

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Stakeholder

Teori *Stakeholder* menjelaskan tentang suatu perusahaan bukan tentang entitas yang beroperasi saja untuk kepentingannya sendiri, namun mampu memberikan manfaat bagi Stakeholder (kreditor, pemegang saham, konsumen supplier, masyarakat, pemerintah, pihak lain dan analis). Menurut Permatasari (2016) Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Pengungkapan sustainability report dalam suatu perusahaan itu penting karena para stakeholder perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan yang telah dilakukan (Trisnawati et al., 2016).

Menurut Jones (2011) menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholder*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori ini adalah pemegang saham dan karyawan.
2. *Outside stakeholder*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi
3. oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori ini adalah pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum keseluruhan.

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingan dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan yang ada, terutama para pemangku kepentingan yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Bukan hanya menjaga hubungan baik antara pemangku kepentingan saja namun hubungan antara masyarakat, pemerintah, dan lainnya juga harus baik karena masyarakat dan pemerintah juga mampu memberikan kontribusi yang mampu membuat kinerja perusahaan yang baik sehingga nilai perusahaan dimata eksternal akan dianggap baik. Oleh karena itu dukungan para pemangku kepentingan mampu menghidupkan keberlangsungan organisasi atau perusahaan sehingga nilai suatu perusahaan akan meningkat, salah satu strategi menjaga dalam menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingan perusahaan adalah dengan mengungkapkan sustainability report yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Dwi Astuti & Juwenah, 2017).

2.2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan tujuan utama perusahaan yaitu dengan cara meningkatkan harga saham, harga saham yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang, manajer keuangan perusahaan diharapkan mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan serta memakmurkan pemegang saham (Ngruh et al., 2016). Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan normatif perusahaan adalah memaksimumkan kekayaan pemegang saham.

Nilai perusahaan akan mempengaruhi persepsi dari para investor serta calon investor terhadap suatu perusahaan, nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran dari para pemegang saham, semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi (Lusiana & Agustina, 2017). Investor akan lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya kepada perusahaan yang memiliki

prospek yang baik kinerja keuangan pada dasarnya merupakan hasil yang dicapai suatu perusahaan seefektif dan seefisien mungkin guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan manajemen dalam penilaian kinerja keuangan. Adapun manfaat nilai perusahaan bagi perusahaan itu sendiri adalah meningkatkan kemakmuran pemegang saham, menjadi tolak ukur atas prestasi kerja para manajer, mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara umum, mempertegas okupasi pasar terhadap produk perusahaan.

konsep nilai suatu perusahaan menurut Chistiawan dan Tarigan (2007), terdapat beberapa konsep nilai suatu perusahaan antara lain:

1. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan dan juga ditulis dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai intrinsic merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan, nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsic ini bukan sekedar harga dari sekumpulan asset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham.

Menurut Lusiana dan Agustina (2017) dan Utomo (2016) Adapun 6 faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan ini antara lain:

1. Saham

Saham merupakan permodalan atau perseroan yang didapat dari seorang investor. Saham adalah modal utama perusahaan yang berperan penting pada pendirian dan operasional perusahaan secara umum. Faktor ini menjadi hal utama yang mempengaruhi nilai perusahaan karena perkembangan dan keberhasilan perusahaan di pasar dapat bergantung pada besaran modal yang didapat dari tiap lembar saham terjual. Saham perusahaan yang terjual dipasar modal juga memiliki nilai yang fluktuatif seiring kondisi pasar dan ekonomi serta pengaruh lainnya. Nilai saham perusahaan dan tingkat stabilitasnya juga menentukan nilai perusahaan, baik mata investor maupun di mata pelanggan.

2. Pertumbuhan Perusahaan

Seperti yang telah sudah dibahas sebelumnya, pertumbuhan dan perkembangan perusahaan juga dipengaruhi oleh saham atau permodalan umum perusahaan. Lebih dari pada itu, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan tersebut. Jika suatu perusahaan dapat bertumbuh dan bersaing secara dinamis dari waktu ke waktu, bisa dimungkinkan nilai perusahaan juga akan ikut bertumbuh.

3. Kebijakan Utang

Kebijakan utang berpengaruh pada nilai perusahaan khususnya terkait dengan book value atau pencatatan keuangan perusahaan. Jika suatu perusahaan ingin mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaannya, maka perusahaan tersebut harus menentukan kebijakan utang yang tetap dapat diatas atau memiliki rasio dengan probabilitas tinggi pada tahap pembayarannya.

