

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Stakeholders*

Menurut Hadi, (2018) *stakeholders* adalah seluruh pihak internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi baik secara langsung ataupun tidak langsung oleh perusahaan. Teori *stakeholders* mengungkapkan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan lainnya, termasuk karyawan, pelanggan, investor, dan masyarakat umum (Buallay, 2019). Teori ini beranggapan bahwa pemangku kepentingan beraneka ragam dan setiap pemangku kepentingan mempunyai harapan mereka sendiri atas aktivitas bisnis dan akuntabilitas yang diharapkan akan dipenuhi oleh perusahaan (Buallay *et al.*, 2020).

Pada penelitian ini pemangku kepentingan meliputi investor, nasabah atau pelanggan, karyawan dan masyarakat sekitar mempunyai harapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Investor menginginkan pengembalian yang tinggi dari investasinya dan citra yang baik. Menginginkan pengembalian yang tinggi juga menjadi harapan nasabah disamping itu memperoleh produk yang berorientasi pada masalah sosial, keamanan akan produk dan jasa, serta pelayanan yang baik merupakan hal yang dituntut nasabah. Sementara itu, karyawan mengharapkan adanya tata kelola yang baik seperti transparansi dan akuntabilitas, selanjutnya hak asasi manusia seperti

memberikan lingkungan kerja yang sehat dan aman bagi karyawan juga diharapkan oleh karyawan (Ersoy *et al.*, 2022). Selain itu masyarakat juga menuntut adanya tanggung jawab perusahaan atas dampak dari aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masalah sosial yang terjadi (Buallay *et al.*, 2020).

Adanya perbedaan tuntutan dan harapan dari berbagai pemangku kepentingan membuat perusahaan harus menemukan cara untuk memenuhi semua harapan para pemangku kepentingan. Pengungkapan keberlanjutan perusahaan merupakan salah satu cara yang tepat untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan, karena dianggap memiliki nilai luar biasa bagi pemangku kepentingan (Al Amosh *et al.*, 2022). *Stakeholders* menggunakan pengukuran LST berdasarkan informasi yang dijabarkan dalam laporan keberlanjutan untuk menilai komitmen keberlanjutan yang dijalankan oleh perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020).

Pemahaman pemangku kepentingan tentang LST merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kinerja perusahaan, mendorong perusahaan untuk mengejar kepentingan LST tersebut melalui pengungkapan publik. Lingkungan, sosial, dan tata kelola dinilai sebagai usaha perusahaan untuk memenuhi desakan para pemangku kepentingan. Tata kelola berkelanjutan merupakan bagian yang terkait dengan LST, serta tanggung jawab sosial perusahaan (Saygili *et al.*, 2022). Maka dari itu perusahaan tidak hanya dilandaskan pada memaksimalkan keuntungan, tetapi juga mengoptimalkan nilai keberlanjutan perusahaan (Buallay, 2019).

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan perspektif seorang investor akan tingkat keberhasilan manajer perusahaan dalam mengolah sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya dan sering dihubungkan dengan harga saham (Indrarini, 2019). Memaksimalkan nilai adalah tujuan utama dari setiap perusahaan. Konsep nilai tersebut mengacu pada nilai pemegang saham yang mewakili harga saham perusahaan. Nilai perusahaan atau harga saham mempunyai peran sangat penting bagi suatu perusahaan, yaitu menjadi penentu paling penting dari keputusan investasi bagi investor pasar saham yang akan berdampak pada kesejahteraan pemegang saham (Ersoy *et al.*, 2022). Perusahaan besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih baik, hal ini dikarenakan perusahaan memiliki sumber daya yang lebih banyak dan efisiensi yang lebih tinggi (Albitar *et al.*, 2020).

Peningkatan nilai perusahaan adalah hasil dari perilaku etis dan bertanggung jawab perusahaan yang ditunjukkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kontribusi masyarakat dibutuhkan untuk meningkatkan nilai perusahaan guna memaksimalkan laba perusahaan tetapi perusahaan tidak boleh mengorbankan kualitas produk dan memberikan efek yang negatif bagi kesehatan (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021). Menurut Albitar *et al.*, (2020) inovasi dan pemikiran perusahaan mengenai pengembangan berkelanjutan dan masa depan dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan hal tersebut membantu perusahaan untuk mempertahankan atau memperluas basis pemangku kepentingannya.

Pada perusahaan perbankan, bank yang memiliki kapitalisasi yang lebih tinggi cenderung memiliki nilai pasar yang tinggi. Selanjutnya bank yang lebih besar memungkinkan memiliki kekuatan pasar yang lebih besar, dan mendapatkan keuntungan dari diversifikasi pendapatan serta dengan mudah dapat mengakses pasar modal untuk kebutuhan modalnya (Ersoy *et al.*, 2022). Sistem perbankan yang dinamis dan kompetitif membuat bank yang kuat, efisien secara teknis, dan menguntungkan memiliki nilai pasar dan kinerja yang lebih baik sehingga dapat menjanjikan pengembalian yang realistis kepada pemangku kepentingannya (Eyasu & Arefayne, 2020).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur nilai pasar perusahaan dengan nilai pasar dari jumlah utang dan saham yang beredar terhadap biaya penggantian aset perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020). Nilai ideal TQ adalah 1, jika TQ lebih besar dari 1 perusahaan dianggap menarik bagi investor potensial karena laba melebihi biaya aset. Sebaliknya jika kurang dari 1 berarti bank lebih baik menjual sebagian asetnya (Bätae *et al.*, 2021).

2.3 Laporan Keberlanjutan

Keberlanjutan merupakan usaha perusahaan yang dalam menjalankan aktivitasnya tetap memperhatikan keberlanjutan sumber daya untuk masa yang akan datang. Keberlanjutan (*sustainability*) memuat konsep *triple buttom line*, dimana konsep tersebut berfokus pada *profit*, *people*, dan *planet* (3p). Konsep 3P diperkenalkan

oleh Elkington (1997). Konsep tersebut memiliki arti bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan (*profit*) tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta berperan aktif dalam pelestarian lingkungan (*planet*).

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan laporan yang diterbitkan perusahaan terkait dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas sehari-hari perusahaan (GRI G4, 2016). Selain itu menurut peraturan POJK nomor 51/POJK.03/2017, laporan keberlanjutan merupakan laporan yang dipublikasikan kepada masyarakat dengan isi terkait kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup juga tata kelola suatu LJK, Emiten, dan Perusahaan Publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan POJK nomor 51/POJK.03/2017 yang merupakan pedoman yang digunakan oleh sektor perbankan di Indonesia. POJK nomor 51/POJK.03/2017 adalah peraturan yang dikeluarkan untuk mewajibkan lembaga jasa keuangan, lembaga keuangan lainnya, emiten dan juga perusahaan publik dalam menerbitkan laporan keberlanjutan. Adapun aspek laporan keberlanjutan terdiri dari aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang berkelanjutan.

