

BAB II

SUSTAINABILITY, PROFITABILITY, DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

2.1. Teori Stakeholder

Stakeholder adalah pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan karena perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa ada pihak-pihak lain yang membantu (Apriwandi *et al.*, 2022). Menurut Chariri & Ghozali (2007) teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi bukan untuk mencapai kepentingan perusahaan sendiri saja tetapi juga diharuskan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang membantu perusahaan atau *stakeholdernya*. Untuk tanggung jawab perusahaan yang awalnya hanya diukur sebatas indikator ekonomi, harus bergeser dan mulai memperhitungkan dan memperhatikan indikator sosial dan tata kelolanya, karena keberlangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan para *stakeholder* (Apriwandi *et al.*, 2022). *Stakeholder* dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu *stakeholder* internal dan eksternal. *Stakeholder* internal merupakan pihak-pihak yang menjadi bagian dari perusahaan seperti tenaga kerja, manajer dan pemegang saham, sedangkan *stakeholder* eksternal yang merupakan pihak-pihak di luar perusahaan seperti penyedia bahan baku, pelanggan, masyarakat dan pemerintah (Risnaedi *et al.*, 2021).

Pengambilan keputusan perusahaan mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan seluruh pihak yang berhubungan dengan keberlanjutan aktivitas perusahaan. Tanggung jawab perusahaan yang mulai memperhitungkan indikator ekonomi, sosial, dan tata kelolanya dapat memberikan nilai tambah atau manfaat

yang lebih untuk *stakeholder* perusahaan. Adanya nilai tambah atau manfaat lebih yang dapat diberikan oleh perusahaan ini akan meningkatkan kepercayaan dan dukungan *stakeholder* perusahaan.

2.2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Meutia (2021) teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi atau perusahaan secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa perusahaan melakukan kegiatannya sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana perusahaan berada. Menurut Suchman (1995) menyamakan sudut pandang pemikiran atau asumsi masyarakat bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, pantas dan juga sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial dalam masyarakat dapat dianggap sebagai legitimasi. Dalam pandangan teori legitimasi, perusahaan melakukan pengungkapan sosial lingkungan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat khususnya atas kelangsungan aktivitas perusahaan (Meutia, 2021). Perusahaan dapat memperoleh penerimaan dari investor dan juga masyarakat umum apabila perusahaan melakukan pengungkapan secara sukarela atas aktivitas perusahaan (Donleavy, 2016).

Pada penelitian ini, teori legitimasi berhubungan dengan perusahaan yang memberikan perhatian dan kepedulian terhadap batasan, norma, nilai, kepercayaan, sosial, dan lingkungan masyarakat dimana perusahaan menjalankan aktivitasnya. Perhatian dan kepedulian yang diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kualitas proses produksi perusahaan yang berkelanjutan dan dapat membuat masyarakat terdorong untuk

membeli produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Adanya kepercayaan dari masyarakat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan yang membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam mencapai keuntungan aktivitas bisnis perusahaan dan juga memotivasi perusahaan lainnya untuk bersaing untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya.

2.3. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan yang terperinci dengan baik sejak awal didirikannya perusahaan dapat mendukung operasional perusahaan karena perusahaan sudah memiliki arah yang akan dituju dan apa yang akan dicapai baik dalam jangka waktu panjang maupun pendek. Pernyataan mengenai keinginan yang akan dijadikan pedoman untuk meraih hasil atas kegiatan yang dilakukan oleh manajemen puncak perusahaan dapat disebut dengan tujuan perusahaan (Fuad *et al.*, 2006). Tujuan perusahaan juga tergambarkan dari definisi perusahaan menurut Pracoyo & Pracoyo (2006) sebagai unit organisasi yang menggunakan berbagai faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa yang akan dijual kepada masyarakat dan berorientasi pada keuntungan.

Selain memiliki tujuan yang berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*), perusahaan juga memiliki tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara menciptakan nilai bagi pemegang saham (Sumiati & Indrawati, 2019). Seluruh bagian dalam perusahaan dan juga aktivitas produksi perusahaan diharapkan dapat menjalankan tanggung jawabnya dalam perusahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan dalam mengambil keputusan dalam

produksi perusahaan supaya menghasilkan barang dan jasa produk perusahaan dengan efektif dan efisien. Perusahaan juga diharapkan dapat beroperasi dengan lancar dan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dengan memaksimalkan keuntungan perusahaan (Fuad *et al.*, 2006).

