

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan judul pengaruh *sustainability reporting* pada nilai perusahaan sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dan penelitian terdahulu digunakan untuk tolak ukur dan sebagai referensi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1	Silvina Agustina (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)	Variabel independen: (X1) Profitabilitas (X2) Pengungkapan <i>Corporate Responsibility</i> Variabel Dependen : (Y) Nilai Perusahaan	Kuasal komperatif	a. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi. b. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
2	Mahfud habibi (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan <i>Sustainability Reporting</i>	Variabel independen : (X1) Profitabilitas (X2) <i>Sustainability Reporting</i> . Variabel	Kuantitatif	a. profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. b. <i>sustainability reporting</i>

	Terhadap Nilai Perusahaan. Studi pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2013-2015.	Dependen: (Y) Nilai Perusahaan		berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Bima Putranto Sejati, Andri Prastiwi. (2015) Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Terhadap Kinerja Dan Nilai Perusahaan.	Variabel independen : (X1) <i>Sustainability Report Disclosure Index</i> (SRDI). Variabel dependen : (Y) Kinerja Dan Nilai Perusahaan	Kuantitatif	<p>a. pengungkapan <i>Sustainability Report</i> tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan</p> <p>b. Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>c. Masing-masing pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial yang ada dalam <i>Sustainability Report</i> tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja</p>

				perusahaan.
4	Lawrence Loh , Thomas and Yu Wang (2017). <i>Sustainability Reporting and Firm Value: Evidence from Singapore-Listed Companies.</i>	Variabel independen : (X) <i>Sustainability reporting</i> Variable dependen : (Y) <i>Firm value</i>	Kuantitatif	pengungkapan keberlanjutan secara positif terkait dengan nilai pasar suatu perusahaan.
5	Yolanda Pratami, Poppy Camenia Jamil (2021). Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> , Profitabilitas, Struktur Modal Dan Insentif Manajer Terhadap Nilai Perusahaan.	Variabel independen: (X1) <i>Sustainability Reporting</i> (X2)Profitabilitas (X3)Struktur Modal (X4)Insentif Manajer Variabel dependen: (Y) Nilai Perusahaan	Kuantitatif	a. <i>Sustainability reporting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. b. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. c. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. d. Insentif manajer tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	Lanti Triagustina, Edi Sukarmanto, dan Helliana (2014) Pengaruh <i>Return On Aset (ROA)</i> Dan <i>Return On Equity (ROE)</i>	Variabel independen: (X1) <i>Return On Aset (ROA)</i> . (X2) <i>Return On Equity (ROE)</i> . Variabel dependen: (Y) Nilai perusahaan.	deskriptif verifikatif	a. Return on Aset (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. b. Return on Equity (ROE) berpengaruh positif dan signifikan

	Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012			terhadap Nilai Perusahaan
--	---	--	--	---------------------------

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan *sustainability reporting* dan profitabilitas sebagai variabel independen dan menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel independen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yaitu menggunakan perusahaan manufaktur go publik peringkat *asia sustainability reporting rating* (ASRRT) pada tahun 2018-2020.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori sinyal (*Signalling theory*)

Teori sinyal merupakan teori yang membahas mengenai bagaimana suatu perusahaan memberikan informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan maupun non keuangan (*sustainability reporting*) kepada pihak eksternal. Informasi ini digunakan supaya tidak terjadi asimetri antara pihak manajemen dan pihak eksternal (Retno D.R & Prihatinah.D, 2012). Dengan mempublikasikan informasi mengenai laporan keuangan maupun non keuangan (*sustainability*

reporting) juga memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan di masa lalu hingga masa depan, informasi ini berguna bagi para investor sebagai alat analisis, dan informasi ini memuat sinyal positif maupun negatif (Habibi Mahfud, 2017).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah mengurangi asimetri informasi, maka dari itu dengan mempublikasikan laporan keuangan maupun non keuangan dapat menghubungkan informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Dalam hal ini jika nilai perusahaan baik maka, memberikan sinyal positif yang dapat menjaga hubungan baik perusahaan dengan pihak eksternal sehingga investor tidak ragu-ragu untuk membeli saham perusahaan dengan harga yang tinggi.