2.4 Pengungkapan Lingkungan

Masalah lingkungan seperti perubahan iklim dan pemanasan global merupakan salah satu masalah yang paling menantang di dunia. Masalah ini dapat mempengaruhi kinerja masa depan perusahaan, bahkan planet ini secara keseluruhan. Kesadaran publik akan isu global ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan peraturan

lingkungan dan mengungkapkan informasi terkait komitmen perusahaan terhadap isu vital ini (Alareeni & Hamdan, 2020). Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pengungkapan lingkungan merupakan istilah yang digunakan perusahaan atau organisasi untuk mengungkapkan informasi mengenai lingkungan, seperti dampak aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan, tanggung jawab perusahaan, kebijakan yang ditetapkan perusahaan, dan strategi perusahaan.

Tanggung jawab lingkungan bermakna bahwa perusahaan harus menerima beban lingkungan akibat operasional bisnisnya, dan berkomitmen untuk menghasilkan barang dan jasa yang ramah lingkungan. Pengungkapan lingkungan berfokus pada nilai jangka panjang yang memungkinkan perusahaan untuk menjaga kelestarian sumber daya yang digunakan agar sumber daya dapat dinikmati di masa depan (Melinda & Wardhani, 2020). Investor dan tekanan konsumen memiliki peran penting dalam membentuk kinerja lingkungan perusahaan yang mengarah pada memaksimalkan nilai pasar perusahaan (Al Amosh *et al.*, 2022). Perusahaan yang telah melakukan aktivitas lingkungan dengan baik secara sukarela akan mengungkapkan kinerja lingkungannya kepada publik, pengungkapan dilakukan karena akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Melinda & Wardhani, 2020).

Pengungkapan lingkungan seringkali dapat memberikan peningkatan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang dengan mendorong mereka untuk berkonsentrasi pada penurunan biaya produksi dan peningkatan kepuasan konsumen dan penjualan. Pengungkapan lingkungan dianggap dapat menjadi *win-win solution* bagi perusahaan maupun masyarakat. Pengungkapan lingkungan dengan peraturan

yang ketat menghasilkan lebih banyak persaingan dan memotivasi efisiensi dan inovasi. Melalui peraturan lingkungan dan komitmen terhadap masalah lingkungan, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya (Alareeni & Hamdan, 2020).

Perusahaan perbankan terlibat langsung dalam tindakan perlindungan lingkungan baik di dalam maupun terhadap mitra bisnis dan klien mereka. Pengembangan sistem manajemen lingkungan secara komprehensif dapat mengarah pada penerapan strategi lingkungan untuk penggunaan internal maupun berpihak pada peminjam dan pelanggan lainnya. Dengan demikian komitmen bank kepada lingkungan dapat diperiksa melalui tiga perspektif, yaitu mendanai proyek yang ramah lingkungan, mengurangi risiko meminjamkan dana ke industri kotor, dan penggunaan sumber daya yang efisien di dalam bank itu sendiri (Menicucci & Paolucci, 2022).

Faktor yang membuat perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan adalah meningkatnya permintaan para pemangku kepentingan mengenai informasi kinerja lingkungan perusahaan (Alareeni & Hamdan, 2020). Pengungkapan lingkungan mengacu pada dampak bisnis dalam istilah moneter dan non-moneter yang dapat diukur dengan berbagai indikator seperti emisi karbon tidak langsung, konsumsi energi, limbah daur ulang, dan pengeluaran lingkungan lainnya yang terkait langsung dengan operasional perusahaan (Bätae *et al.*, 2021).

Adapun yang termasuk ke dalam item kategori lingkungan yang harus diungkapkan menurut POJK Nomor 51/POJK 03/2017, sebagai berikut :

Tabel 2.1

Indikator Lingkungan menurut POJK Nomor 51/POJK.03/2017

KATEGORI LINGKUNGAN	
Umum	
EN1	Biaya Lingkungan Hidup
Aspek Material	
EN2	Penggunaan material yang ramah lingkungan
Aspek Energi	
EN3	Jumlah dan Intensitas energi yang digunakan
EN4	Upaya dan pencapaian efisiensi energi dan penggunaan energi terbarukan
Aspek Air	
EN5	Penggunaan air
Aspek Keanekaragaman Hayati	
EN6	Dampak dari wilayah operasional yang dekat atau berada di daerah konservasi atau memiliki keanekaragaman hayati
EN7	Usaha konservasi keanekaragaman hayati
Aspek Emisi	
EN8	Jumlah dan Intensitas emisi yang dihasilkan berdasarkan jenisnya
EN9	Upaya dan pencapaian pengurangan emisi yang dilakukan
Aspek Limbah dan Efluen	
EN10	Jumlah limbah dan efluen yang dihasilkan berdasarkan jenis
EN11	Mekanisme pengelolaan limbah dan efluen
EN12	Tumpahan yang terjadi (jika ada)
Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup	

KATEGORI LINGKUNGAN	
EN13	Jumlah dan materi pengaduan lingkungan hidup yang diterima dan diselesaikan

Sumber : POJK Nomor 51/POJK.03/2017

2.5 Pengungkapan Sosial

Pengungkapan sosial merupakan salah satu aspek informasi non-keuangan yang berkaitan dengan reputasi perusahaan yang dinilai masyarakat terkait lingkungan serta karyawan perusahaan. Kepedulian perusahaan terhadap hubungan bermasyarakat serta transparansi tanggung jawab demi kelangsungan usaha perusahaan dimasa depan merupakan wujud dari pengungkapan tanggung jawab sosial (Alareeni & Hamdan, 2020). Pengungkapan sosial berfokus pada keterlibatan pemangku kepentingan perusahaan, kemitraan lintas sektor, dan pengembangan masyarakat. Pengungkapan keberlanjutan ini menjadi aspek penting dari transparansi perusahaan dan upayanya dalam memenuhi harapan pemangku kepentingan (Bätae *et al.*, 2021).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki peran dalam menentukan keputusan investasi para calon investor, dan dengan demikian pengungkapan akan meningkatkan kemungkinan menarik lebih banyak perhatian investor yang berkontribusi untuk meningkatkan nilai pasar perusahaan. Komitmen perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial diwujudkan dalam bentuk berkontribusi mengenai permasalahan sosial di masyarakat atau lingkungan dalam

jangka panjang sehingga akan menciptakan lingkungan yang lebih baik (Al Amosh *et al.*, 2022).

Reputasi tanggung jawab sosial perusahaan yang positif dapat mengurangi reaksi pasar yang negatif terhadap skandal perusahaan dan perilaku buruk eksekutif, guncangan ekonomi makro yang merugikan seperti krisis keuangan tahun 2008 atau peristiwa khusus perusahaan. Pengungkapan bisnis yang bertanggung jawab secara sosial akan membangun reputasi tanggung jawab sosial perusahaan yang kuat dan berdampak pada terciptanya itikad baik di antara para pemangku kepentingan baik internal ataupun eksternal (Buallay *et al.*, 2020).