Menurut Fuady & Rahmawati (2018) kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba disebut profitabilitas. Kemampuan operasi perusahaan dalam melakukan aktivitas produksi atas barang dan jasanya yang maksimal dapat mendukung perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya. Aktivitas produksi perusahaan yang dijalankan dengan efektif dan efisien dapat mendukung perusahaan menghasilkan barang dan jasa yang dapat menunjang ketersediaan barang untuk penjualan yang dapat menghasilkan laba perusahaan.

2.3.1. Aktivitas Produksi Perusahaan

Menurut Santoso (2021) proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dan jasa menggunakan faktor-faktor yang ada agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Sedangkan menurut Ayesha *et al.* (2022) produksi merupakan pengelolaan sumber daya alam yang sudah tersedia menjadi sebuah barang yang memiliki nilai tambah atau singkatnya proses produksi merupakan proses pengelolaan bahan mentah menjadi bahan jadi.

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa aktivitas produksi perusahaan adalah kegiatan pengelolaan sumber daya untuk menciptakan atau menambah nilai kegunaan suatu barang dan jasa, dari bahan mentah menjadi bahan jadi.

2.4. Profitabilitas

Menurut Pranaditya *et al.* (2021), profitabilitas diartikan sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan dari aktivitas bisnis seperti hasil dari penjualan dan pendapatan investasi, dan rasio profitabilitas digunakan untuk menilai efisiensi dan efektivitas perusahaan.”

Sedangkan menurut Siregar (2021), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dengan menggunakan modal atau aktiva yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu.

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu baik jangka waktu yang pendek maupun jangka waktu panjang berdasarkan dari aktivitas bisnis dengan modal atau aktiva yang dimiliki perusahaan.

2.4.1. Dimensi *Profitability*

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan (Sukamulja, 2019). Menurut Sukamulja (2019) Rasio profitabilitas juga dapat dikategorikan mejadi empat jenis yaitu:

a. *Gross Profit Margin*

Rasio yang mengukur laba kotor yang dimiliki perusahaan relatif terhadap penjualan atau pendapatan bersih yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}}$$

b. *Net Profit Margin*

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari hasil penjualan perusahaan.

$$\text{Net Profit margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}}$$

c. *Return on Equity*

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari ekuitas perusahaan.

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

d. *Return on Assets*

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersihnya dari asset yang dimiliki perusahaan sekaligus mengukur tingkat pengembalian investasi yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Return on assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2.5. Berkelanjutan (*Sustainability*)

Sustainability memiliki pengertian yang luas dan apabila diterjemahkan *sustainability* mempunyai arti berkelanjutan. Menurut Andayani & Sukaharsono (2021) *sustainability* adalah keseimbangan antara *people-planet-profit* atau yang dikenal dengan *Tripple Bottom Line* (TBL) dan *sustainability* adalah bagaimana kita memanfaatkan sumber daya lingkungan yang ada dengan efektif, efisien dan ekonomis. Sedangkan menurut Agustina *et al.* (2022) *business sustainability* merupakan kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan dan meningkatkan

nilai bagi pemegang saham dengan mengintegrasikan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam strategi bisnisnya. Penerapan konsep berkelanjutan yang diterapkan dalam sebuah perusahaan dapat diketahui oleh masyarakat umum maupun pemegang saham melalui laporan keberlanjutan perusahaan. Menurut Pratama (2021) laporan keberlanjutan adalah pengungkapan tentang dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas operasi perusahaan yang dilaporkan terintegrasi dengan pelaporan korporasi.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *sustainability* adalah keseimbangan antara *people planet profit* yang dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dengan mengintegrasikan ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan yang dilaporkan secara terintegrasi dengan pelaporan korporasi yaitu *sustainability report*.