2.2.2 Teori stakeholder

Menurut (Lindawati.S.A & Puspita.E.M, 2015) teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tidak lepas dari peranan *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholder*. Dalam teori *stakeholder* perusahaan memenuhi kepentingan para *stakeholder* dengan memberikan informasi non keuangan perusahaan terkait dengan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan.

2.2.3 Teori legitimasi

Menurut (Lindawati.S.A & Puspita.E.M, 2015) teori legitimasi merupakan bentuk kesadaran perusahaan atas tanggung jawab terhadap masyarakat atas aktivitas perusahaan yang dilakukan. Perusahaan memiliki kontrak sosial dengan

masyarakat di lingkungan bisnisnya dan melalui pengungkapan tersebut diharapkan perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa jika perusahaan melakukan tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar dan mendapat legitimasi atau penerimaan dari masyarakat sekitar akan menjadi nilai tambah perusahaan di mata investor, dan mengakibatkan para investor merespon positif hal tersebut sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan dipasar modal.

2.2.4 Nilai Perusahaan

2.2.3.1 Pengertian nilai perusahaan

Menurut Noerawan.R (2012) nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai saat ini.

Menurut Agus Sartono (2016:9) nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham dengan cara memaksimalkan nilai sekarang atau present value dan semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.

Menurut Harmono (2014:233) nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang tercermin dari permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Aurin.K.W (2018) Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah harga saham, maka nilai perusahaan juga akan rendah.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli tentang nilai perusahaan dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan kinerja perusahaan dalam periode tertentu dan tercermin dalam bentuk harga saham.

2.2.3.2 Pengukuran nilai perusahaan

Untuk mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan rasio penilaian. Menurut Sudana.I (2011:23) rasio penilaian merupakan rasio yang berhubungan dengan kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal. Rasio penilaian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham yang nilainya lebih tinggi dari nilai bukunya. Berikut untuk mengukur rasio penilaian:

a. Price Earning Ratio (PER)

Menurut Sofyan.S (2013:311) *Price Earning Ratio* (PER) rasio ini menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. PER yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan dimasa akan datang cukup tinggi.

Price Earning Ratio (PER) = harga pasar saham

Laba bersih

b. *Price to book value* (PBV)

Menurut Sofyan.S (2013:311) *Price to book value* (PBV) merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan harga saham dipasar dengan nilai buku saham tersebut yang digambarkan dineraca. *Price to book value* (PBV) rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

$$\text{Price to book value (PBV)} = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

c. Tobin's Q

Menurut (Sudiyatno.B, 2011) Rasio ini digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan melalui potensi perkembangan harga saham, potensi kemampuan manajer dalam mengelola aktiva perusahaan dan potensi pertumbuhan investasi.

$$Q = \frac{(\text{EMV} + D)}{(\text{EBV} + D)}$$

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *price to book value* (PBV), karena *Price to book value* (PBV) merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut (Ernawati, dewi&Widyawati.D, 2015)

2.2.5 *Sustainability reporting*

2.2.4.1 *Pengertian sustainability reporting*

Menurut GRI *sustainability reporting* adalah praktik pelaporan organisasi secara terbuka mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang di sebabkan oleh kegiatan dalam proses produksinya, yang berkontribusi dalam dampak positif ataupun negatif terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan.

Menurut Lako.A (2018), *Sustainability reporting* (SR) adalah suatu model pelaporan informasi perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang mengintegrasikan pelaporan keuangan (*financial reporting*) dengan pelaporan sosial (*social reporting*), pelaporan lingkungan (*environment reporting*) dan pelaporan tata kelola korporasi (*corporate governance reporting*) secara terpadu dalam satu paket pelaporan.

