

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Dalam teori pemangku kepentingan dinyatakan bahwa perusahaan wajib memberikan manfaat serta bertanggungjawab tidak hanya untuk kepentingan sendiri tetapi juga kepada pemangku kepentingan di antaranya pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, dan masyarakat (Eng et al., 2022).

Perusahaan perlu menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingan dengan memenuhi atau mengakomodasi kebutuhan dan keinginan mereka terutama pemangku kepentingan yang memiliki kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan maka perusahaan dapat diterbitkan laporan keberlanjutan yang memiliki informasi terkait posisi dan aktivitas perusahaan terhadap aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dengan diterbitkannya laporan keberlanjutan maka kinerja perusahaan dapat dinilai secara langsung oleh pemangku kepentingan yang akan berpengaruh terhadap keputusan pemangku kepentingan dalam memberikan kontribusi pada perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membantu perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan keberlanjutan (Hörisch et al., 2020).

Dalam teori pemangku kepentingan dijelaskan bahwa keputusan bisnis harus mempertimbangkan pengungkapan serta kinerja keberlanjutan yang dapat memberikan keuntungan kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan

lainnya. Teori pemangku kepentingan juga menjelaskan bahwa perusahaan memiliki tujuan memaksimalkan nilai perusahaannya dengan meminimalkan risiko yang berkaitan dengan keberlanjutan bisnis (Eng et al., 2022).

## **2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Dalam teori legitimasi ditegaskan bahwa untuk mempertahankan eksistensi suatu perusahaan maka perusahaan tersebut harus memiliki “kontrak sosial” antara bisnis, masyarakat, serta lingkungan yang mungkin terkena dampak dari kegiatan operasional bisnis tersebut. Teori legitimasi digunakan untuk menjadi pedoman bagi suatu perusahaan yang termasuk ke dalam sebuah organisasi berkelanjutan untuk memastikan bahwa operasi bisnis yang dilakukan sesuai dengan norma serta batasan yang berlaku atau tidak. Pihak masyarakat atau publik akan menyadari eksistensi dari suatu perusahaan jika perusahaan tersebut fokus pada peningkatan operasi bisnisnya yang tentu saja harus seiring dengan kepatuhan perusahaan tersebut pada batasan serta norma yang berlaku dalam menjalankan bisnisnya, hal ini sesuai dengan teori legitimasi (Salatnaya, 2022).

Teori legitimasi menunjukkan bahwa pengungkapan keberlanjutan adalah sarana untuk bereaksi terhadap faktor lingkungan dan melegitimasi tindakan. Teori legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa bisnis beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, di mana ia setuju untuk melakukan berbagai tindakan yang diinginkan secara sosial sebagai imbalan atas persetujuan tujuannya, imbalan lain, dan kelangsungan hidup akhirnya. Hal ini memerlukan pengungkapan informasi sosial yang cukup bagi masyarakat untuk menilai apakah mereka merupakan warga

korporat yang unggul. dalam melegitimasi tindakannya melalui pengungkapan, perusahaan berharap pada akhirnya untuk membenarkan keberadaannya yang berkelanjutan (Tauringana, 2021).

Sesuai dengan teori legitimasi, untuk memastikan kelangsungan usaha yang berjangka panjang, setiap perusahaan harus menyesuaikan dan mentaati norma-norma sosial yang ada, salah satunya dengan mengungkapkan laporan keberlanjutan untuk mencerminkan kesesuaian dan ketaatannya terhadap norma sosial yang ada. Perusahaan membutuhkan legalisasi dari publik atau masyarakat salah satunya dengan memaparkan laporan keberlanjutan dengan upaya agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Perusahaan yang melaporkan informasi mengenai kegiatan operasionalnya dengan tujuan untuk memenuhi kesenjangan legitimasi dapat terjadi di antara operasi perusahaan dan harapan sosial (Swarnapali, 2020).

### **2.3 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

Untuk menghindari asimetri informasi antara pemangku kepentingan dan perusahaan, serta untuk menunjukkan akuntabilitas keuangan, sosial, dan lingkungan kinerja yang memiliki kredibilitas baik agar mampu mendapatkan respon positif dari pemangku kepentingan maka perusahaan memiliki dorongan sebagai sebuah sinyal untuk memberikan informasi keuangan maupun non-keuangan kepada investor (Salatnaya, 2022).