4. Kebijakan Dividen

Nilai perusahaan semakin baik jika investor atau para pemodal mendapatkan kesejahteraan dari dividen perusahaan. Dividen atau besaran pendapatan perusahaan yang dibagikan pada pemilik saham menjadi hal

penting untuk dirasionalisasikan setiap tahunnya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadinya proses ketidakseimbangan antara kesejahteraan investor dengan stabilitas financial perusahaan. Kebijakan dividen yang baik adalah dengan bertolak ukur pada besarnya pendapatan atau keuntungan serta anggaran perusahaan untuk tahun mendatang.

5. Skala Perusahaan

Skala perusahaan atau company size juga merupakan faktor yang memengaruhi nilai perusahaan secara khusus. Skala perusahaan masuk dalam indikator yang dipakai dalam penentuan nilai perusahaan karena ukuran dapat menentukan besaran uang yang tersebar dalam suatu perusahaan. Berbagai kebutuhan untuk memenuhi skala perusahaan, entah itu dalam perusahaan induk maupun anak perusahaan dapat membebani finansial perusahaan sekaligus meningkatkan okupasi pasar. Sebagaimana dua hal yang berseberangan, di satu sisi perusahaan dengan skala besar akan lebih mudah menggapai pasar dan member akses luas kepada pelanggan.

6. Kemampuan Perusahaan Menghasilkan Laba

Faktor terakhir yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan adalah kemampuannya untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Setiap perusahaan harus memiliki prioritas tinggi pada peningkatan laba perusahaan. Selain itu, laba yang didapat dalam suatu tahun operasional perusahaan juga dituntut untuk mampu lebih besar daripada besaran pembiayaan operasional perusahaan dalam waktu yang sama.

Nilai perusahaan (*Value*) mencerminkan nilai saat ini dari pendapatan yang diinginkan dimasa mendatang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, kebijakan dividen dan keputusan investasi. Melaksanakan fungsi manajemen keuangan merupakan hal yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu cermin yang

menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan diakui oleh publik atau dunia luar. Nilai perusahaan dapat di proksikan melalui tiga cara yaitu melalui nilai buku, nilai likuidasi ataupun nilai pasar (saham).

2.3 Relevansi Nilai Buku

Relevansi Nilai buku merupakan nilai saham menurut pembukuan perusahaan emiten dan nilai buku per lembar saham aktiva bersih yang dimiliki satu lembar saham. Menurut Trisnawati et al. (2016) Nilai buku per lembar saham menunjukkan aktiva bersih (*net assets*) yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham, karena aktiva bersih adalah total ekuitas pemegang saham, maka nilai buku perlembar saham adalah total ekuitas di bagi dengan jumlah saham yang beredar. Tujuan dari nilai buku adalah :

1. Memberikan gambaran suatu perusahaan dapat dijual dengan harga diatas atau dibawah harga pasar apabila perbandinganya dengan nilai pasar yang ada.
2. Bisa diterapkan di keuangan pribadi khususnya menghitung nilai investasi
3. Menunjukkan nilai rupiah asset pada perusahaan yang nantinya diterima oleh pemilik bisnis yang suatu hari nanti harus mereka likuidasi.

Informasi tentang nilai buku per lembar saham ini juga sering digunakan dalam menganalisis harga suatu saham. Terdapat rasio yang dapat bisa digunakan oleh pihak investor dan analisis dalam membandingkan harga suatu saham dengan ekuitas miliknya yakni rasio harga pasar per nilai buku atau yang biasanya disebut dengan price to book value (PBV). Rasio ini bisa diperoleh dengan membagi harga saham yang tersebar dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini juga bisa digunakan untuk membuat perkiraan nilai wajar saham. Suatu saham yang mempunyai rasio PBV yang tinggi bisa dikatakan mempunyai valuasi yang juga tinggi, sedangkan saham yang mempunyai PBV yang rendah, artinya mempunyai nilai valuasi yang rendah.

Nilai buku atau price to book value digunakan sebagai proksi dari nilai buku karena keberadaan price to book value sangat penting bagi investor untuk

menentukan strategi investasi di pasar modal, perusahaan yang dikelola dengan baik pada umumnya memiliki rasio price to book value diatas satu. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, salah satu rasio penilaian yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi dengan cara membandingkan nilai pasar saham terhadap nilai buku (Danil & Yusra, 2019).

