perusahaan pada kategori ekonomi (profit), sosial (people), dan lingkungan (planet).

Menurut Safitri dan Fidiana (2015: 5), selain mengejar keuntungan (profit), perusahaan harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people), dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Para stakeholder tertarik untuk memahami pendekatan dan kinerja perusahaan secara keberlanjutan dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, termasuk potensi dalam menciptakan nilai perusahaan (Latifah dan Luhur, 2017: 14). Hal itu menjadikan pengungkapan *sustainability report* diharapkan perusahaan dalam mempengaruhi reaksi investor terhadap pasar yang nantinya berpotensi dalam meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan Total aset merupakan cerminan dari ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan, semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar pula aktivitasnya (Apriliyanti,

2018: 85). Skala penentuan besar kecilnya perusahaan dapat dilihat pada total aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar dapat memperoleh pendanaan dengan baik. Melani dan Wahidahwati (2017) menyatakan bahwa perusahaan berukuran kecil dapat memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi sehingga membutuhkan pendanaan eksternal dari investor.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kekayaan perusahaan yang akan digunakan untuk memakmurkan pemegang saham dan selanjutnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Apriliyanti, 2018: 85). Ukuran perusahaan yang besar dapat mengoptimalkan nilai perusahaan, dikarenakan perusahaan yang memiliki ukuran besar menunjukkan perusahaan dalam kondisi yang stabil.

Menurut Ernawati (2016) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan investor dalam menilai asset maupun kinerja perusahaan. Menurut I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan (Nurminda 2017). Semakin tinggi total asset (yang menunjukkan harta yang dimiliki perusahaan) mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tergolong perusahaan besar. Sebaliknya, semakin rendah total asset mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut tergolong perusahaan kecil. Semakin besar total asset menunjukkan bahwa semakin besar pula harta yang dimiliki perusahaan, sehingga investor akan semakin aman dalam berinvestasi ke perusahaan tersebut

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan laba yang dihasilkan perusahaan atas dasar ukuran dari kinerja perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017: 1261). Kesanggupan perusahaan dalam mengendalikan aktivitasnya dapat ditentukan dari kinerja perusahaan yang diukur dengan profitabilitas. Semakin besar jumlah profitabilitas perusahaan yang tercatat pada laporan keuangan dapat diartikan kinerja perusahaan tersebut baik maka peluang perusahaan pada masa yang akan datang semakin baik (Noviani et al., 2019: 397). Hal tersebut membuat sebagian investor jangka panjang melakukan keputusan investasi di perusahaan yang menghasilkan profitabilitas yang tinggi, karena perusahaan dinilai berhasil dalam mengelolah dana berasal dari investor. Keberhasilan tersebut berpotensi untuk meningkatkan nilai perusahaan. nhasilkan laba. Semakin tinggi nilai dari rasio ini maka semakin baik, karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modalnya dengan baik sehingga dapat menghasilkan laba yang optimal. Laba yang tinggi merupakan tolak ukur bagi investor terhadap penilaian suatu perusahaan, sedangkan bagi kreditor laba merupakan pengukuran arus kas operasi yang nantinya dapat digunakan sebagai sumber pembayaran bunga.

Menurut Sudana, hal 12, profitabilitas adalah perbandingan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan. Sedangkan menurut Kasmir, hal 196, merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Terdapat berbagai jenis rasio yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas, yaitu Margin Laba Kotor (Gross Profit Margin), Margin Laba Bersih (Net Profit Margin), Rasio Pengembalian Aset (Return on Assets), Rasio Pengembalian Ekuitas (Return on Equity Ratio), Rasio Pengembalian Penjualan (Return on Sales Ratio), Pengembalian Modal yang digunakan (Return on Capital Employed), Return on Investment (ROI)

dan Earning Per Share (EPS). Return on Asset (ROA) adalah besaran yang mampu menilai kemampuan perusahaan dalam hal memperoleh laba dari aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi hasil nilai ROA maka akan semakin baik pula perusahaan tersebut karena perusahaan mampu mendayagunakan seluruh asset yang dimilikinya dengan baik.