Teori signaling sendiri merupakan suatu gambaran dari pihak-pihak terkait untuk mencari tahu atau mengakses keberadaan informasi suatu perusahaan seperti

informasi mengenai pendapatan perusahaan serta menyampaikan informasi terbaru kepada pelaku pasar yang dapat dilihat dari perubahan volume perdagangan pada periode tertentu atau tingkat variabilitas harga sekuritas (Ghozali, 2021).

Selain itu, informasi yang dapat diberikan oleh perusahaan adalah informasi yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang tinggi sehingga mampu memberikan lebih banyak informasi kepada investor sebagai sinyal bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan lain atau pesaingnya (Ghozali, 2021).

Sinyal yang dikirimkan oleh perusahaan berupa *sustainability report disclosure*, kinerja keuangan, dan kepemilikan institusional melalui laporan tahunan dapat diterima oleh pemangku kepentingan yang tentu saja dapat memberikan informasi serta memberikan sinyal kepada investor.

#### **2.4 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat diasumsikan sebagai bentuk pencapaian suatu perusahaan yang bersumber dari kepercayaan masyarakat karena tingkat keberhasilan atau kinerja yang baik setelah melalui proses kegiatan operasional bisnis yang panjang sejak perusahaan didirikan. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya karena peningkatan nilai perusahaan akan selaras dengan meningkatnya kesejahteraan pemilik atau pemegang saham. Strategi perusahaan dalam upaya menjaga hubungannya dengan pemangku kepentingan adalah dengan mengungkapkan laporan keberlanjutan yang dapat memberikan informasi mengenai lingkungan, sosial, dan kinerja ekonomi (Salatnaya, 2022).

Harga saham yang tinggi pada suatu perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan juga dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan pada saat ini maupun prospek perusahaan di masa yang akan datang. Nilai perusahaan juga disebut sebagai nilai jual perusahaan sebagai operasi bisnis. Nilai manajemen organisasi yang menjalankan operasi bisnis pada perusahaan dapat dilihat dari kelebihan nilai jual atas nilai likuidasi, nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan serta penawaran pasar modal. Harga saham merupakan alat ukur dari nilai perusahaan yang menggunakan rasio penilaian di mana rasio ini dapat memberikan informasi tentang seberapa besar apresiasi dari masyarakat terhadap perusahaan yang membuat masyarakat tertarik untuk membeli saham yang memiliki harga yang lebih tinggi dari nilai bukunya (Yesenia, D. et al., 2021).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa pendekatan dan metode sebagai berikut:

1) *Price Earning Ratio* atau Rasio Tingkat Laba (PER)

*Price Earning Ratio* (PER) dapat dikatakan sebagai rasio untuk mengukur perbandingan antara harga saham dengan laba atau keuntungan yang didapat oleh pemegang saham. Meningkatnya PER dapat diikuti oleh meningkatnya kemungkinan perusahaan untuk berkembang yang dapat menambah nilai perusahaan (Fauziah, 2017). PER dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Labar per saham}}$$

2) *Price to Book Value* (PVB)

*Price to Book Value* (PVB) dapat digambarkan sebagai rasio dari harga saham per lembar terhadap nilai buku per lembar saham perusahaan. Aset bersih per lembar saham milik pemegang saham ditunjukkan sebagai nilai buku per saham. PVB sering digunakan perusahaan yang akan melakukan *Initial Public Offering* atau penawaran saham perdana (Fauziah, 2017).

PVB dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PVB = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Di mana:

Nilai buku per saham = total ekuitas dibagi jumlah saham beredar

3) *Market Value of Equity*

*Market Value of Equity* dapat digambarkan sebagai nilai pasar ekuitas di suatu perusahaan menurut penilaian dari para pelaku pasar. Nilai pasar ekuitas sering dijadikan nilai penentu karena dapat mewakili nilai kepemilikan investor di dalam suatu perusahaan. Nilai pasar ekuitas dapat dihitung dengan jumlah ekuitas (saham beredar) lalu dikali harga per lembar ekuitas (Dr. Samidi, 2021).

4) *Enterprise Value*

*Enterprise value* sama halnya dengan modal yang perusahaan investasikan lalu dikurangi kasnya. *Enterprise value* dapat dijadikan proksi paling komprehensif untuk nilai perusahaan karena mencakup ekuitas dan utang (Dr. Samidi, 2021).