Bagi para pihak berkepentingan (*stakeholder*) pelaporan yang dibuat oleh perusahaan sangatlah penting, terutama bagi perusahaan go publik. Pelaporan yang diungkapkan tidak hanya berkaitan dengan laporan keuangan namun juga dengan pelaporan yang berkaitan dengan aktivitas sosial dan lingkungan. Dengan menerbitkan laporan baik keuangan atau nonkeuangan memungkinkan perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan. Jadi, tujuan utama perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan (*profit*) tetapi beralih ke triple-p bottom, yaitu keuntungan (*profit*), bumi (*planet*), dan komunitas (*people*) (GRI,2013).

Laporan mengenai aspek lingkungan, sosial dan lingkungan diakomodasikan dalam bentuk *sustainability reporting*. *Sustainability Report* terdiri dari tiga aspek kerja yaitu kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ketiga

aspek ini merupakan gambaran bagaimana bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap *stakeholder* terhadap kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Loh.L & Thomas, 2017).

National Center for Sustainability Reporting (NCRS) merupakan pendiri *Indonesian Sustainability reporting Award* (ISRA) yang merupakan sebuah event penghargaan bagi perusahaan-perusahaan yang melaporkan aktivitas tanggungjawab sosial dan lingkungan yang diungkapkan melalui *sustainability reporting*. Tujuan dari penghargaan ini juga untuk memotivasi dan mempercepat keberlanjutan pelaporan perusahaan. Penghargaan ini tidak mengomentari kinerja itu sendiri, melainkan penghargaan itu terutama berfokus pada transparansi dan kepatuhan pelaporan terhadap pedoman pelaporan keberlanjutan yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (NCSR, 2017).

Sustainability reporting pada penelitian ini mengacu pada *global reporting initiative G4*. *Global reporting initiative* (GRI) adalah salah satu organisasi internasional yang aktivitas utamanya difokuskan pada pencapaian transparansi dan laporan suatu perusahaan melalui pengembangan standart dan pedoman pengungkapan *sustainability reporting* (Atmajaya.T , 2015).

2.2.4.2 Prinsip-prinsip *sustainability reporting*

Prinsip laporan berperan penting untuk mencapai transparansi pelaporan keberlanjutan oleh karena itu harus diterapkan oleh semua organisasi ketika menyusun laporan keberlanjutan. Panduan penerapan menjelaskan proses wajib

yang harus diikuti sebuah organisasi dalam mengambil keputusan agar sesuai dengan prinsip-prinsip pelaporan (Global reporting initiative, 2013).

Menurut *global reporting initiative* (GRI) prinsip-prinsip ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu prinsip untuk menentukan konten laporan dan prinsip untuk menentukan kualitas laporan.

2.2.4.3 Prinsip-prinsip untuk menentukan konten laporan

Prinsip ini menjelaskan proses yang harus diterapkan untuk mengidentifikasi konten laporan yang harus dibahas dengan mempertimbangkan aktivitas, dampak, dan harapan serta kepentingan yang substantif dan para pemangku kepentingan.

Prinsip ini terdiri dari:

a. Pelibatan pemangku kepentingan

Organisasi harus mengidentifikasi para pemangku kepentingan, dan menjelaskan bagaimana organisasi telah menanggapi harapan dan kepentingan wajar dari mereka.

b. Konteks keberlanjutan

Laporan harus menyajikan kinerja organisasi dalam konteks keberlanjutan yang lebih keras.

c. Materialitas

Laporan harus mencakup aspek yang mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan dari organisasi dan secara substantif mempengaruhi asesmen dan keputusan pemangku kepentingan.

d. Kelengkapan

Prinsip harus berisi cukup aspek material dan boundary. Cukup untuk mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang signifikan, serta untuk memungkinkan pemangku kepentingan dapat menilai kinerja organisasi dalam periode pelaporan.