2.1.5 Leverage

Leverage Kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban secara finansial baik jangka pendek maupun panjang merupakan definisi dari leverage (Suwardika dan Mustanda, 2017: 1251). Perusahaan bertanggung jawab untuk mengembalikan sumber dana eksternal yang diperoleh dengan cara meminjam. Perusahaan melakukan pinjaman terkait dengan kebutuhan dalam mengendalikan usahanya agar dapat bertahan. Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan, bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017: 1251). Manajemen perusahaan harus memperhatikan pemakaian hutang dengan sebaik mungkin, agar dapat meminimalkan resiko yang timbul dari penggunaan hutang yang tidak terkontrol. Keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya efek penghematan pajak (Suwardika dan Mustanda, 2017: 1252). Hal itu dapat meningkatkan jumlah keuntungan yang diperoleh, sehingga jumlah dividen yang dibagikan setiap lembar saham menjadi tinggi. Kemakmuran pemegang saham dapat terpenuhi sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Maryam (2014), leverage adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. Dengan kata lain seberapa besar perusahaan membiayai asetnya dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk

melepaskan beban utang tersebut (Fahmi, 2015). Leverage juga dianggap dapat membantu perusahaan untuk menyelamatkan perusahaan dalam kegagalan apabila digunakan secara efektif, namun juga dapat menyebabkan kebangkrutan bagi perusahaan apabila dikelola dengan cara sebaliknya karena perusahaan kesulitan dalam membayar hutang-hutangnya tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang. Leverage dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed cost assets or funds) untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan. Selain itu leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (Kasmir, 2017:151).

Leverage adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas karena dapat meningkatkan modal perusahaan dengan tujuan meningkatkan keuntungan. Leverage timbul karena perusahaan dalam operasinya menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap, yang berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap, dan biaya bunga dari hutang. Perusahaan yang akan menggunakan leverage tersebut mempunyai tujuan supaya keuntungan yang akan didapatkan itu lebih besar dari biaya tetap (beban tetap). Fakhruddin dalam Satriana (2017:23) memberikan definisi bahwa leverage merupakan jumlah utang yang dipergunakan untuk membiayai/membeli aset-aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat leverage yang lebih besar daripada ekuitas atau modal sendiri dapat dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi.

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Perbedaan	Hasil
----	----------	-------	-----------	-------

1.	Wira, A. S., Wardoyo, D. U., Islahuddin, M. L., Safitri, R. G., & Putri, S. N. (2022).	Pengaruh sustainability report terhadap nilai perusahaan.	Studi Perusahaan Non Keuangan dari tahun 2018-2020	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan Sustainability Report berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021).	Pengaruh pengungkapan sustainability report, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan.	Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.	Menunjukkan bahwa sustainability report tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3.	Handayani,	Pengaruh	Studi Kasus	Hasil penelitian

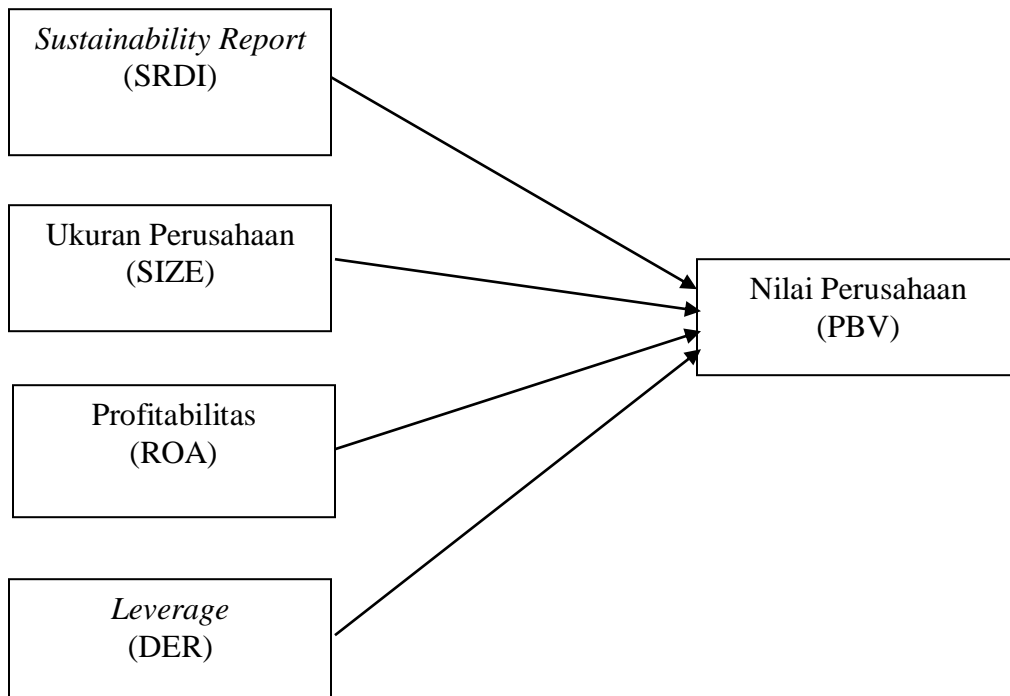
	I., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2020).	Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance (Gcg), Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan	Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018	menunjukkan komisaris independen pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Nurrahman, T., Sofianty, D., & Sukarmanto, E. (2018).	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.	Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Untuk kegunaan penelitian selanjutnya untuk menggunakan perusahaan sektor lainnya, mengganti variabel independen lain seperti Struktur Modal dan Leverage. yang mungkin mempengaruhi