*Enterprise Value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Enterprise Value} = \text{Equity Value} + \text{Debt} - \text{Cash}$$

##### 5) *Tobin's Q*

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Tobin's Q sebagai rasio yang diperoleh dari nilai kapitalisasi pasar perusahaan atau market capitalization yang diperoleh dari harga saham (*closing price*) dikalikan dengan jumlah saham beredar, lalu nilai kapitalisasi pasar perusahaan yang telah diperoleh dijumlahkan dengan kewajiban total perusahaan, selanjutnya dibagi dengan aset total perusahaan. Dalam menganalisis kondisi keuangan perusahaan juga dapat menggunakan Tobin's Q. besarnya nilai Tobin's Q dapat mencerminkan nilai peralatan perusahaan dan penggantian pabrik perusahaan relatif kecil, dan sebaliknya.

Tobin's Q dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{Total\ Market\ Value + Total\ Book\ Value\ of\ Liabilities}{Total\ Book\ Value\ of\ Assets}$$

Di mana:

*Total Market Value* = Nilai Kapitalisasi Pasar (*closing price* x jumlah saham beredar)

*Total Book Value of Liabilities* = Kewajiban Total

*Total Book Value of Assets* = Aset Total

Apabila Tobin's Q lebih besar dari 1 maka menunjukkan bahwa nilai pasar lebih besar dari nilai buku aset perusahaan, tentunya hal ini dapat merangsang investasi baru. Lalu apabila Tobin's Q kurang dari 1 maka menunjukkan bahwa

nilai pasarnya kurang dari nilai buku aset, hal ini dapat membuat investasi yang ada di dalam aktiva tidak menarik (Dr. Samidi, 2021).

## **2.5 Sustainability Report Disclosure**

Laporan keberlanjutan dapat digambarkan sebagai proses pengungkapan informasi perusahaan mengenai dampak seluruh kebijakan yang telah diterapkan terhadap masyarakat serta lingkungannya, selain itu juga dalam hal sosial, ekonomi, lingkungan, dan tata kelola perusahaan. *Sustainability report* dapat diklasifikasikan menjadi dimensi keuangan dan non-keuangan. Laporan keberlanjutan yang berdimensi keuangan terdiri dari indikator kinerja ekonomi, sementara untuk laporan keberlanjutan non-keuangan terdiri dari indikator sosial, lingkungan, etika, dan perusahaan. Untuk mengungkapkan indikator keuangan dalam laporan keberlanjutan maka mengungkapkan indikator non-keuangan juga sangatlah penting. Pada saat komponen dimensi keuangan dan non-keuangan saling berinteraksi maka tingkat keberhasilan perusahaan dapat diukur serta diungkapkan melalui *sustainability report* (Zimon et al., 2022).

Laporan keberlanjutan juga dapat diasumsikan sebagai sebuah pengukuran yang dilaporkan, diungkapkan, dan juga menunjukkan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak internal maupun eksternal serta akuntabilitas dari kinerja perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pembangunan berkelanjutan yang berdasarkan pada kerangka kerja atau indikator yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Tujuan dari *sustainability report* adalah untuk memberikan informasi tambahan yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan



juga sekaligus sebagai sarana untuk memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan (Salatnaya, 2022).

GRI merupakan organisasi internasional yang mengembangkan pedoman laporan keberlanjutan, prinsip-prinsip pada laporan keberlanjutan, dan bekerja untuk struktur ekonomi yang berkelanjutan. Prinsip pertama GRI pada tahun 2000, lalu untuk prinsip laporan keberlanjutan berdasarkan GRI diterbitkan dan diterapkan pada tahun 2015. Prinsip-prinsip laporan keberlanjutan berdasarkan GRI telah diterapkan pada tujuh puluh delapan persen dari 100 perusahaan teratas di setiap negara yang telah menerbitkan laporan keberlanjutan (Doğan & Kevser, 2021).