2.2.4.4 Prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas pelaporan.

Prinsip ini memandu pilihan-pilihan dalam laporan keberlanjutan, termasuk penyajian yang tepat. Keputusan yang berkaitan dengan proses persiapan-persiapan informasi dalam laporan harus konsisten dengan prinsip-prinsip tersebut. Prinsip ini merupakan hal mendasar untuk mencapai transparansi. Kualitas informasi adalah hal yang penting untuk memungkinkan para pemangku kepentingan dapat membuat asesmen kinerja yang logis dan masuk akal, serta mengambil tindakan yang tepat. Prinsip ini meliputi:

a. Keseimbangan

Laporan harus mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kinerja organisasi untuk memungkinkan dilakukannya asesmen yang beralasan atas kinerja organisasi secara keseluruhan.

b. Komparabilitas

Organisasi harus memilih, mengumpulkan, dan melaporkan informasi secara konsisten. Informasi yang dilaporkan harus disajikan dengan cara yang memungkinkan para pemangku kepentingan menganalisa

perubahan kinerja organisasi dari waktu ke waktu dan yang dapat mendukung analisa relatif terhadap organisasi lain.

c. Akurasi

Informasi yang dilaporkan harus cukup akurat dan terperinci bagi para pemangku kepentingan untuk dapat menilai kinerja organisasi.

d. Ketepatan waktu

Organisasi harus membuat laporan dengan jadwal yang teratur sehingga informasi tersedia tepat waktu bagi pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang tepat.

e. Kejelasan

Organisasi harus membuat informasi tersedia dengan cara yang dapat dimengerti dan dapat diakses oleh para pemangku kepentingan yang menggunakan laporan.

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.

2.2.4.5 Kategori pengungkapan *sustainability reporting*

Laporan kinerja organisasi menyajikan informasi terkait aspek material, yaitu aspek ekonomi, lingkungan dan terhadap ekonomi di tingkat lokal (Habibi mahfud, 2017).

a. Dampak Ekonomi

Aspek ekonomi berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi bagi pemangku kepentingan, dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal (habibi mahfud, 2017).

b. Dampak Lingkungan

Aspek lingkungan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem. Dampak lingkungan meliputi input seperti energy dan air, dan output seperti emesi dan limbah. Termasuk juga keanekaragaman hayati,transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produkdan jasa serta kepatuhan dan biaya lingkungan (habibi mahfud, 2017).

c. Dampak sosial

Dampak sosial membahas tentang kegiatan organisasi terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi. Kategori tersebut dibagi menjadi sub- sub dibawah ini (habibi mahfud, 2017):

- a. Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja
- b. Hak asasi manusia (HAM)
- c. Masyarakat
- d. Tanggung jawab produk.

2.2.6 Profitabilitas

2.2.5.1 Pengertian profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba (*profit*) pada tingkat penjualan, aset atau modal saham.

Semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula profit yang di dapatkan perusahaan tersebut. Dengan meningkatnya profit perusahaan akan menarik para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Menurut Kasmir (2011:196) yang menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mencari keuntungan atau profitabilitas.

Menurut Sartono (2016:122) profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba baik dalam hubungan dengan penjualan, aset maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.

Menurut Hanafi M. (2017:81) profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.

Menurut Munawir (2014:86) profitabilitas merupakan rasio untuk mempelajari bagian relatif antara modal pinjaman yang diberikan oleh kreditur dan modal sendiri oleh pemegang saham. Rasio untuk mengukur profit yang diperoleh dari modal-modal yang digunakan untuk operasi tersebut atau untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Dari beberapa pendapat menurut para ahli diatas maka, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan

perusahaan dalam memperoleh laba dengan penjualan, aset, ataupun modal sendiri selama periode tertentu dari aktivitas perusahaan tersebut.

Dalam mengukur rasio profitabilitas dapat dilakukan menggunakan perbandingan berbagai komponen dalam laporan keuangan suatu perusahaan, laporan tersebut meliputi laporan keuangan laba rugi, dan laporan keuangan neraca. Pengukuran rasio profitabilitas ini dapat diukur untuk beberapa periode operasi. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mengetahui perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, perkembangan perusahaan akan terlihat baik meningkat atau mengalami penurunan dan mencari tahu penyebab perubahan tersebut (Kasmir, 2014:199).