Perusahaan berpendapat bahwa komitmennya terhadap pengungkapan sosial tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat saja tetapi juga meningkatkan daya saing mereka (Buallay *et al.*, 2020). Pengungkapan sosial juga memberikan berbagai manfaat lainnya bagi perusahaan seperti mempengaruhi reputasi perusahaan, kepuasan pelanggan, dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Alareeni & Hamdan, 2020).

Pada sektor perbankan pengungkapan sosial memiliki dua sisi, yaitu memiliki efek langsung pada pegawai bank, masyarakat dan nasabah, serta efek tidak langsung melalui realisasi proyek dan aktivitas oleh para pengusaha, organisasi, dan lembaga yang menjadi nasabah bank. Tanggung jawab sosial dapat membantu bank untuk membedakan dirinya dari pesaing dan meningkatkan persepsi publik terhadap aktivitasnya. Untuk menjaga reputasi yang baik sektor jasa keuangan mengandalkan kepercayaan dan peluang bisnis yang berkelanjutan (Bätae *et al.*, 2021).

Kegiatan sosial harus diungkapkan secara formal dan informal untuk memberi tahu investor dan pemangku kepentingan lainnya tentang program tanggung jawab sosial perusahaan (Buallay *et al.*, 2020). Adapun aspek pengungkapan sosial yang penting bagi pemangku kepentingan meliputi informasi sosial perusahaan seperti kesetaraan gender, hak asasi manusia, prinsip perdagangan yang adil, rasio pergantian karyawan, keragaman di tempat kerja, jumlah karyawan, kontribusi kepada masyarakat (Alareeni & Hamdan, 2020).

Adapun yang termasuk ke dalam item kategori sosial yang harus diungkapkan menurut POJK Nomor 51/POJK 03/2017, sebagai berikut :

Tabel 2.2
Indikator Sosial menurut POJK Nomor 51/POJK 03/2017

KATEGORI SOSIAL	
SO1	Komitmen untuk memberikan layanan atas produk dan/atau jasa yang setara kepada konsumen
Aspek Ketenagakerjaan	
SO2	Kesetaraan Kesempatan Bekerja
SO3	Jumlah karyawan yang dibagi menurut jenis kelamin, jabatan, usia, Pendidikan dan status ketenagakerjaan
SO4	Tenaga kerja anak dan tenaga kerja paksa
SO5	Upah minimum regional
SO6	Lingkungan bekerja yang layak dan aman
SO7	Pelatihan dan pengembangan kemampuan pegawai
Aspek Masyarakat	

KATEGORI SOSIAL	
SO8	Dampak operasi terhadap masyarakat sekitar
SO9	Pengaduan Masyarakat
SO10	Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL)
SO11	Survei kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau Jasa Keuangan Berlanjutan

Sumber : POJK Nomor 51/POJK.03/2017

2.6 Pengungkapan Tata Kelola

Pengungkapan tata kelola menggambarkan tata kelola perusahaan yang telah dilaksanakan dengan baik sebagai transparansi tanggung jawab perusahaan untuk kelangsungan usaha di masa mendatang (Alareeni & Hamdan, 2020). Tata kelola perusahaan atau *governance* merupakan prosedur, sistem, pola hubungan, dan struktur yang diterapkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesuksesan bisnis dan akuntabilitas perusahaan dengan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan berdasarkan norma dan aturan yang berlaku. Tata kelola bertujuan untuk memberi nilai tambah bagi para pemangku kepentingan dalam perusahaan seperti manajemen, dewan komisaris, kreditur investor, karyawan, masyarakat, serta pihak lain yang berkepentingan (Yuliusman & Kusuma, 2020).

Skandal perusahaan dan penipuan akuntansi dianggap sebagai penyebab utama gejala keuangan global. Tata kelola perusahaan yang kuat sangat penting untuk operasi perusahaan di masa depan dan menjunjung tinggi kinerja dan pertumbuhan keuangan yang stabil. Sebaliknya tata kelola perusahaan yang lemah dan kelalaian

manajer puncak dalam operasi perusahaan akan membahayakan profitabilitas perusahaan dan menciptakan volatilitas harga saham (Shakil *et al.*, 2019).

Tata kelola yang lebih baik pada industri perbankan akan meningkatkan kinerja bank karena dalam industri perbankan, pengungkapan tata kelola perusahaan yang lebih baik diperlukan untuk menghilangkan konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (Ersoy *et al.*, 2022). Tata kelola perusahaan yang baik juga mampu menurunkan biaya modal bank dan mempengaruhi kinerja keuangan bank. Regulator memainkan peran penting dengan memberikan tekanan pada lembaga perbankan untuk menerapkan struktur tata kelola perusahaan yang efisien dan aman mengingat bank merupakan bisnis yang kompleks dengan lingkungan peraturan yang ketat (Menicucci & Paolucci, 2022).

Aspek pengungkapan tata kelola perusahaan meliputi informasi mengenai struktur tata kelola perusahaan seperti, perlindungan pemegang saham, independensi dewan, penyuapan, dan korupsi (Alareeni & Hamdan, 2020). Adapun menurut Albitar *et al.*, (2020) isu yang berkaitan dengan tata kelola seperti struktur kepemilikan, hak pemegang saham minoritas, transparansi, kualitas pengungkapan perusahaan, dan independensi dewan.

Pada pengambilan keputusan investasi, investor menjadikan pengungkapan LST sebagai salah satu tolak ukur, maka dari itu meningkatnya pengungkapan LST dapat membantu perusahaan untuk memperoleh modal dan mempertahankan kepercayaan *stakeholders* (Alareeni & Hamdan, 2020). Pengungkapan LST diukur dengan menggunakan standar yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI)

atau GRI-G4 *Guideline*, POJK Nomor 51 tahun 2017, FTSE4Good, MSCI, dan Bloomberg (Buallay *et al.*, 2020).

Adapun yang termasuk ke dalam item kategori tata kelola yang harus diungkapkan menurut POJK Nomor 51/POJK 03/2017, sebagai berikut :

Tabel 2.3

Indikator Tata Kelola menurut POJK Nomor 51/POJK 03/2017

KATEGORI TATA KELOLA	
GOV1	Penjelasan Strategi Keberlanjutan
GOV2	Visi, misi, dan nilai keberlanjutan LJK, emiten dan perusahaan publik
GOV3	Nama, alamat, nomor telepon, nomor faksimil, alamat surat elektronik (e-mail), dan situs web LJK, emiten dan perusahaan public
GOV4	Skala usaha bank LJK, emiten dan perusahaan publik secara singkat
GOV5	Penjelasan singkat mengenai produk, layanan, dan kegiatan usaha yang dijalankan
GOV6	Keanggotaan pada asosiasi
GOV7	Perubahan LJK, emiten dan perusahaan publik yang bersifat signifikan
GOV8	Penjelasan singkat terkait kebijakan LJK, emiten, dan perusahaan publik untuk merespon tantangan dalam penerapan strategi keberlanjutan, serta upaya membangun budaya keberlanjutan di internal bank untuk mendukung pencapaian kinerja keberlanjutan secara konsisten dan berkelanjutan
GOV9	Penjelasan singkat terkait penerapan keuangan berkelanjutan
GOV10	Penjelasan singkat mengenai strategi pencapaian target
GOV11	Penanggung jawab penerapan keuangan berkelanjutan