Pada *Sustainability Report* terdapat tiga kategori pada pengungkapan standar khusus yaitu kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial. *Sustainability Report Disclosure* dapat diungkapkan berdasarkan *GRI Standards*. *GRI Standards* berasal dari *Global Reporting Initiative* atau GRI yakni organisasi internasional yang mengembangkan pedoman laporan keberlanjutan, prinsip-prinsip pada laporan keberlanjutan, dan bekerja untuk struktur ekonomi yang berkelanjutan sehingga perusahaan dapat menggunakan Standar GRI (*GRI Standards*) sebagai pedoman dalam penulisan *Sustainability Report* yang telah diakui dan dimanfaatkan sebagai standar internasional (Doğan & Kevser, 2021)

Selain menggunakan *GRI Standards*, *Sustainability Report Disclosure* juga dapat diungkapkan berdasarkan POJK No. 51/POJK.03/2017, POJK No. 51/POJK.03/2017 merupakan sebuah pedoman *Sustainability Report* yang berstandarkan nasional. Item-item yang diungkapkan diantaranya Strategi

Keberlanjutan, Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan, Profil Perusahaan, Penjelasan Direksi, Tata Kelola Keberlanjutan, Kinerja Keberlanjutan, dll.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya**

No.	Judul Penelitian / Nama Peneliti / Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
1.	<i>Consequences of Corporate Sustainability Reporting: Evidence from an Emerging Market</i> (Swarnapali, 2020)	Y = Nilai Perusahaan X = Sustainability Report Disclosure	<i>Sustainability Report Disclosure</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini juga dijelaskan bahwa secara spesifik aspek ekonomi pada <i>sustainability report disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2.	<i>Comparing the Informativeness of Sustainability Disclosures versus Sustainability Disclosure Ratings</i> (Eng et al., 2022)	Y = Nilai Perusahaan X = Sustainability Report Disclosure	<i>Sustainability Report Disclosure</i> yang memiliki kualitas lebih tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan (bila disesuaikan dengan indikator metrik). Sementara pengungkapan <i>sustainability report disclosure</i> yang memiliki kualitas lebih tinggi akan menurunkan nilai perusahaan (jika menggunakan indikator boilerplate).
3.	<i>The Value Relevance of Sustainability Reporting: Does Assurance and the Type of Assurer Matter?</i> (Thompson et al., 2022)	Y = Nilai Perusahaan X1 = Sustainability Report Disclosure X2 = Jaminan Keberlanjutan X3 = Jenis Penjamin	Hubungan positif yang signifikan ditemukan antara <i>Sustainability Report Disclosure</i> dan nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa jaminan keberlanjutan

No.	Judul Penelitian / Nama Peneliti / Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
			memiliki kekuatan penjelas yang signifikan pada nilai perusahaan.
4.	<i>Sustainability Reporting and Corporate Reputation: The Moderating Effect of CEO Opportunistic Behavior</i> (Zimon et al., 2022)	Y = Nilai Perusahaan  X1 = Aspek Ekonomi pada <i>Sustainability Report Disclosure</i> X2 = Aspek Lingkungan pada <i>Sustainability Report Disclosure</i> X3 = Aspek Sosial pada <i>Sustainability Report Disclosure</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>sustainability report disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menyatakan secara rinci bahwa aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial pada <i>sustainability report disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5.	<i>Sustainability Reporting and Company's Value</i> (Salatnaya, 2022)	Y = Nilai Perusahaan  X = <i>Sustainability Report</i>	<i>Sustainability report disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan oleh perusahaan menurunkan nilai perusahaan karena perusahaan masih melaporkan <i>sustainability report</i> secara sukarela dan lebih fokus kepada laporan keuangan, perusahaan masih kurang memperhatikan faktor-faktor lain seperti faktor ekonomi, sosial dan lingkungan
6.	<i>The Impact of Sustainability (Environmental, Social, and Governance) Disclosure and Board Diversity on Firm Value: The</i>	Y = Nilai Perusahaan  X = <i>Sustainability Report Disclosure</i> X1 = Aspek sosial pada <i>sustainability report disclosure</i>	<i>Sustainability Report Disclosure</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini juga dijelaskan bahwa secara spesifik aspek sosial dan lingkungan pada