2.2.5.2 Jenis-jenis rasio profitabilitas

Menurut Sartono (2016:123-124) jenis-jenis profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. *Gross profit margin* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

$$Gross\ profit\ margin = \frac{Penjualan - Harga\ Pokok\ Penjualan}{Penjualan}$$

Penjualan

2. *Net profit margin* digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.

$$Net\ profit\ margin = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Penjualan}$$

Penjualan

3. *Return on investment* atau *return on aset* yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

$$\text{Return on aset (ROA)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

4. *Return on equity* digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi para pemegang saham perusahaan.

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur menggunakan *Return on aset* (ROA) karena rasio ini merupakan rasio dasar yang paling sering dipakai untuk mengukur profitabilitas perusahaan. *Return on aset* (ROA) digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasar pada tingkat aset tertentu (Hanafi.M, 2012).

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Sustainability Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Sustainability reporting merupakan alat bukti bagi perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan yang ada serta digunakan sebagai bukti bahwa perusahaan tersebut telah bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan (Sejati.P.B & Prastiwi.A, 2015). Dengan melaporkan *Sustainability reporting* sejalan dengan tujuan dari perusahaan yaitu peningkatan nilai perusahaan.

Dalam teori sinyal juga menjelaskan bahwa untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan mengurangi asimetri informasi, maka dari itu dengan mempublikasikan laporan keuangan maupun non keuangan dapat menghubungkan informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Dalam hal ini jika nilai perusahaan baik maka, memberikan sinyal positif yang dapat menjaga hubungan baik perusahaan dengan pihak eksternal sehingga investor tidak ragu-ragu untuk membeli saham perusahaan dengan harga yang tinggi.

Pernyataan diatas terbukti dari hasil penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh (Habibi Mahfud, 2017) yang menyatakan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga di perkuat oleh (Loh.L & Thomas, 2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan keberlanjutan secara positif terkait dengan nilai pasar suatu perusahaan. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh pengungkapan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan kemampuan ini maka nilai perusahaan dapat ditingkatkan. Tinggi rendahnya nilai perusahaan ditentukan oleh efisiensi

perputaran aset dan tingginya profitabilitas dari aset perusahaan (habibi mahfud, 2017).

Dalam teori sinyal juga di jelaskan bahwa untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah mengurangi asimetri informasi, maka dari itu dengan mempublikasikan laporan keuangan maupun non keuangan dapat menghubungkan informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Dalam hal ini jika nilai perusahaan baik maka, memberikan sinyal positif yang dapat menjaga hubungan baik perusahaan dengan pihak eksternal sehingga investor tidak ragu-ragu untuk membeli saham perusahaan dengan harga yang tinggi, dengan mendapat sinyal positif maka profit perusahaan juga akan meningkat.

Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang di lakukan oleh (Yolanda Pratami&Jamil.P , 2021) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan serupa juga di dukung oleh (Agustina.S, 2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian pernyataan tersebut di perkuat oleh (habibi mahfud, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

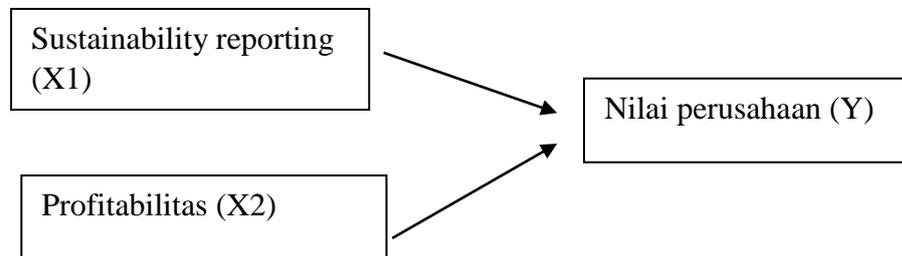
H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4 Kerangka konseptual

Menurut Sugiyono (2012:89) Kerangka konseptual atau berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa yang berhubungan antara variabel tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggambarkan pengaruh sustainability reporting, profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berikut merupakan kerangka konseptual penelitian ini:



Gambar 2.1

Kerangka konseptual

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:93) Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Hipotesis untuk menjawab sementara rumusan masalah dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

H1: *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.