2.5.1. Dimensi Berkelanjutan (*Sustainability*)

ESG merujuk pada tiga faktor sentral pengukuran dampak berkelanjutan dan etika dalam operasional perusahaan. Menurut Luqyana (2020) ESG merupakan sebuah standar yang digunakan perusahaan dalam praktik investasinya yang dapat terdiri dari tiga konsep atau kriteria yaitu: *Environmental* (Lingkungan), *Social* (Sosial), dan *Governance* (Tata Kelola) perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang menerapkan prinsip ESG dalam praktik bisnis dan investasinya akan turut mengintegrasikan dan mengimplementasikan kebijakan perusahaannya sehingga selaras dengan keberlangsungan tiga elemen berkelanjutan tersebut. Ketiga konsep ini dapat diukur dengan analisis isi

menggunakan 28 indikator yang dikeluarkan oleh *Amman Stock Exchange* (Amosh & Khatib, 2021). Indikator ini diadaptasi dari gabungan GRI Standard dan *World Federation of Exchange* yang terdiri dari indikator lingkungan, sosial dan tata kelola.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Cupertino *et al.* (2021) yang berjudul “Sustainability and short-term profitability in the agri-food sector, a cross-sectional time series investigation on global corporations.” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan keberlanjutan (tanggung jawab produk, *eco*-inovasi, manajemen dan komitmen pemerintah pada keberlanjutan) yang baik berpengaruh positif terhadap keuntungan.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Bodhanwala & Bodhanwala (2018) yang berjudul “Does corporate sustainability impact firm profitability? Evidence from India.” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *sustainability* berpengaruh positif signifikan terhadap pengukuran kinerja perusahaan (*Return on Invested capital, Return on Equity, Return on Assets, dan Earnings per share*).

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Whetman (2017) yang berjudul “The Impact of Sustainability Reporting on Firm Profitability.” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on Equity, Return on Assets, dan Profit Margin* tahun berikutnya perusahaan.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Yuen *et al.* (2022) yang berjudul “The environment, social and governance (ESG) activities and profitability under

COVID-19: evidence from the global banking sector.” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas *Environmental*, *Social*, dan *Governance* (ESG) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan.

Tabel 2.1.

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil
1.	Cupertino, <i>et al.</i> (2021)	<p>Variabel Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Return on Assets (ROA)</i> <p>Variabel Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Environmental</i> - <i>Social</i> - <i>Governance</i> <p>Variabel innovative micro ESG</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Product Responsible</i> - <i>CSR Strategy</i> - <i>Environmental Innovation</i> - <i>Management</i> - <i>Resource Use</i> <p>Variabel Kontrol</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Overhead Expenses to Net Sales</i> - <i>Cash flow to Net Sales</i> - <i>Quick Ratio</i> - <i>Firm Size</i> 	Perusahaan pertanian pangan dan minuman global dengan periode tahun 2010-2019.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan keberlanjutan (tanggung jawab produk, eco-inovasi, manajemen dan komitmen pemerintah pada keberlanjutan) yang baik berpengaruh positif terhadap keuntungan.
2.	Bodhanwala & Bodhanwala (2018)	<p>Variabel Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Return on invested capital (ROIC)</i> - <i>Return on equity (ROE)</i> 	Perusahaan di India yang memiliki ERWS ratings	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sustainability berpengaruh positif signifikan terhadap pengukuran kinerja

		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Return on assets (ROA)</i> - <i>Earnings per share (EPS)</i> <p>Variabel Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Revenue Growth (REV Growth)</i> - <i>Environment, social and governance score (ESGS)</i> <p>Variabel Kontrol</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Total assets growth (TA Growth)</i> - <i>Total debt to equity (LEV)</i> - <i>Data Streams Codes (DS_Code)</i> 	dengan periode 2010-2015.	perusahaan (<i>Return on Invested capital, Return on Equity, Return on Assets, dan Earnings per share</i>).
3.	Whetman (2017)	<p>Variabel Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Return on equity</i> - <i>Return on assets</i> - <i>Profit margin</i> <p>Variabel Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sustainability reporting</i> <p>Variabel Kontrol</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Capital Structure</i> - <i>Firm size</i> 	Perusahaan di Amerika pada tahun 2015-2016	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>sustainability reporting</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Return on Equity, Return on Assets, dan Profit Margin</i> tahun berikutnya perusahaan. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa <i>sustainability reporting</i> berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas perusahaan dengan jumlah kepemilikan institusional yang rendah, sedangkan terdapat hubungan

				negatif antara <i>return on equity</i> dan <i>return on assets</i> dengan CSR pada perusahaan dengan jumlah kepemilikan yang tinggi.
4.	Yuen <i>et al.</i> (2022)	Variabel Dependen <ul style="list-style-type: none"> - <i>Return on Assets</i> - <i>Return on Equity</i> Variabel Independen <ul style="list-style-type: none"> - <i>Environment pillar score</i> - <i>Social pillar score</i> - <i>Governance pillar score</i> Variabel Kontrol <ul style="list-style-type: none"> - <i>Leverage</i> - <i>Banking intermediation</i> - <i>Credit risk</i> - <i>Capitalization</i> - <i>Bank size</i> 	Bank komersial di 63 negara dengan ESG dan informasi keuangan.	Aktivitas ESG berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perbankan.