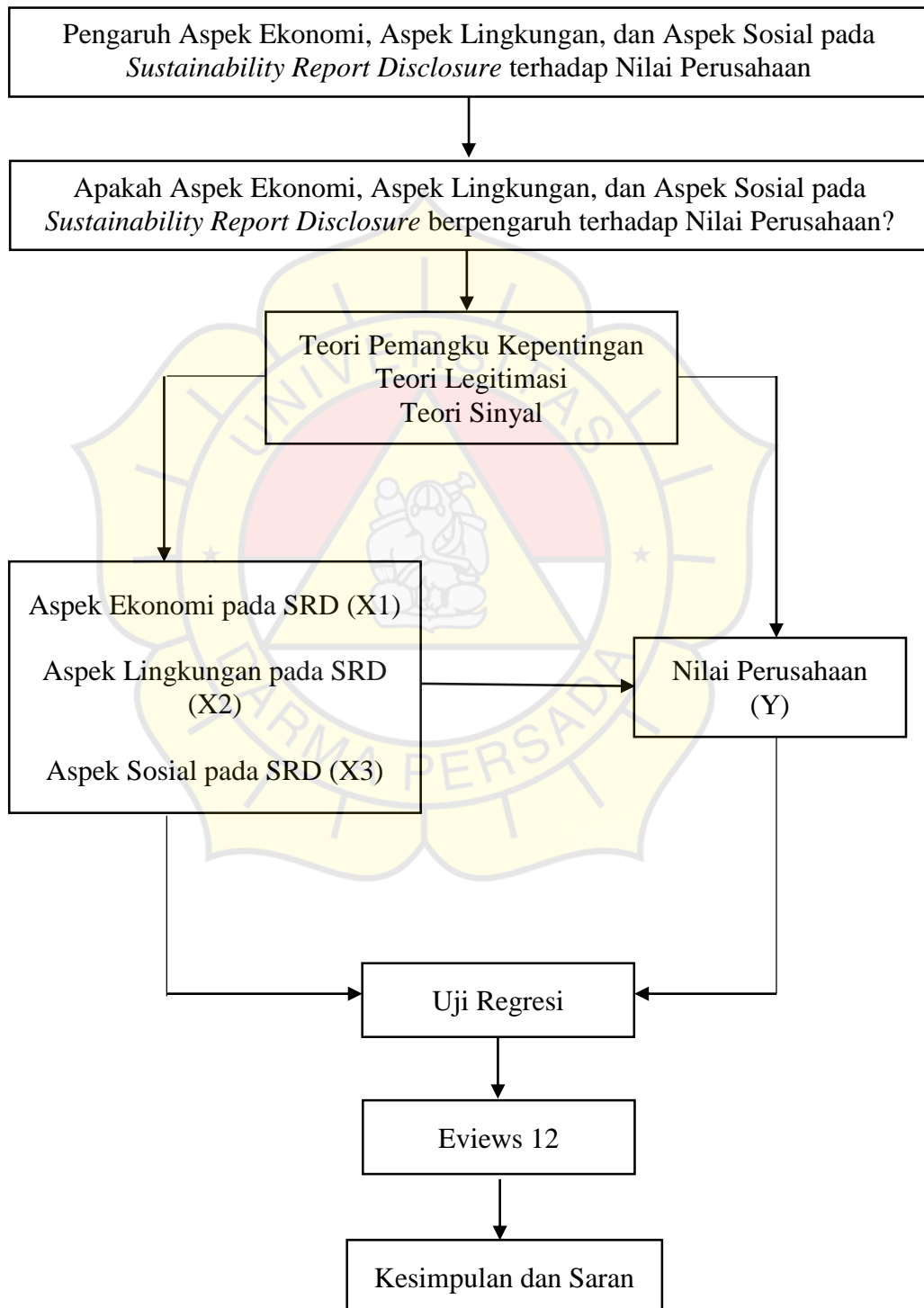
No.	Judul Penelitian / Nama Peneliti / Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
	<i>Moderating Role of Industry Sensitivity</i> (Qureshi et al., 2020)	X2 = Aspek lingkungan pada <i>sustainability report disclosure</i>	<i>sustainability report disclosure</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karena meningkatnya pengungkapan sosial dan lingkungan pada <i>sustainability report disclosure</i> diikuti juga dengan meningkatnya nilai perusahaan-perusahaan di Eropa
7.	<i>The Analysis of Sustainability Report and Its Effects on Company Performance and Company Value</i> (Kartikadevi, 2021)	Y1 = Nilai Perusahaan Y2 = Kinerja Perusahaan X1 = Aspek Ekonomi pada <i>Sustainability Report Disclosure</i> X2 = Aspek Lingkungan pada <i>Sustainability Report Disclosure</i> X3 = Aspek Sosial pada <i>Sustainability Report Disclosure</i>	Aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial pada <i>sustainability report disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