2.4 Laba Per Saham

Earning per share atau laba per saham adalah keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya yang mampu diraih perusahaan pada saat menjalankan operasinya (Mindra & Erawati, 2014). Sedangkan *Earning per share* menilai setiap lembar saham biasa adalah pendapatan bersih yang diperoleh perusahaan. Laba per saham atau *earning per share* adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode untuk setiap lembar saham yang beredar. informasi EPS suatu perusahaan menunjukkan yang siap dibagikan untuk semua pemegang saham perusahaan. EPS menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam mengelola modalnya sehingga menghasilkan profitabilitas yang tinggi. Dimana ini bisa menjadi pertimbangan para investor dalam menginvestasikan uangnya pada suatu perusahaan. EPS merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar keuntungan (return) yang pemegang saham atau investor per lembar saham.

Tujuan laba per saham adalah menetapkan teknik perhitungan, penyajian, dan pengungkapan LPS dan meningkatkan daya banding kinerja antar perusahaan dan antar periode. Menurut PSAK 56 Apabila dalam satu periode ada perubahan jumlah saham beredar yang tidak mengubah sumber daya, selain peristiwa konversi efek berpotensi saham biasa yang beredar selama satu periode dan untuk seluruh periode sajian harus disesuaikan. Alat ukur yang sering digunakan dalam melihat seberapa bonafit suatu perusahaan adalah Earning Per Share (EPS). Angka yang ditunjukkan dari EPS inilah yang sering dipublikasikan mengenai performance perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat luas (go public) karena investor maupun calon investor berpandangan bahwa EPS mengandung informasi yang penting untuk melakukan prediksi mengenai

besarnya dividen per saham dan tingkat harga saham dikemudian hari, serta EPS juga relevan untuk menilai efektivitas manajemen dan kebijakan pembayaran dividen (T. Pioh et al., 2018)

EPS merupakan komponen utama dalam analisis fundamental yang dilakukan investor dalam menganalisis sebelum memutuskan untuk membeli atau menjual saham, adanya alasan yang mendasari penggunaan komponen tersebut yaitu pertama karena EPS dapat digunakan untuk mengestimasi nilai intrinsik suatu saham, kedua deviden yang dibayarkan perusahaan pada dasarnya berasal dari laba perusahaan dan ketiga ada hubungan perubahan earning dengan perubahan return saham (T. Pioh et al., 2018).

2.5 Sustainability Reporting

Sustainability report didefinisikan sebagai laporan yang diterbitkan oleh perusahaan untuk mengungkapkan kinerja perusahaan pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan serta upaya untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi pemangku kepentingan *stakeholder* (Dwi Astuti & Juwenah, 2017). Menurut (Febriyanti, 2021) *sustainability reporting* adalah praktik pengukuran organisasi secara terbuka mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan atau sosialnya dan karena itu juga termasuk kontribusinya positif atau negatif terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Laporan berkelanjutan adalah laporan yang menyajikan informasi ekonomi, sosial, dan lingkungan suatu perusahaan. Laporan berkelanjutan berfokus pada elemen 3P (profit, people, and planet). Laporan berkelanjutan berbeda dengan laporan keuangan (Kuswanto, 2019).

Adapun manfaat laporan berkelanjutan bagi pihak internal antara lain:

1. Peningkatan pemahaman tentang risiko dan peluang
2. Menekankan keterkaitan antara kinerja keuangan dan non keuangan
3. Mempengaruhi strategi dan kebijakan manajemen jangka panjang dan rencana bisnis
4. Memperlancar proses, mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi

5. Tolak ukur dan penelitian kinerja keberlanjutan sehubungan dengan hukum, norma, kode, standard kinerja dan inisiatif sukarela.
6. Menghindari terlibat dalam kegagalan lingkungan, sosial dan tata kelola yang dipublikasikan
7. Membandingkan kinerja secara internal dan antara organisasi dan sektor

Manfaat laporan berkelanjutan bagi pihak eksternal antara lain:

1. Mengurangi dampak lingkungan, sosial, dan tata kelola yang negative
2. Meningkatkan reputasi dan loyalitas merek
3. Memungkinkan pemangku kepentingan eksternal untuk memahami nilai sebenarnya organisasi serta asset berwujud dan tidak berwujud
4. Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh ekspektasi tentang pembangunan berkelanjutan

Tujuan dari pengungkapan laporan keberlanjutan atau *Sustainability report* dapat digunakan sebagai berikut (Kusumastuti 2016) :

1. Menjadi perbandingan dan pengukuran kinerja keberlanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja dan insiatif sukarela.
2. Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan berkelanjutan.
3. Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu.

