

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori yang dapat digunakan pada nilai perusahaan yaitu *Signalling Theory*. Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) dalam (Nasution et al., 2019) mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Teori sinyal atau *signalling theory* merupakan sinyal-sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan. *Signalling theory* berakar pada teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku informasi. Salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal adalah pengumuman yang dilakukan oleh suatu emiten. Pengumuman ini nantinya dapat mempengaruhi naik turunnya harga sekuritas perusahaan emiten yang melakukan pengumuman (Suwardjono, 2012).

Teori sinyal menjadi salah satu teori yang melandasi pengungkapan *sustainability report*. *Signalling theory* merupakan teori yang menekankan pada penyebarluasan informasi yang investor butuhkan. Informasi tersebut dapat membantu investor dalam menentukan keputusan investasi pada perusahaan (Hafni, 2018). Menurut Suwardjono teori sinyal mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi private yang sifatnya menarik dan diminati oleh investor, secara spesifik informasi yang berkaitan dengan berita baik (*good news*) (Suwardjono, 2012). Jika dikaitkan dengan teori ini, perusahaan menerbitkan informasi keberlanjutan dalam upaya mengirimkan sinyal positif melalui pengungkapan informasi kinerja ekonomi,

sosial, dan lingkungan (Spence, 2002). Informasi ini diharapkan sebagai sinyal positif yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan melalui pembentukan reaksi pasar yang positif yang mendorong meningkatnya nilai perusahaan (Devi et al., 2017)

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan tolak ukur prestasi kerja perusahaan dalam efisiensi pengelolaan sumber daya perusahaan dan indikator dalam kenaikan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah harga saham, maka nilai perusahaan juga akan rendah. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang tinggi jika kinerja perusahaan juga baik. Apabila kinerja suatu perusahaan kurang baik, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang rendah (Effendi, 2016). Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan (Setiawati & Lim, 2018). Perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi menjadi harapan bagi semua investor. Hal ini karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran para pemegang sahamnya.

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya (Tjahjono, 2013). Konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan menurut (Imaningati & Sari, 2015) antara lain:

1. Nilai nominal merupakan nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebut secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis dalam saham kolektif.
2. Nilai pasar atau kurs merupakan harga yang terjadi dari proses tawar-menawar dipasar saham. Nilai ini hanya ditemukan jika saham perusahaan dijual dipasar saham.
3. Nilai intrinstik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan.

4. Nilai buku merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuidasi merupakan nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.

Berdasarkan uraian di atas, 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.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut (Gultom et al., 2013) :

1. Struktur Modal

Struktur modal adalah perimbangan total utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham biasa, dan saham preferen. Struktur modal dikatakan optimal apabila perbandingan antara nilai utang dengan ekuitas yang memaksimalkan harga saham perusahaan.

2. Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban atau utang yang harus segera dipenuhi perusahaan. Likuiditas juga merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang harus segera dilunasi dengan aktiva lancar perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam melunasi utang atau kewajibannya merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan mampu melunasi seluruh kewajibannya dengan lancar.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana ukuran perusahaan mampu menunjukkan aktivitas yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan berarti semakin besar aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang besar dan mampu survive akan memiliki akses yang mudah

dalam pasar modal. Kemudahan aksesibilitas perusahaan terhadap pasar modal menandakan perusahaan memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat. Dengan demikian, ukuran perusahaan yang besar biasanya mampu membayarkan rasio dividen yang lebih tinggi dan meningkatkan nilai perusahaan.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari kegiatan operasional. Keuntungan atau laba yang dihasilkan perusahaan akan dibagikan kepada pihak pemegang saham dalam bentuk dividen. Selain itu, keuntungan perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja kegiatan operasional, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Banyak faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Menurut Sejati dan Prastiwi (2015) faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan *adalah Sustainability report* yang berfungsi untuk menginformasikan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan. Pengungkapan *Sustainability Report* merupakan bukti pertanggungjawaban perusahaan terhadap stakeholders dan terhadap peraturan yang telah berlaku. Sementara tujuan *Sustainability Report* adalah untuk memperoleh kepercayaan dari stakeholder demi kelangsungan perusahaan. Selain itu, pengungkapan *Sustainability Report* dapat menarik minat para investor untuk membeli saham. Semakin meningkatnya jumlah saham perusahaan yang beredar dan harga saham, maka perusahaan berharap dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sejati & Prastiwi, 2015).