				Nilai Perusahaan.
5.	Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016).	Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi	Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi non partisipan dengan teknik analisis jalur (path analysis).	hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan dan Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan serta Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dari kerangka pemikiran dari deskripsi diatas maka dihasilkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Berdasarkan gambar diketahui bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan

Leverage, sedangkan variabel terikatnya adalah Nilai Perusahaan studi empiris perusahaan keluarga pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2020.

2.4 Bangunan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh pengungkapan sustainability report terhadap nilai perusahaan.

Sustainability report menjadi bukti bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan aturan dan tanggung jawab kepada pemangku kepentingan. Perusahaan banyak memperoleh manfaat dalam melaksanakan sustainability report antara lain perusahaan semakin diminati oleh investor dan konsumen semakin menggemari produknya (Gunawan dan Mayangsari, 2015:5). Semakin banyaknya investor membeli saham perusahaan menjadikan perusahaan disukai investor, dengan berjalannya waktu harga saham akan meningkat dan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham. kemampuan perusahaan dalam pengungkapan sustainability report dinilai sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi kepada pemangku kepentingan yang dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Latifah, S. W., & Luhur, M. B. (2017). Menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial, lingkungan dan ekonomi pada sustainability report merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengungkapan sustainability report berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat ditentukan melalui total aset. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber pendanaan dari eksternal (Setiawati et al., 2016: 154). Semakin besar ukuran perusahaan menandakan perusahaan mampu dalam memanfaatkan secara optimal sumber dana yang diperoleh dari investor. Keputusan pendanaan yang dilakukan oleh manajemen untuk

memaksimalkan nilai perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya ukuran perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016: 1344). Hal tersebut menandakan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021), yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin besar ukuran perusahaan mengindikasikan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode akuntansi disebut sebagai profitabilitas. Profitabilitas tergolong rasio keuangan dapat diukur menggunakan ROA (Return On Asset). ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mengoptimalkan penggunaan aset dalam memperoleh laba bersih (Noviani et al., 2019). Disamping itu bertambahnya nilai perusahaan sejalan dengan meningkatnya profit yang dihasilkan dari aktivitas bisnis perusahaan disetiap periodenya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurrahman, T., Sofianty, D., & Sukarmanto, E. (2018). menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan.

memutuskan menggunakan hutang sebagai bentuk dari kebijakan pendanaan. Investor mengartikan penggunaan hutang sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban dimasa yang akan datang, hal ini mendapat tanggapan positif dari pasar (Suwardika dan Mustanda, 2017: 1258). Penggunaan hutang dapat menambah sumber dana perusahaan yang nantinya digunakan untuk kepentingan perusahaan sehingga mampu menghasilkan kinerja perusahaan yang baik. Dilain sisi, nilai

perusahaan dapat meningkat apabila jumlah hutang berada di bawah titik optimal sehingga bertambahnya jumlah hutang akan meningkatkan nilai perusahaan yang berasal dari penghematan pajak yang ditimbulkannya (Noviani et al., 2019: 398). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021), sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.