KATEGORI TATA KELOLA	
GOV12	Pengembangan kompetensi terkait keuangan berkelanjutan
GOV13	Penilaian risiko atas penerapan keuangan berkelanjutan
GOV14	Keterlibatan pemangku kepentingan berdasarkan hasil <i>assessment</i> manajemen
GOV15	Pendekatan yang digunakan bank dalam melibatkan pemangku kepentingan dalam penerapan keuangan berkelanjutan
GOV16	Permasalahan yang dihadapi, perkembangan, dan pengaruh terhadap penerapan keuangan berkelanjutan

Sumber : POJK Nomor 51/POJK.03/2017

2.7 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dibanding para pesaingnya yang diukur dengan perbedaan keuntungan ekonomi yang diperoleh perusahaan dengan pesaingnya (Saurabh, 2019). Perusahaan yang dapat mewujudkan nilai unggul pada produknya dibanding pesaingnya, secara otomatis akan memperoleh manfaat, seperti reputasi perusahaan yang baik, loyalitas konsumen, dan ketika perusahaan dapat meningkatkan penjualannya maka peluang perusahaan untuk menghasilkan keuntungan akan lebih besar juga (Eyasu & Arefayne, 2020).

Reputasi perusahaan memungkinkan perusahaan untuk menarik pelanggan. Pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan akan menciptakan reputasi yang baik, pertumbuhan penjualan yang tinggi, keunggulan kompetitif yang lebih tinggi, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan

merupakan komponen utama keunggulan kompetitif. Reputasi perusahaan berdampak positif terhadap keunggulan kompetitif dengan berhasil membedakannya dari pesaing (Eyasu & Arefayne, 2020).

Keunggulan kompetitif merupakan karakteristik, atau kapasitas organisasi yang sulit ditiru atau dilampaui dan memberikan posisi jangka panjang yang lebih baik dan ideal atas pesaing (Eyasu & Arefayne, 2020). Menurut Bilgies, (2017) terdapat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keunggulan kompetitif, yaitu harga kompetitif yang merupakan kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga dipasaran, keunikan produk dimana nilai seni dengan selera pelanggan terdapat dalam produk tersebut, serta tidak mudah digantikan.

Keunggulan kompetitif perusahaan dikaitkan dengan ketahanan yang lebih kuat terhadap guncangan eksternal, karena guncangan eksternal tersebut lebih mudah diteruskan ke konsumen atau pesaing sehingga akan mengurangi volatilitas arus kas. Dimana guncangan tersebut dihadapi melalui efek lindung nilai dan efek ketidakpastian. Efek lindung nilai perusahaan bertindak sebagai instrumen lindung nilai yang mengurangi volatilitas harga saham individual. Sedangkan dalam efek ketidakpastian, keunggulan kompetitif yang lebih tinggi di pasar berarti memiliki ketidakpastian informasi yang lebih rendah dan volatilitas *return* saham yang lebih rendah (Chen *et al.*, 2020).

Pada sektor perbankan, bank yang memiliki keunggulan kompetitif lebih menjanjikan dalam hal pengembalian realistik kepada pemangku kepentingan serta

mengurangi risiko kebangkrutan (Eyasu & Arefayne, 2020). Bank yang memiliki keunggulan kompetitif juga memiliki cakupan nasional yang lebih luas dan produk yang beragam sehingga akan menarik lebih banyak nasabah dan akan berdampak pada meningkatnya portofolio bank yang menjadi aset dan sumber pendapatan utama mereka (Kamukama *et al.*, 2017).

Ketika perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan, sosial, dan tata kelola pada perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif maka perusahaan tersebut memiliki risiko investasi yang lebih rendah, tata kelola yang lebih baik, dan peningkatan keterlibatan dalam praktik lingkungan dan sosial yang baik (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021). Peningkatan pengungkapan LST yang diikuti peningkatan keunggulan kompetitif yang tinggi dalam perusahaan maka akan mempengaruhi harga pasar dan mempengaruhi penerimaan investor, reputasi perusahaan dan meningkatkan kinerja masa depan perusahaan (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021).

2.8 Penelitian Terdahulu

Berikut ini disajikan daftar penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan nilai perusahaan :

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
1	Anna Melinda, Ratna Wardhani <i>“The Effect Of Environmental, Social, Governance, And Controversies On Firm’s Value: Evidence From Asia”</i> . (2020)	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> X4 : ESG Total Variabel Dependen (Y) : Y : <i>firm value</i>	a. <i>environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> b. <i>social disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> c. <i>governance disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> d. ESG total berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i>
2	Bahaaeddin Ahmed Alareeni dan Allam Hamdan	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i>	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
	<i>ESG impact on performance of US S&P 500-listed firms (2020)</i>	X3 : <i>governance disclosure</i> X4 : <i>ESG Total</i> Variabel Dependen (Y) : Y : <i>firm value</i>	signifikan terhadap <i>firm value</i> b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> c. <i>Governance disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> d. <i>ESG total</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i>
3	Hamzeh <i>et al</i> <i>Environmental, social and governance impact on financial performance: evidence from the Levant countries (2022)</i>	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) :	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
		Y : <i>financial performance (Tobin's Q)</i>	c. <i>Governance disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q
4	Batae <i>et al</i> <i>The relationship between environmental, social, and financial performance in the banking sector: A European study (2021)</i>	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) : Y : <i>Financial Performance (Tobin's Q)</i>	a. <i>Environmental disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q b. <i>Social disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q c. <i>Governance disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q
5	R. El Khoury, N. Nasrallah & B. Alareeni <i>ESG and financial performance of</i>	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i>	a. <i>Environmental disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
	<i>banks in the MENAT region: concavity–convexity patterns (2021)</i>	Variabel Dependen (Y) : Y : <i>Financial Performance</i> (Tobin's Q)	b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh signifikan negative terhadap Tobin's Q c. <i>Governance disclosure</i> berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q
6	Elisa Menicucci, Guido Paolucci <i>ESG dimensions and bank performance: an empirical investigation in Italy (2022)</i>	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) : Y : <i>Bank performance</i> (Tobin's Q)	a. <i>Environmental disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q pada sektor perbankan b. <i>Social disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q pada sektor perbankan c. <i>Governance disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
			Tobin's Q pada sektor perbankan
7	<p>Wan Masliza Wan Mohammad, Shaista Wasiuzzaman</p> <p><i>Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia (2021)</i></p>	<p>Variabel Independen (X) : X1 : <i>ESG Disclosure</i></p> <p>Variabel Dependen (Y) : Y : <i>Firm value</i></p> <p>Variabel Moderasi : Keunggulan Kompetitif</p>	<p>a. <i>ESG disclosure</i> berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan yang diprosikan dengan <i>firm value</i></p> <p>b. <i>ESG disclosure</i> yang di moderasi oleh keunggulan kompetitif berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diprosikan dengan <i>firm value</i></p>
8	<p>Chininga <i>et al</i></p> <p><i>ESG ratings and corporate financial performance in South Africa</i></p>	<p>Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i></p>	<p>a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q</p>