1. Prinsip Pengungkapan Sustainability Report

Sustainability Report harus sesuai dengan prinsip-prinsip yang sudah ditetapkan oleh *Global Reporting Index (GRI)*. Prinsip-prinsip yang harus di penuhi antara lain, yaitu :

a. Keseimbangan

Sebaiknya *Sustainability Report* mengungkapkan aspek positif dan negatif dari kinerja perusahaan tersebut agar dapat menilai secara keseluruhan kinerja dari perusahaan tersebut.

b. Dapat Dibandingkan

Sustainability Report berisi isu dan informasi yang ada sebaiknya dipilih, dikompilasi dan dilaporkan secara konsisten. Informasi tersebut harus disajikan dengan seksama sehingga memungkinkan *stakeholders* untuk menganalisis perubahan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Pemangku kepentingan yang menggunakan laporan tersebut harus dapat membandingkan informasi yang dilaporkan mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap kinerja masa lalu perusahaan tersebut, tujuannya dan setingkat mungkin, terhadap kinerja perusahaan.

c. Akurat

Informasi yang dilaporkan dalam *Sustainability Report* harus cukup akurat dan rinci sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja perusahaan. Respon terhadap topik ekonomi, lingkungan, dan sosial dan indikator dapat dinyatakan dengan cara yang berbeda, mulai dari tanggapan kualitatif hingga pengukuran kuantitatif yang terperinci. Karakteristik yang menentukan akurasi bervariasi sesuai dengan sifat informasi dan pengguna informasi.

d. Ketepatan Waktu

Pelaporan *Sustainability Report* tersebut harus terjadwal serta informasi yang ada harus selalu tersedia bagi para *stakeholder* ketika dibutuhkan dalam pengambilan keputusan. Waktu penerbitan mengacu pada keteraturan pelaporan serta kedekatannya dengan peristiwa aktual yang dijelaskan dalam laporan.

e. Kejelasan

Informasi yang diberikan dalam *Sustainability Report* harus sesuai dengan pedoman dan dapat dimengerti oleh *stakeholder*. *Stakeholder* harus dapat menemukan informasi yang diperlukan dengan mudah. Laporan harus menyajikan informasi dengan cara yang dapat dimengerti, dapat diakses, dan dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan organisasi (baik dalam bentuk cetak maupun melalui saluran lain).

f. Keandalan

Organisasi harus mengumpulkan, mencatat, menyusun, menganalisis, dan mengungkapkan informasi serta proses yang digunakan untuk menyiapkan laporan agar dapat diuji, dan hal itu akan menentukan kualitas serta materialitas informasi. Informasi dan data yang dimasukkan ke dalam laporan harus didukung oleh pengendalian internal atau dokumentasi yang dapat ditinjau oleh orang lain selain orang yang menyiapkan laporan.

2. Indikator Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

GRI G4 Guidelines digunakan sebagai indikator pengungkapan sustainability report, karena perusahaan yang telah mengungkapkan sustainability report mengacu pada pedoman GRI. Indikator pengungkapan sustainability report menurut Global Reporting Initiative (2013), yaitu sebagai berikut:

a. Ekonomi

Dimensi keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi bagi pemangku kepentingannya, dan terhadap sistem ekonomi di tingkat 19 negara, nasional, dan global. Kategori ekonomi menggambarkan arus modal di antara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat.

b. Lingkungan

Dimensi keberlanjutan lingkungan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem. Kategori lingkungan meliputi dampak yang terkait dengan input seperti energi dan air, dan output seperti emisi, dan limbah. Termasuk juga keanekaragaman hayati, transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produk dan jasa serta kepatuhan dan biaya lingkungan.

c. Sosial

Dimensi keberlanjutan sosial membahas dampak yang dimiliki organisasi terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi. Dari kategori berisi subkategori:

- a. Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja
- b. Hak Asasi Manusia
- c. Masyarakat
- d. Tanggung jawab atas produk

Bagian ekonomi, terdiri dari 4 aspek dan 9 indikator, Bagian lingkungan terdiri dari 12 aspek dan 34 indikator, dan pada Bagian sosial terdiri dari 4 sub-kategori, 29 aspek, dan 48 indikator.