2.2.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan bisa diukur dengan menggunakan beberapa rasio penilaian, antara lain :

1. *Tobin's Q*

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan analisis *Tobin's Q* atau sering disebut *ratio Tobin's Q*. Smithers dan Wrigt (2008) dalam (Fitri Prasetyorini, 2013) menyatakan bahwa *Tobin's Q* dihitung dengan ratio nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu membandingkan dengan

total asset perusahaan. Rasio *Tobin's Q* dapat mempersentasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Dihitung dengan membandingkan *market capitalization* dengan total assets perusahaan.

Rumus *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Tobin's\ Q = \frac{MVE + Debt}{Total\ Assets}}$$

Keterangan :

MVE = Nilai pasar dari jumlah saham yang beredar

Debt = Nilai total kewajiban perusahaan

TA = *Total Assets* Perusahaan

2. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Menurut (Anisyah & Purwohandoko, 2017), PBV menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV yang lebih tinggi berarti perusahaan memiliki harga saham yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai perusahaan yang berhasil menciptakan nilai pemegang saham.

Nilai buku saham dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Nilai\ Buku\ Per\ Saham = \frac{Total\ Ekuitas}{Jumlah\ Saham\ Beredar}}$$

Untuk menghitung *price book value* ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Price\ to\ Book\ Value = \frac{Harga\ Per\ Lembar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Per\ Saham}}$$

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut (Rachman, 2016) rasio *Price Earning Ratio* (PER) merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan antara harga saham dengan keuntungan per lembar saham yang diperoleh pemilik perusahaan. *Price Earning Ratio* (PER) yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor mengenai prestasi

perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi. Rasio ini dapat mencerminkan bagaimana apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rumus *price earning ratio* sebagai berikut :

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

2.3 Sustainability Report

2.3.1 Definisi Sustainability Report

Sustainability reporting atau Laporan Keberlanjutan merupakan 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* (Amalia et al., 2021). Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang semula diungkapkan pada *Annual Report* kini berkembang dengan pengungkapan *sustainability report* yang bersifat *voluntary* yang berarti dimana perusahaan menerbitkan *sustainability report* atas dasar sukarela. Hal ini muncul akibat dari permintaan atau kebutuhan para *stakeholder* yang semakin berkembang. Menurut (Puspita & Jasman, 2022), *sustainability report* 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 report* akan berisi mengenai dampak aktivitas perusahaan dari segi ekonomi, sosial dan lingkungan. *Sustainability report* meliputi profil perusahaan, profil indikator kepemilikan, ekonomi, lingkungan dan sosial, kinerja karyawan dan sumber daya manusia, perlindungan pelanggan, dll (Amalia et al., 2021). 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. Pelaporan keberlanjutan mendorong

transparansi dan akuntabilitas kepada *stakeholder* terhadap pengambilan keputusan, penggunaan sumber daya, serta dampak sosial dan lingkungan

2.3.2 Prinsip-Prinsip *Sustainability Report*

Kualitas *sustainability report* dapat ditentukan dengan prinsip-prinsip yang ada pada *Global Report Initiative* (GRI) G4. Pengungkapan *Sustainability Report* harus memiliki kualitas informasi yang konsisten dengan prinsip-prinsip yang ada pada *Global Report Initiative* (GRI) G4. Prinsip-prinsip tersebut dibuat dengan tujuan mencapai transparansi. Artinya, kualitas informasi dalam *sustainability report* merupakan hal yang penting karena memungkinkan para *stakeholder* mengambil tindakan yang tepat. Prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas *sustainability report* adalah sebagai berikut:

1. Keseimbangan

Prinsip keseimbangan artinya pengungkapan *Sustainability report* harus mencerminkan berbagai macam aspek dari kinerja perusahaan. Hal tersebut memungkinkan dilakukannya penilaian secara keseluruhan, sehingga penyajian laporan dapat memberikan gambaran yang objektif tentang kinerja perusahaan. Laporan harus menghindari format pemilihan, penghilangan, penyajian yang berlebihan atau tidak tepat dalam memengaruhi keputusan pembaca.