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
	(2023)	Variabel Dependen (Y) : Y : <i>financial performance</i> (Tobin's Q)	b. <i>Social disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q c. <i>Governance disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q
9	Buallay, <i>et al.</i> <i>Sustainability reporting and bank performance after financial crisis</i> (2020)	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) : Y : Tobin's Q Bank dinegara maju dan berkembang	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan baik di negara maju dan berkembang b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan baik di negara maju dan berkembang

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
			<p>c. <i>Governance disclosure</i> negatif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan baik di negara maju dan berkembang</p>
10	<p>Khaldoon, <i>et al.</i> <i>ESG disclosure and firm performance before and after IR</i> <i>The moderating role of governance mechanisms</i> (2020)</p>	<p>Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i></p> <p>Variabel Dependen (Y) : Y : <i>Firm Performance (Tobin's Q)</i></p>	<p>a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap firm performance yang diprosikan dengan Tobin's Q</p> <p>b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap firm performance yang diprosikan dengan Tobin's Q</p> <p>c. <i>Governance disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap firm performance</p>

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
			yang diproksikan dengan Tobin's Q
11	Buallay, <i>et al.</i> <i>Evaluating ESG disclosures of Islamic banks: evidence from the Organization of Islamic Cooperation Members</i> (2020) *	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) : Y : Nilai Perusahaan	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan syariah b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan syariah c. <i>Governance disclosure</i> positif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan syariah
12	Shahrokh, <i>et al.</i> <i>Sustainability reporting and performance of MENA banks: is</i>	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i>	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
	<i>there a trade-off?</i> (2020)	Variabel Dependen (Y) : Y : Nilai Perusahaan	b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan c. <i>Governance disclosure</i> negatif signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan
13	Amina Buallay <i>Between cost and value Investigating the effects of sustainability reporting on a firm's performance</i> (2020)	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) : Y : <i>Firm Value</i>	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i> c. <i>Governance disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i>

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
14	Amina Buallay <i>Sustainability reporting and firm's performance Comparative study between manufacturing and banking sectors</i> (2020)	Variabel Independen (X) : X1 : <i>environmental disclosure</i> X2 : <i>social disclosure</i> X3 : <i>governance disclosure</i> Variabel Dependen (Y) : Y : <i>firm performance</i> (Tobin's Q)	a. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q di sektor manufaktur b. <i>Social disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q di sektor manufaktur c. <i>Governance disclosure</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Tobin's Q di sektor manufaktur d. <i>Environmental disclosure</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap Tobin's Q di sektor perbankan e. <i>Social disclosure</i> berpengaruh negatif

No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
			<p>signifikan terhadap Tobin's Q di sektor perbankan</p> <p>f. <i>Governance disclosure</i> negatif signifikan terhadap Tobin's Q di sektor perbankan</p>
15	<p>Ersoy, <i>et al.</i></p> <p><i>The Impact of ESG Scores on Bank Market Value? Evidence from the U.S. Banking Industry</i></p> <p>(2022)</p>	<p>Variabel Independen (X) :</p> <p>X1 : <i>environmental disclosure</i></p> <p>X2 : <i>social disclosure</i></p> <p>X3 : <i>governance disclosure</i></p> <p>Variabel Dependen (Y) :</p> <p>Y : <i>Market Value</i></p>	<p>a. <i>Environmental disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>market value</i> pada sektor perbankan</p> <p>b. <i>Social disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>market value</i> pada sektor perbankan</p>

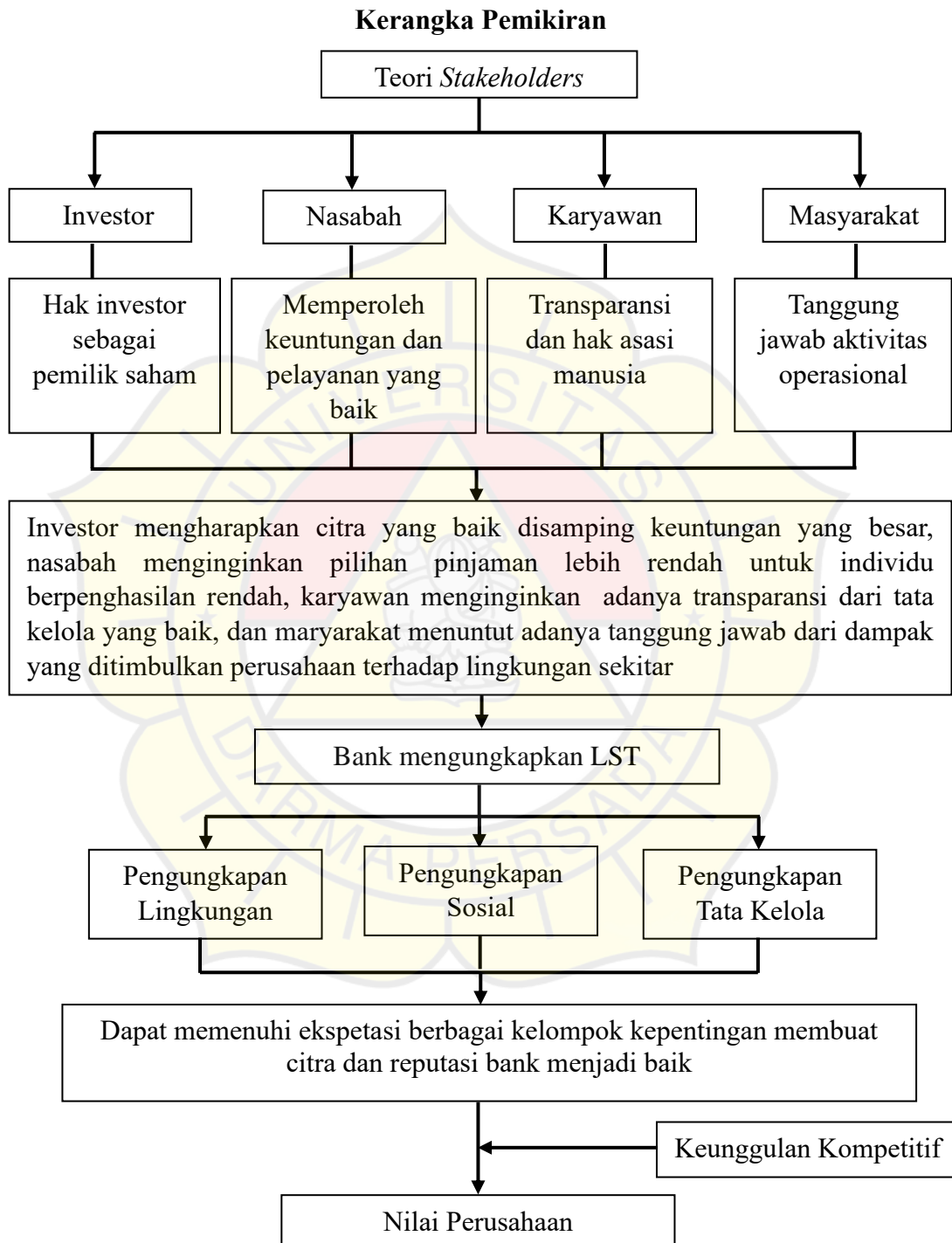
No	Penulis, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
			<i>c. Governance disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>market value</i> pada sektor perbankan