2.6 Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dari penelitian ini, maka peneliti tidak lupa untuk melihat referensi penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil Peneliti
1	Galuh Artika Febriyanti (2021)	Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Sebagai Variabel Moderating	Hasil penelitian ini menunjukkan laporan keberlanjutan dan kinerja sosial tidak memiliki berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, kinerja ekonomi dan kinerja lingkungan memiliki berpengaruh signifikan terhadap nilai

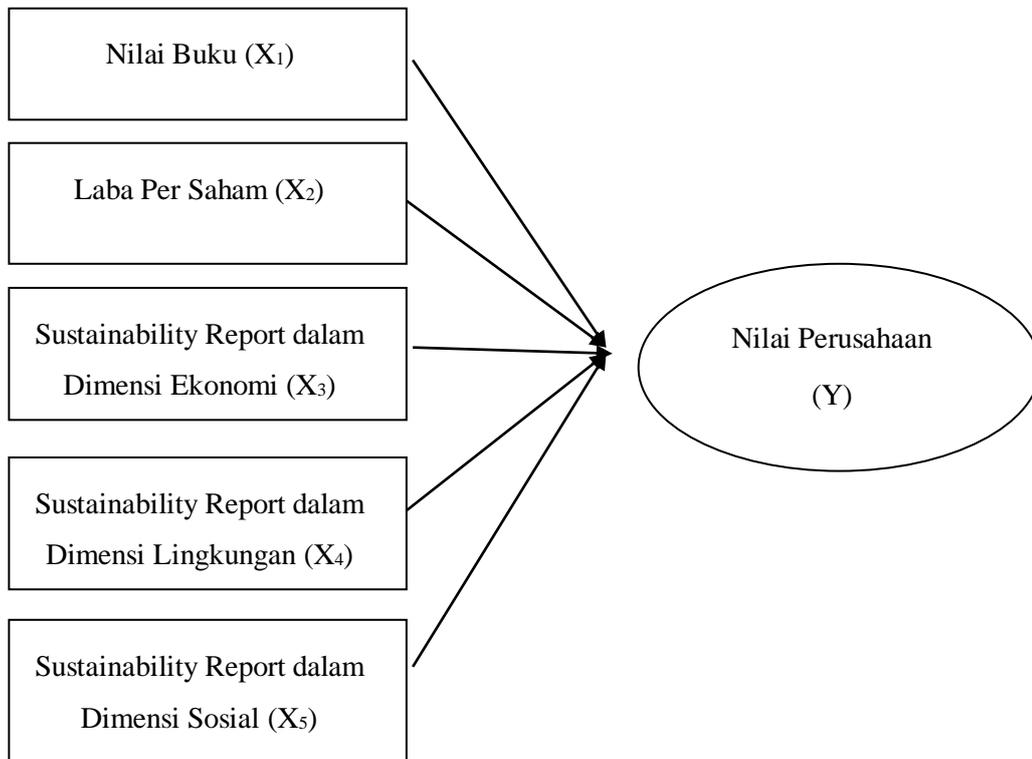
			perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa leverage dapat memediasi hubungan antara pengungkapan laporan keberlanjutan dan nilai perusahaan.
2	Siti Farhana, Yang Elvi Adelina (2019)	Relevansi Nilai Laporan Keberlanjutan Di Indonesia	<i>Sustainability reporting</i> mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat dikatakan <i>Sustainability reporting</i> memiliki informasi yang value-relevance terhadap investor untuk membuat keputus
3	Sandra Cicilia Erkanawati (2018)	Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Perioda 2011 – 2015	Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa pengungkapan kinerja ekonomi pada sustainability report memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa

			<p>pengungkapan kinerja lingkungan pada sustainability report memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa pengungkapan kinerja sosial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan dapat dikatakan apabila pengungkapan Sustainability Report tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
4	Apri Dwi Astuti, Juwenah (2017)	<p>Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability report</i> Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tergabung Dalam Lq 45 Tahun 2012-2013</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa ekonomi kinerja laporan berkelanjutan berpengaruh pada nilai perusahaan, kinerja sosial laporan berkelanjutan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan dan kinerja lingkungan yang sama</p>

			juga
5	Nanang Ari Utomo (2016)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks Lq45 Di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (Size) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan.