## 2.7 Kerangka Pemikiran

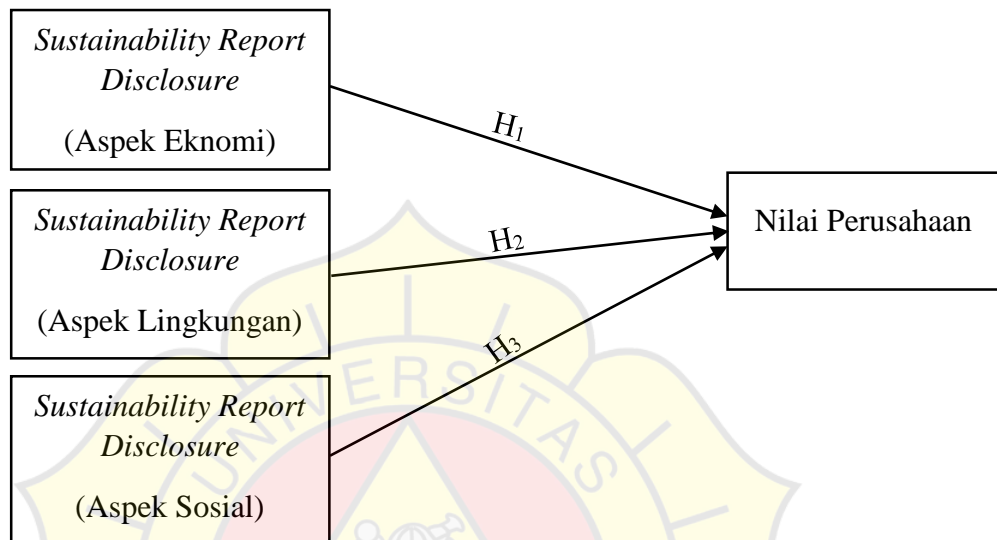
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

### Kerangka Pemikiran



Model Variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan model sebagai berikut:

**Gambar 2.2 Model Penelitian**



## 2.8 Hipotesis Penelitian

### 2.8.1 Pengaruh Aspek Ekonomi pada *Sustainability Report Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori pemangku kepentingan, jika perusahaan ingin memiliki hubungan yang baik antara perusahaan dan pemangku kepentingan maka perusahaan harus melakukan, memenuhi atau mengakomodasi kebutuhan atau keinginan para pemangku kepentingan yang salah satunya adalah menerbitkan laporan keberlanjutan yang baik sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan hal ini dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Salatnaya, 2022).

Aspek ekonomi merupakan salah satu aspek yang diungkapkan pada *sustainability report* yang dinilai memiliki pengaruh positif terhadap nilai

perusahaan karena hal tersebut merupakan strategi peningkatan nilai perusahaan secara efektif sehingga dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memikirkan keberlanjutan pada bisnisnya yakni dengan memperhatikan aspek-aspek yang diungkapkan pada *sustainability report* salah satunya aspek ekonomi sehingga dapat sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan (Swarnapali, 2020) dan (Eng et al., 2022). Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zimon (2022) yang menyatakan bahwa aspek ekonomi pada laporan keberlanjutan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Salatnaya (2022) menyatakan bahwa aspek ekonomi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan mengungkapkan *Sustainability Report Disclosure* secara suka rela dan kurang memperhatikan aspek-aspek pada pengungkapan *Sustainability Report* sehingga hal tersebut menurunkan tingkat kepercayaan pemangku kepentingan karena melihat adanya indikasi yakni ketidakpastian pada keberlangsungan usaha perusahaan yang membuat penurunan pada nilai perusahaan.

Tetapi penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang Kartikadevi (2021) yang menyatakan bahwa aspek ekonomi pada *sustainability report disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan belum dapat mengungkapkan laporan keberlanjutan secara tepat kepada investor sehingga investor akan memiliki persepsi bahwa harga saham yang dimiliki perusahaan akan sama antara perusahaan yang sedikit banyak mengungkapkan aspek-aspek dalam laporan keberlanjutan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan. Dengan demikian aspek ekonomi pada *Sustainability Reort Disclosure* tidak berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian teori serta hasil dari penelitian terdahulu maka didapatkan hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu:

H<sub>1</sub> : Aspek ekonomi pada *sustainability report disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### **2.8.2 Pengaruh Aspek Lingkungan pada *Sustainability Report Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan teori legitimasi perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap seluruh pihak yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, informasi yang terdapat pada *sustainability report* dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan investor menggunakannya dalam menilai perusahaan. Apabila perusahaan memperhatikan kepentingan dari seluruh pemangku kepentingan, hal tersebut dapat berpengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan (Thompson et al., 2022).