Sumber : Penelitian Sebelumnya

2.9 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini didasarkan pada teori *stakeholders* yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri melainkan wajib memberikan manfaat dan memenuhi harapan para pemangku kepentingan. Pada penelitian ini perusahaan merupakan pihak yang harus memenuhi harapan para pemangku kepentingan yang berbeda-beda dengan salah satu cara, yaitu pengungkapan keberlanjutan perusahaan. Sedangkan, pemangku kepentingan pada penelitian ini yang terdiri dari investor, nasabah, karyawan, dan masyarakat sekitar merupakan pihak yang memperoleh manfaat dari pengungkapan keberlanjutan tersebut. Pengungkapan keberlanjutan perusahaan berupa pengungkapan terkait Lingkungan, Sosial, Tata kelola dimana pengungkapan tersebut akan berdampak pada pengoptimalan nilai keberlanjutan perusahaan. Selain itu keunggulan kompetitif dapat memaksimalkan pengungkapan keberlanjutan tersebut. maka kerangka pemikiran yang digunakan sebagai berikut

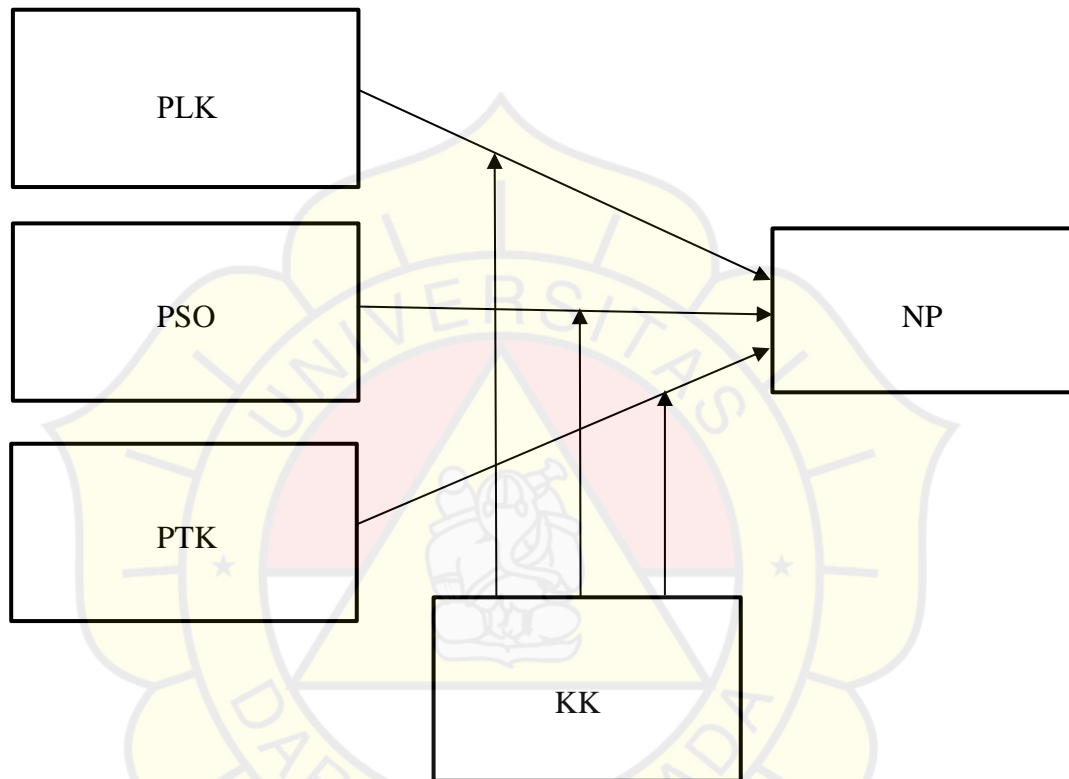
Gambar 2.1



Sumber : Data sekunder yang diolah oleh peneliti

2.10 Model Konseptual

Gambar 2.2
Model Konseptual



Sumber : Data sekunder yang diolah oleh penulis

Keterangan :

- PLK = Pengungkapan Lingkungan yang diukur dengan perbandingan pengungkapan periode t dengan standar POJK
- PSO = Pengungkapan Sosial yang diukur dengan perbandingan pengungkapan periode t dengan standar POJK
- PTK = Pengungkapan Tata Kelola yang diukur dengan perbandingan pengungkapan periode t dengan standar POJK

- NP = Nilai Perusahaan yang membandingkan seluruh ekuitas dan hutang dengan total aset perusahaan periode t
- KK = Keunggulan Kompetitif yang pendapatan operasional bersih dengan penjualan perusahaan periode t

2.11 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memiliki 6 hipotesis, yaitu mengenai pengaruh pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan, pengaruh pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan, pengaruh pengungkapan tata kelola terhadap nilai perusahaan, pengaruh keunggulan kompetitif yang memoderasi pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan, pengaruh keunggulan kompetitif yang memoderasi pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan, pengaruh keunggulan kompetitif yang memoderasi pengungkapan tata kelola terhadap nilai perusahaan. Hipotesis-hipotesis tersebut diuraikan lebih lanjut dibawah ini :

2.11.1 Pengaruh Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Lingkungan merupakan elemen penting yang mempengaruhi kualitas hidup serta dapat memberikan jaminan keberlangsungan hidup manusia. Pengungkapan lingkungan dapat meningkatkan citra perusahaan, mengurangi biaya, serta meningkatkan pendapatan, yang menjadi sinyal positif bagi investor (Melinda & Wardhani, 2020). Sesuai dengan teori *stakeholders* yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap apa yang dilakukan di dalam perusahaan, tetapi juga terhadap lingkungan sekitar perusahaan tersebut.

Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan terkait dengan perubahan iklim, perlindungan lingkungan alam, dan dampak yang ditimbulkan dari operasi bisnis perusahaan (Albitar *et al.*, 2020).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Al Amosh *et al.*, (2022) menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin baik pengungkapan lingkungan, semakin baik nilai perusahaan. Pengungkapan lingkungan yang baik membuat perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan lingkungan atau yang mengungkapkan kinerja lingkungannya buruk. Hal ini sejalan dengan Alareeni & Hamdan, (2020) yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan efektif dalam menarik investor, untuk meningkatkan keinginan mereka membeli dan berinvestasi. Pengungkapan lingkungan menjadi bukti bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan dampak yang ditimbulkan dari operasional perusahaan kepada lingkungan sekitar. Kemudian hal ini juga didukung oleh Albitar *et al.*, (2020) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan lingkungan dijadikan strategi perusahaan untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Citra dan reputasi perusahaan yang baik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi calon investor untuk melakukan investasinya pada perusahaan.

Hasil yang berbeda dinyatakan oleh Menicucci & Paolucci, (2022) dimana pengungkapan lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pemangku

kepentingan dinilai tidak menyadari pengungkapan lingkungan sebagai pendorong efisiensi aset yang lebih baik dan tidak mempertimbangkan masalah ini dalam keputusan investasi mereka. Hal tersebut didukung oleh penelitian Bătae *et al.*, (2021) dengan objek bank di Eropa menyatakan bahwa efisiensi operasional belum tercermin dalam beberapa aspek lingkungan aktivitas bank. Maka hipotesis 1 yang dirumuskan adalah :

H1 : Pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Bank

2.11.2 Pengaruh Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial menekankan perusahaan kepada pemangku kepentingan seperti pemegang saham, karyawan, konsumen atau nasabah serta masyarakat secara keseluruhan. Perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan dan harapan pihak terkait, lebih mudah bagi perusahaan untuk menarik karyawan yang berkualitas mempengaruhi reputasi perusahaan, serta meningkatkan nilai perusahaan (Alareeni & Hamdan, 2020). Hal tersebut sejalan dengan teori *stakeholders* dimana perusahaan tidak hanya fokus pada laba saja tetapi juga terhadap kontribusinya dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan oleh Melinda & Wardhani, (2020) menunjukkan bahwa pengungkapan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki pengungkapan sosial yang baik mampu meningkatkan nilai

perusahaannya begitu juga sebaliknya. Perusahaan akan kehilangan pangsa pasar jika ada artikel berita negatif mengenai tanggung jawab sosial mereka di tahun sebelumnya. Hal tersebut didukung oleh penelitian Alareeni & Hamdan, (2020), yang menyatakan bahwa dengan berkontribusi pada masalah sosial yang ada di masyarakat efektif dalam menarik investor, untuk meningkatkan keinginan mereka untuk membeli dan berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Al Amosh *et al.*, (2022) yang menjadikan perusahaan non keuangan dari negara levant sebagai objek menyatakan bahwa mengungkapkan lebih banyak informasi terkait kinerja sosial perusahaan akan lebih memungkinkan dalam memenuhi ekspektasi berbagai kelompok kepentingan. Perusahaan yang memperhatikan masalah sosial akan dipersepsikan dengan baik oleh berbagai pemangku kepentingan,

Hasil yang berbeda diungkapkan oleh Menicucci & Paolucci, (2022) yang melakukan penelitian pada bank di Italia mengungkapkan bahwa hubungan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak peduli dengan kapasitas bank dalam menawarkan produk dan layanan berkualitas tinggi, mengenai kesehatan dan keselamatan pelanggan, privasi data dan integritas. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Bătae *et al.*, (2021), yang menyatakan nasabah dan investor cenderung mengabaikan aspek-aspek seperti hubungan karyawan, hak asasi manusia, dan keterlibatan masyarakat, ketika melakukan bisnis dengan bank, atau berinvestasi di sahamnya. Nasabah tidak terlalu peduli dengan tanggung jawab produk bank, dan

dengan demikian membeli lebih banyak produk dan layanan dari institusi yang tidak mematuhi standar kualitas tertinggi. Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis 2 yang dapat dirumuskan adalah :

H2 : Pengungkapan sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Bank

2.11.3 Pengaruh Pengungkapan Tata Kelola terhadap Nilai Perusahaan

Tata kelola merupakan faktor yang signifikan dalam meningkatkan *financial performance* demi kepentingan pemegang saham dan pihak berkepentingan lainnya, membatasi biaya agensi, dan memungkinkan perusahaan untuk melanjutkan kelangsungan usahanya. Tata kelola yang baik berguna bagi investor dan pelanggan serta pengguna laporan keuangan lainnya untuk mengurangi asimetri informasi dan membantu meningkatkan operasi perusahaan (Alareeni & Hamdan, 2020).

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan tata kelola terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Alareeni & Hamdan, (2020) yang menyatakan bahwa pengungkapan tata kelola berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, pengungkapan tata kelola yang baik akan meningkatkan nilai pasar perusahaan hal ini karena tata kelola yang baik memberikan informasi yang lebih berguna bagi investor dan pengguna laporan keuangan lainnya untuk mengurangi asimetri informasi dan membantu perusahaan meningkatkan operasi. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Melinda & Wardhani, (2020), yang menyatakan bahwa tata kelola perusahaan yang baik dapat menyebabkan harga saham berlipat ganda karena investor mengantisipasi bahwa lebih sedikit arus kas yang akan dialihkan dan sebagian besar keuntungan perusahaan akan dikembalikan kepada mereka sebagai bunga atau

dividen. Hal tersebut didukung oleh Buallay *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa tata kelola yang baik akan berkontribusi dalam penyelesaian masalah seperti asimetri informasi, pembiayaan utang, dan transparansi.

Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al Amosh *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan tata kelola tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Peran kelompok pemangku kepentingan lebih besar dalam menekan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan saja tidak mengikut sertakan tata kelola untuk mencapai keberlanjutan secara terpadu. Hal tersebut didukung oleh penelitian Shakil *et al.*, (2019) yang menjadikan bank di negara berkembang sebagai objek penelitian mengungkapkan bahwa, pengaruh tata kelola perusahaan terhadap kinerja bank tidak ada dalam konteks bank pasar berkembang. Ini mungkin terjadi karena praktik tata kelola perusahaan yang lemah dari bank pasar negara berkembang dan kurangnya tekanan hukum dan peraturan dari badan pengatur seperti komisi sekuritas, bank sentral dan lembaga lingkungan dan sosial lainnya. Maka hipotesis 3 yang dapat dirumuskan adalah :

H3 : Pengungkapan tata kelola berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Bank

2.11.4 Keunggulan Kompetitif Memoderasi Pengaruh Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan LST dihubungkan dengan keunggulan kompetitif perusahaan hal ini karena pengungkapan LST diharapkan dapat memberikan solusi berkelanjutan bagi perusahaan untuk masalah lingkungan dan sosial juga tata kelola. Perusahaan

harus membuat dan menawarkan produk yang sejalan dengan kebutuhan masyarakat, yaitu untuk perlindungan lingkungan dan kualitas hidup yang lebih baik. Dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan tidak boleh mengorbankan kualitas produk yang lebih rendah dan memperhatikan efek negatif dari operasional perusahaan terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat sekitar (Porter *et al.*, 2019).