2.7 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini adapun kerangka pemikiran peneliti yang disampaikan dalam bentuk bagan, sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

2.8 Bangunan Hipotesis

2.8.1 Hubungan Nilai Buku terhadap Nilai Perusahaan

Nilai buku merupakan nilai saham menurut pembukuan perusahaan emiten dan nilai buku per lembar saham aktiva bersih yang dimiliki satu lembar saham. Perusahaan yang dikelola dengan baik umumnya memiliki rasio price to book value di atas satu, harga yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, salah satunya rasio penilaian yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi dengan cara membandingkan nilai saham dengan nilai buku, artinya semakin berhasil

perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham akan berdampak pula pada nilai perusahaan.

Didalam penelitian (Farhana & Adelina, 2019) menyatakan bahwa Nilai Buku berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dari Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa dengan semakin tingginya nilai buku dari suatu perusahaan maka nilai perusahaan yang diukur melalui nilai pasarnya juga akan mengalami peningkatan. Sedangkan penelitian (Permatasari, 2016) nilai buku tidak berpengaruh terhadap relevansi nilai perusahaan ini dikarenakan nilai buku suatu perusahaan akan sewaktu-waktu akan berubah apabila nilai suatu perusahaan dibawah satu maka nilai buku perusahaan tersebut bisa dibidang rendah. Nilai buku suatu perusahaan seharusnya menggambarkan suatu kondisi setiap perusahaan apabila kondisi perusahaan tersebut baik maka nilai buku per lembar saham akan meningkat sebaliknya apabila nilai buku suatu perusahaan rendah maka kondisi suatu perusahaan sedang menurun. Dari hasil uraian tersebut dapat di kembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁: Nilai Buku Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.2 Hubungan Laba Per Saham terhadap Nilai Perusahaan

Earning per share atau laba per lembar saham adalah keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya yang mampu diraih perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Sedangkan *Earning per share* menilai setiap lembar saham biasa adalah pendapatan bersih yang diperoleh. Laba persaham atau *earning per share* adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode untuk setiap lembar saham yang beredar. informasi laba per saham suatu perusahaan menunjukkan yang siap dibagikan untuk semua pemegang saham perusahaan. Semakin besar nilai laba yang didapat maka kesejahteraan pemegang saham akan semakin baik begitu pula dengan para calon pembeli saham yang semakin tertarik melihat nilai laba yang baik

artinya kinerja keuangan suatu perusahaan meningkat yang akan membuat nilai perusahaan semakin baik dan dipandang semakin maju.

Didalam penelitian (Farhana & Adelina, 2019) menyatakan bahwa *Earning* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa dengan semakin tingginya *Earning* dari suatu perusahaan maka nilai perusahaan yang diukur melalui nilai pasarnya juga akan mengalami peningkatan. Sedangkan penelitian (Elise et al., 2021) mengungkapkan bahwa laba per saham tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan berbagai faktor antara lain seperti penurunan laba suatu perusahaan dikarenakan perekonomian global yang menurun sehingga laba suatu perusahaan akan menurun pula. Laba suatu perusahaan menggambarkan pendapatan yang diperoleh oleh suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut menghasilkan laba yang besar setiap periodenya maka kinerja suatu perusahaan meningkat sehingga nilai perusahaan berkembang. Dari hasil uraian tersebut dapat di kembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₂: Laba Per Saham berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.3 Hubungan *Sustainability report* dimensi ekonomi terhadap Nilai Perusahaan

Sustainability report dimensi ekonomi adalah meningkatkan kepercayaan stakeholder dan investor yang akan meningkatkan image perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan dalam hal ini profitabilitas. Peningkatan pertumbuhan ekonomi memiliki dampak terhadap keberlanjutan lingkungan terkait dengan peningkatan produksi dan konsumsi. Perusahaan mengungkapkan kinerja ekonominya dengan tujuan memberikan informasi kepada pemegang saham bahwa perusahaan telah melakukan transparansi terkait informasi ekonomi perusahaan. Informasi yang diberikan oleh perusahaan dapat digunakan pemegang saham dan calon investor untuk membuat keputusan atau kebijakan. Dengan melaporkan kinerja ekonomi di