Aspek lingkungan pada *sustainability report disclosure* dinilai memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan karena pihak manajer pada suatu perusahaan memiliki keinginan untuk terlibat dalam aktivitas yang berhubungan dengan lingkungan, hal tersebut dapat membangun kepercayaan investor sehingga investor dapat menginvestasikan dananya pada perusahaan. Dengan demikian laporan keberlanjutan yang menuat aspek lingkungan yang baik dapat membangun citra positif perusahaan dan kinerja perusahaan yang dapat diikuti dengan meningkatnya harga saham yang mempengaruhi nilai perusahaan (Zimon et al., 2022), (Eng et al., 2022), dan (Qureshi et al., 2020). Sementara hasil penelitian yang dilakukan Salatnaya (2022) menyatakan bahwa aspek lingkungan yang



terdapat dalam *sustainability report disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena masih banyak perusahaan masih kurang peduli dengan faktor-faktor lain salah satunya faktor lingkungan sehingga pengungkapan aspek lingkungan pada *Sustainability Report* pun kurang diperhatikan (Salatnaya, 2022).

Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Kartikadevi (2021) menyatakan sebaliknya yaitu aspek lingkungan pada *Sustainability Report Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena aspek-aspek pada laporan keberlanjutan salah satunya aspek lingkungan tidak berhubungan dengan minat investor sehingga hal tersebut tidak berdampak pada harga saham yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan serta cukup banyak investor yang lebih tertarik dengan harga saham perusahaan yang memiliki keuntungan yang diharapkan tanpa memperhatikan pengungkapan pada laporan keberlanjutan.

Berdasarkan teori dan hasil dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas maka didapat hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu:

H<sub>2</sub> : Aspek lingkungan pada *sustainability report disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### **2.8.3 Pengaruh Aspek Sosial pada *Sustainability Report Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan**

Sesuai dengan teori legitimasi, setiap perusahaan wajib menyesuaikan serta menaati norma-norma sosial dalam memastikan eksistensi perusahaan yang berjangka panjang, sehingga perusahaan perlu menerbitkan laporan keberlanjutan yang dapat menunjukkan ketaatan perusahaan terhadap norma-norma sosial. Di samping itu, orientasi pemangku kepentingan membuat perusahaan memiliki

tanggung jawab yang lebih besar atas kegiatan operasionalnya yang berdampak pada keberlanjutan perusahaan sehingga perusahaan perlu menerbitkan laporan keberlanjutan yang dinilai dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Swarnapali, 2020).

Aspek sosial pada *Sustainability report disclosure* dinilai dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan karena secara keseluruhan laporan keberlanjutan yang baik yakni dengan memperhatikan seluruh aspek-aspek yang diungkapkan dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi, hal tersebut tentu saja dapat meningkatkan nilai perusahaan (Eng et al., 2022), (Zimon et al., 2022) dan (Qureshi et al., 2020). Sementara terdapat penelitian yang menyatakan bahwa aspek sosial yang terdapat dalam *sustainability report disclosure* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan masih melaporkan *sustainability report* secara sukarela atau bisa dikatakan kurang memperhatikan faktor lain seperti faktor sosial karena mereka lebih fokus pada laporan keuangan (Salatnaya, 2022).

Berkebalikan dengan hasil penelitian Kartikadevi (2021) yang menyatakan bahwa aspek sosial pada *Sustainability Report Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pengungkapan aspek sosial dinilai tidak berhubungan dengan minat investor karena aspek tersebut berfokus pada hubungan langsung antara perusahaan dengan pemangku kepentingan, sementara pemangku kepentingan berlaku sebagai sudut pandang investor yang dapat membantu perusahaan dengan menginvestasikan dananya pada perusahaan.

Berdasarkan uraian teori serta hasil dari penelitian terdahulu maka didapatkan hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu:

H<sub>3</sub> : Aspek sosial pada *sustainability report disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