Keunggulan kompetitif merupakan prediktor yang kuat bagi kinerja keuangan perusahaan perbankan. Keunggulan kompetitif mampu membuat bank beroperasi dengan biaya rendah memiliki peluang lebih tinggi untuk melaporkan laba lebih tinggi daripada yang lain (Kamukama *et al.*, 2017). Menurut Eyasu & Arefayne, (2020) yang menjadikan perbankan sebagai objek menyatakan bahwa keunggulan kompetitif melalui informasi lingkungan akan menciptakan *branding* identitas bagi perusahaan yang membedakan satu perusahaan dari yang lain dan secara strategis membedakannya dari persaingan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Giantari & Sukaatmadja, (2021) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab lingkungan yang baik akan membangun citra sebagai pengembang yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan harapan pemangku kepentingan yang akan berdampak pada meningkatnya keunggulan kompetitif perusahaan di masa sekarang dan masa yang akan datang. Tanggung jawab lingkungan perusahaan memainkan peran penting melalui pencegahan polusi dan pengawasan produk sambil berinovasi dengan teknologi bersih dan selanjutnya akan menciptakan peluang untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal tersebut didukung oleh penelitian Nuryakin & Maryati, (2022)

dimana perusahaan yang beradaptasi dengan kondisi lingkungan mudah dalam efisiensi biaya operasional dan menciptakan keunggulan. Selanjutnya keunggulan kompetitif tersebut memiliki hubungan positif signifikan dalam kinerja pasar perusahaan.

Keunggulan kompetitif mampu memoderasi hubungan pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan pada penelitian. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif dapat meningkatkan pengungkapan LST nya yang dapat meningkatkan penerimaan investor, reputasi perusahaan, dan meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan di masa yang akan datang (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021). Maka hipotesis 4 yang dirumuskan adalah :

H4 : Keunggulan kompetitif mampu memoderasi pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan di Bank

2.11.5 Keunggulan Kompetitif Memoderasi Pengaruh Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang mengadopsi tanggung jawab sosial memiliki akses keuangan yang lebih baik karena mereka memiliki keterlibatan pemangku kepentingan dan transparansi yang lebih baik. Tanggung jawab sosial memungkinkan perusahaan untuk berkontribusi aktif dalam kegiatan yang memungkinkan alokasi sumber daya perusahaan yang lebih efisien (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021). Hal tersebut didukung oleh Siegrist *et al.*, (2020) yang menyatakan pengungkapan sosial perusahaan atas upaya keberlanjutan dapat membantu memfasilitasi pengelolaan sumber daya yang efisien dan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan perbankan yang mampu mengelola keunggulan kompetitifnya didapati mampu memenangkan persaingan untuk mendapatkan kinerja keuangan yang lebih baik dari para pesaingnya (Suandi *et al.*, 2022). Tingkat keunggulan kompetitif yang tinggi memungkinkan bank untuk menciptakan nilai yang unggul bagi pelanggannya, dan menciptakan keuntungan bagi bank itu sendiri melalui penawaran produk dan layanan dengan biaya yang lebih rendah, akibatnya perbankan dengan tingkat keunggulan kompetitif yang tinggi memiliki tingkat kinerja yang lebih tinggi (Eyasu & Arefayne, 2020).

Menurut penelitian Yu *et al.*, (2017) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan keunggulan kompetitif perusahaan jangka panjang. Dimana perusahaan berkomitmen pada nilai kemanusiaan yaitu untuk melindungi kepentingan karyawan yang membuat karyawan cenderung memiliki kepuasan dan loyalitas yang tinggi dan akan berdampak pada produktivitas karyawan. Selain itu pengungkapan sosial membantu perusahaan menarik lebih banyak karyawan berprestasi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Giantari & Sukaatmadja, (2021) yang menyatakan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan merujuk pada jenis kompetitif untuk mengurangi risiko, peningkatan nilai tak berwujud, dan membangun hubungan yang lebih dalam dengan para *stakeholders*, pelanggan, dan karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad & Wasiuzzaman, (2021) mengenai pengaruh keunggulan kompetitif yang memoderasi pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan menyatakan bahwa keunggulan kompetitif memiliki hubungan positif dengan pengungkapan sosial perusahaan yang akan berdampak pada

meningkatnya kepuasan konsumen, penerimaan pasar, dan nilai-nilai masyarakat.

Maka hipotesis 5 yang dirumuskan :

H5 : Keunggulan kompetitif mampu memoderasi pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan di Bank

2.11.6 Keunggulan Kompetitif Memoderasi Pengaruh Pengungkapan Tata Kelola terhadap Nilai Perusahaan

Tata Kelola merupakan prosedur yang digunakan perusahaan untuk mengkoordinasikan kegiatan perusahaan guna meningkatkan bisnis dan tanggung jawab perusahaan untuk mengakui nilai jangka panjang pemegang saham dan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan lainnya (Alareeni & Hamdan, 2020). Perusahaan yang mematuhi LST memiliki tata kelola yang lebih baik dan struktur tata kelola yang efektif (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021).

Pada penelitian Suandi *et al.*, (2022) yang menjadikan bank sebagai objek, diketahui bahwa bank yang memiliki keunggulan bersaing memiliki biaya yang rendah, dapat memanfaatkan peluang pasar, dan menetralkan ancaman pesaing. Keunggulan kompetitif tersebut menargetkan produk dengan nilai tambah di pasar melalui atribut yang membedakannya dari produk lain, efek tersebut dapat meningkatkan kinerja bank yang dilihat dari penjualan atau penyedia layanan produk. Hal tersebut didukung oleh Kamukama *et al.*, (2017) keunggulan kompetitif yang dipertahankan dari waktu ke waktu mengarah pada pangsa pasar yang lebih besar, yang pada gilirannya mengarah pada profitabilitas yang lebih tinggi.

Menurut penelitian Battisti *et al.*, (2020) perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif mampu meningkatkan kinerja yang unggul dibanding pesaingnya, yang memungkinkan dalam memaksimalkan nilai bagi pemegang saham. Perusahaan mencapai keunggulan kompetitifnya melalui pengembangan keterampilan dan pengetahuan seperti kualitas produksi, kualitas pengungkapan, transparansi, kepuasan pelanggan yang digunakan untuk mencapai tujuan strategi perusahaan dengan lebih mudah dibanding pesaingnya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Al Amosh *et al.*, (2022) dimana keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan akan mengarah pada pemaksimalan nilai pasar perusahaan.

Pengungkapan LST membuktikan kepercayaan pemangku kepentingan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan, hal tersebut lebih jelas ketika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi. Keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan yang mengungkapkan LST akan mengurangi asimetri informasi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021). Maka hipotesis 6 yang dapat dirumuskan :

H6 : Keunggulan kompetitif mampu memoderasi pengungkapan tata kelola terhadap nilai perusahaan di Bank