dalam *Sustainability reporting* maka perusahaan akan terus meningkatkan kinerja yang pada akhirnya berdampak pada laba perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Di dalam penelitian (Farhana & Adelina, 2019) variabel kinerja ekonomi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya kinerja keuangan akan meningkatkan nilai perusahaan dalam pasar bursa, para investor akan menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja ekonomi yang baik. Sedangkan penelitian (Erkanawati, 2018) menyatakan bahwa variabel kinerja ekonomi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan dampak dari lesunya perekonomian global yang dapat disebabkan banyak faktor salah satunya faktor internasional seperti minimnya permintaan serta turunnya harga suatu barang. Ekonomi suatu perusahaan seharusnya menjadi tolak ukur pihak eksternal dalam menanamkan modalnya karena keuangan yang bagus memperlihatkan kinerja keuangan yang baik dari suatu perusahaan. Dari hasil uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₃: *Sustainability report* dimensi ekonomi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.4 Hubungan *Sustainability report* dimensi lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.

Sustainability report dimensi lingkungan adalah menunjukkan sejauh mana perusahaan memberikan kepeduliannya kepada lingkungan sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di lingkungan dimana perusahaan berdiri. Perusahaan mengungkapkan kinerja lingkungan dalam *Sustainability reporting* bertujuan untuk menunjukkan kepada *stakeholder* bahwa perusahaan tidak hanya peduli pada aktivitas menghasilkan laba tetapi juga peduli terhadap kondisi lingkungan dan memiliki komitmen untuk turut serta dalam menjaga lingkungan, Kemampuan perusahaan melaporkan aktivitas kinerja lingkungan dinilai bisa meningkatkan kepercayaan *stakeholder*

kepada perusahaan yang akan mengakibatkan nilai perusahaan juga ikut meningkat.

Di dalam penelitian (Farhana & Adelina, 2019) variabel kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja ekonomi yang baik akan menjamin keberlangsungan perusahaan kedepannya tidak hanya keuntungan jangka pendek saja melainkan prospek jangka panjang juga dilihat dari pengungkapan kinerja ekonomi perusahaan. Sedangkan penelitian (Dwi Astuti & Juwenah, 2017) menyatakan bahwa variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi dalam pengungkapan kinerja lingkungan perusahaan terkait sosial masih belum menjadi informasi yang menarik bagi investor. Kinerja lingkungan suatu perusahaan seharusnya memang diungkapkan suatu perusahaan agar kepedulian akan lingkungan sekitar perusahaan berhubungan baik sehingga citra suatu perusahaan di pandang baik oleh lingkungan sekitar akan membuat nilai perusahaan berkembang. Dari hasil uraian tersebut dapat di kembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₄: *Sustainability report* dimensi lingkungan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.5 Hubungan *Sustainability report* dimensi sosial terhadap Nilai Perusahaan

Sustainability report dimensi sosial adalah pengungkapan yang menggambarkan tentang dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola. Kinerja sosial perusahaan dilakukan melalui kegiatan *corporate social responsibility* yang berhubungan dengan bagaimana memperlakukan pemangku kepentingan perusahaan (internal dan eksternal) secara etis dan bertanggungjawab. Kepedulian perusahaan dalam mengantisipasi isu-isu terkait masyarakat seperti komunitas, korupsi, kebijakan publik, anti kompetitif seperti anti trust dan monopoli akan

membuat citra perusahaan di masyarakat sekitar dipandang baik sehingga nilai suatu perusahaan akan berkembang.

Di dalam penelitian (Farhana & Adelina, 2019) variabel kinerja sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan pengungkapan kinerja sosial dapat diinterpretasikan sebagai upaya perusahaan dalam memberikan citra yang positif sehingga dapat terjalin hubungan yang bagus dengan keseluruhan masyarakat. Sedangkan penelitian (Febriyanti, 2021) menyatakan bahwa variabel kinerja sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan informasi dalam pengungkapan kinerja sosial perusahaan terkait sosial masih belum menjadi informasi yang menarik bagi investor. Pengungkapan kinerja sosial seharusnya berdampak pada nilai suatu perusahaan kerna hubungan yang baik antara masyarakat sosial dengan perusahaan akan meningkatkan nilai suatu perusahaan. Dari hasil uraian tersebut dapat di kembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₅: *Sustainability report* dimensi sosial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.