2. Komparabilitas

Prinsip komparabilitas artinya suatu perusahaan harus konsisten dalam memilih, mengumpulkan, dan melaporkan informasi. Penyajian laporan harus memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan dari waktu ke waktu yang dapat dipahami oleh para pemangku kepentingan. Tujuan prinsip komparabilitas adalah untuk mengevaluasi kinerja. Pemangku kepentingan yang menggunakan laporan harus mampu membandingkan informasi mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap kinerja perusahaan di masa lalu. Selain itu, pemangku kepentingan juga harus membandingkan informasi yang dilaporkan terhadap tujuan organisasi, dan terhadap kinerja organisasi lain.

3. Akurasi

Prinsip akurasi artinya informasi yang dilaporkan harus akurat dan terperinci. Tujuan prinsip akurasi ini adalah untuk memudahkan para pemangku kepentingan dalam menilai kinerja organisasi. Indikator dalam laporan mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dapat disampaikan melalui berbagai cara, baik dengan kualitatif maupun kuantitatif. Keakuratan laporan dapat ditentukan dengan berbagai karakteristik yang bervariasi sesuai dengan sifat informasi dan pengguna informasi tersebut.

4. Ketepatan Waktu

Prinsip ketepatan waktu artinya laporan yang dibuat oleh suatu perusahaan harus tepat waktu. Prinsip ketepatan waktu ini berkaitan dengan kapan informasi tersebut disajikan kepada para pemangku kepentingan, sehingga mereka dapat menggunakannya dalam pengambilan keputusan. Pelaporan yang teratur dan kedekatannya dengan peristiwa yang disajikan menjadi acuan waktu penerbitan laporan.

5. Kejelasan

Prinsip kejelasan artinya perusahaan harus menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami oleh para pemangku kepentingan. Selain itu, laporan yang diterbitkan harus dapat diakses oleh pemangku kepentingan. Prinsip ini bertujuan agar para pemangku kepentingan mudah untuk mendapatkan dan memahami laporan yang disajikan dan dapat menggunakannya dalam pengambilan keputusan.

6. Keandalan

Prinsip keandalan artinya laporan yang diterbitkan oleh perusahaan dapat diuji kebenaran isinya dan sejauh mana prinsip-prinsip pelaporan telah diterapkan dengan benar. Agar suatu laporan dapat diuji, maka perusahaan harus mengumpulkan, mencatat, menyusun, menganalisis, dan mengungkapkan informasi serta proses yang digunakan untuk menentukan kualitas serta materialitas informasi.

2.3.3 Manfaat *Sustainability Report*

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

1. *Sustainability reporting* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan loyalitas konsumen jangka panjang.
2. *Sustainability reporting* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
3. *Sustainability reporting* dapat digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
4. *Sustainability reporting* dapat mengembangkan, memfasilitasi pengimplementasian dari system manajemen yang baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi dan sosial.
5. *Sustainability reporting* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
6. *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.

2.3.4 Indikator Pengungkapan *Sustainability Report*

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah GRI-G4 *Guidelines* menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar *disclosure*. *Sustainability report* menggunakan standar dari GRI berisi 3 komponen yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Sosial, terdiri dari 4 sub kategori, yaitu :
 - a. Praktek Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja

- b. Hak Asasi Manusia
- c. Masyarakat
- d. Tanggung Jawab Atas Produk

Adapun item-item yang digunakan dalam pengungkapan *sustainability report* adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Indeks Pengungkapan *Sustainability Report* Berdasarkan GRI G4

No.	KATEGORI EKONOMI		
1	Kinerja Ekonomi	EC1	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
2		EC2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
3		EC3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
4		EC4	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
5	Keberadaan Pasar	EC5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
6		EC6	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang diperkerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
7	Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono
8		EC8	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
9	Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN			
10	Bahan	EN1	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
11		EN2	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang

12	Energi	EN3	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
13		EN4	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
14		EN5	Intensitas Energi
15		EN6	Pengurangan konsumsi energi
16	Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
17		EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
18		EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
19		EN10	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang
20	Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
21		EN12	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
22		EN13	Perlindungan dan Permulihan Habitat.
23		EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
24	Emisi	EN15	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
25		EN16	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
26		EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung.
27		EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
28		EN19	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya

29		EN20	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozonedepleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
30		EN21	NOX, SOX dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan berdasarkan jenis dan berat.
31	Efluen dan Limbah	EN22	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
32		EN23	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
33		EN24	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan
34		EN25	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
35		EN26	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor
36	Produk dan Jasa	EN27	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
37		EN28	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
38	Kepatuhan	EN29	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
39	Transportasi	EN30	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
40	Lain-lain	EN31	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
41	Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42		EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
43	Mekanisme Pengaduan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan

	Masalah Lingkungan		diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL			
SUB KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA			
44	Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
45		LA2	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya
46		LA3	Manfaat tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
47	Hubungan Industrial	LA4	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut
48	Kesehatan dan Keselamatan Bekerja	LA5	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan
49		LA6	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah dan gender
50		LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi karena yang terkait dengan pekerjaan mereka
51		LA8	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
52	Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
53		LA10	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.

54		LA11	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
55	Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan pengelola/pengusaha dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
56	Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan
57	Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
58		LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
59		LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA			
60	Investasi	HR1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
61		HR2	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
62	Non-diskriminasi	HR3	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
63	Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
64	Pekerja Anak	HR5	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak

65	Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib
66	Praktik Pengamanan	HR7	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
67	Hak Adat	HR8	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
68	Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
69	Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
70		HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
71	Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT			
72	Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
73		SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
74	Anti-Korupsi	SO3	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
75		SO4	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
76		SO5	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
77	Kebijakan Publik	SO6	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi

78	Anti Persaingan	SO7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
79	Kepatuhan	SO8	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
80	Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
81	Dampak Terhadap Masyarakat	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan yang diambil
82	Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK			
83	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
84		PR2	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
85	Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
86		PR4	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
87		PR5	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
88	Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang dan disengketakan
89		PR7	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.

90	Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran kekeluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
91	Kepatuhan	PR9	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

2.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan efektifitas dan efisiensi kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dan laba yang dihasilkan selama periode tertentu. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung diminati oleh investor. Hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham karena tingginya permintaan akan saham (Nisaih & Prijanto, 2023). Dan membuat sebagian investor jangka panjang melakukan keputusan investasi di perusahaan yang menghasilkan profitabilitas yang tinggi, dikarenakan perusahaan dinilai berhasil dalam mengelola dana berasal dari investor (Sari & Wahidahwati, 2021). 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.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak lepas dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan sehingga dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

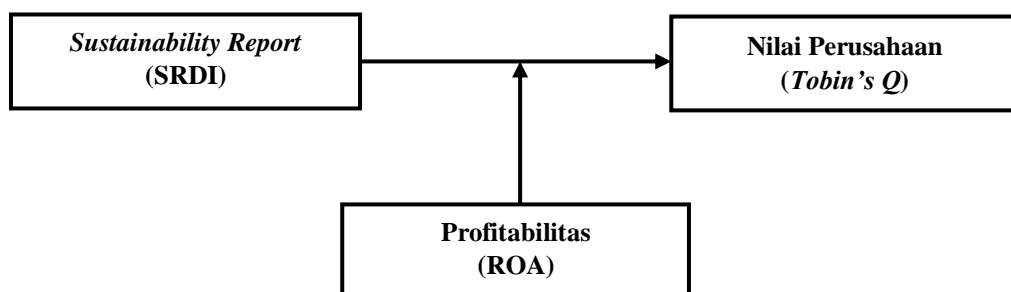
No.	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Puspita dan Jasman (2020)	Pengaruh Laporan Keberlanjutan (<i>Sustainability Report</i>) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : <i>Sustainability Report</i> Variabel Moderasi : Profitabilitas	(1) <i>Sustainability Report</i> terbukti memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (2) Hasil pengujian empiris tidak membuktikan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh positif <i>sustainability report</i> terhadap nilai perusahaan di industri pertambangan.
2	Nisaih dan Prijanto (2023)	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : <i>Sustainability Report</i> Variabel Moderasi : Profitabilitas	(1) Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara pengaruh pengungkapan <i>Sustainability Report</i> dengan nilai perusahaan.
3	Sari dan Wahidahwati (2021)	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen :	Berdasarkan hasil analisis data penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

		Dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Sustainability Report</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i>	(1) Pengungkapan <i>sustainability report</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, (3) Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, (4) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4	Amalia et al. (2021)	Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : <i>Sustainability Report</i> Variabel Moderasi : Kinerja Keuangan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) <i>Sustainability Reporting</i> memiliki pengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. (2) Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa ROA sebagai variabel moderasi secara signifikan dapat memoderasi <i>Sustainability Reporting</i> terhadap nilai perusahaan.

5	Budiana dan Budiasih (2020)	Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Reporting</i> Pada Nilai Perusahaan Pemenang <i>Indonesian Sustainability Reporting Awards</i>	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : <i>Sustainability Reporting</i> Variabel Moderasi : Profitabilitas	(1) Pengungkapan <i>Sustainability Reporting</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan pemenang <i>Indonesian Sustainability Reporting Awards</i> (ISRA) tahun 2015-2018. (2) Profitabilitas memperkuat pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> pada nilai perusahaan pemenang <i>Indonesian Sustainability Reporting Awards</i> (ISRA) 2015-2018.
---	-----------------------------	--	---	--

2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menguji ada tidaknya hubungan antara variabel dependen yaitu nilai perusahaan, variabel independen yaitu *sustainability report* dan variabel moderasi yaitu profitabilitas. Adapun hasil uraian tersebut maka peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.7 Bangunan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh pengungkapan *sustainability report* terhadap nilai perusahaan
Sustainability Report merupakan suatu laporan yang diterbitkan oleh suatu perusahaan untuk mengungkapkan kinerja perusahaannya baik aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan serta untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi *stakeholder*. Dengan adanya *sustainability report* maka perusahaan akan dapat meningkatkan citra perusahaan dimata *stakeholder*, dengan citra yang baik perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya (Budiana & Budiasih, 2020).

Pengungkapan *sustainability report* diperlukan untuk memperoleh kepercayaan *stakeholders* demi keberlangsungan bisnis atau kegiatan perusahaan, dimana kepercayaan tersebut dapat berupa investasi atau kerjasama yang berpotensi menciptakan nilai jangka panjang seperti meningkatkan harga saham. Perusahaan yang mengungkapkan *sustainability report* dianggap mampu berkomitmen dalam pengelolaan keberlanjutan dan dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai segala aspek, sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan dapat dijadikan sebagai media pertimbangan untuk berinvestasi (Puspita & Jasman, 2022). Pandangan ini sejalan dengan apa yang dijelaskan pada teori sinyal bahwa dengan adanya pengungkapan *sustainability report* mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi private yang sifatnya menarik dan diminati oleh investor, secara spesifik informasi yang berkaitan dengan berita baik. Oleh karena itu, pengungkapan *sustainability report* 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.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nisaih dan Prijanto (2023), Sari dan Wahidahwati (2021), dan Amalia et al. (2021) mengungkapkan bahwa pengungkapan *sustainability report* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil lain menunjukkan bahwa *sustainability report* berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan (Puspita & Jasman, 2022)(Budiana & Budiasih, 2020), oleh karena terjadi ketidak konsistenan pada penelitian terdahulu maka hipotesis pertama yang diajukan oleh peneliti adalah:

H₁ : Pengungkapan *sustainability report* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.7.2 Peran profitabilitas dalam memoderasi *sustainability report* terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan cara untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui kegiatan operasional pada periode tertentu. 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 profitabilitas 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, informasi yang diungkapkan dalam *sustainability report* 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.

Hasil penelitian Puspita dan Jasman (2020), Nisaih dan Prijanto (2023), Amalia et al. (2021), Budiana dan Budiasih (2020) menyatakan bahwa profitabilitas mampu

memperkuat hubungan antara pengaruh pengungkapan *sustainability report* dengan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini hipotesis yang diambil adalah:

H₂ : Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *sustainability report* dengan nilai perusahaan.