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh Pengungkapan ESG terhadap *Return on Assets* Perusahaan Manufaktur

Pengungkapan ESG yang dilakukan oleh perusahaan menjadi bagian dari tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan praktik berkelanjutan yang dinyatakan melalui laporan keberlanjutan perusahaan. Memperhatikan aspek *Tripple Bottom Line (TBL)* dapat meningkatkan nilai tanggung jawab sosial perusahaan dimata masyarakat dan dapat meningkatkan pemanfaatan sumber

daya lingkungan, sosial, dan tata kelola yang ada dengan efektif dan efisien untuk keberlanjutan bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pengungkapan praktik ESG melalui pengungkapan laporan keberlanjutan dapat meningkatkan legitimasi kepercayaan konsumen dan *stakeholder* terhadap aktivitas produksi perusahaan.

Kepercayaan konsumen dan *stakeholder* yang meningkat terhadap aktivitas produksi perusahaan yang berkelanjutan dapat memberikan dampak pada perilaku konsumen dan *stakeholder* untuk membeli maupun berinvestasi pada perusahaan yang lebih memperhatikan aspek berkelanjutan dalam produksinya. Perusahaan yang memperhatikan aspek berkelanjutan ESG dapat memberikan manfaat lebih untuk *stakeholdernya* yang dapat memotivasi investor untuk berinvestasi pada perusahaannya. Kecenderungan perilaku konsumen dan *stakeholder* untuk berinvestasi dan membeli hasil produksi yang berkelanjutan ini dapat berpengaruh pada penjualan perusahaan yang akan meningkat sehingga laba bersih perusahaan juga akan meningkat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin baik sebuah perusahaan menjalankan praktik berkelanjutan dengan mengungkapan ESG pada laporan keberlanjutan akan meningkatkan ROA yang didapatkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian Bodhanwala & Bodhanwala (2018), Whetman (2017), dan Cupertino *et al.* (2021) menyatakan bahwa *sustainability* berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Namun, dalam hasil penelitian Yuen *et al.* (2022) menyatakan bahwa aktivitas ESG berpengaruh negatif terhadap ROA perusahaan. Adanya hasil penelitian terdahulu berbeda-beda hasilnya, maka

dalam penelitian ini peneliti mengembangkan hipotesis yang berkaitan dengan variabel *sustainability report*. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Pengungkapan *Environmental, Social, Governance* (ESG) berpengaruh positif terhadap *Return on Assets* perusahaan manufaktur.

2.7.2. Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap *Return on Equity* Perusahaan Manufaktur

Aktivitas produksi perusahaan diharuskan memberikan manfaat kepada pihak-pihak lain yang membantu perusahaan atau *stakeholdernya*. Keterbukaan perusahaan terhadap pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan mengenai proses aktivitas produksi disampaikan melalui laporan keberlanjutan atau yang biasa dikenal sebagai *sustainability report*. Pada saat ini tanggung jawab perusahaan mulai memperhatikan indikator sosial dan tata kelolanya untuk mendapatkan dukungan *stakeholder*. Pengungkapan ESG melalui laporan keberlanjutan yang dimiliki perusahaan akan semakin membaik, terlebih lagi di saat ini banyak investor dan masyarakat yang memperhatikan aspek berkelanjutan perusahaan sebagai pertimbangan untuk berinvestasi.

Kepercayaan konsumen dan stakeholder yang meningkat terhadap aktivitas produksi perusahaan yang berkelanjutan dapat memberikan dampak pada perilaku konsumen dan *stakeholder* untuk membeli maupun berinvestasi pada perusahaan yang lebih memperhatikan aspek berkelanjutan dalam produksinya. Perusahaan yang memperhatikan aspek berkelanjutan ESG dapat memberikan

manfaat lebih untuk konsumen yang dapat memotivasi konsumen untuk membeli produk maupun jasa perusahaannya. Kecenderungan perilaku konsumen dan *stakeholder* untuk berinvestasi dan membeli hasil produksi yang berkelanjutan ini dapat berpengaruh pada penjualan perusahaan yang akan meningkat.

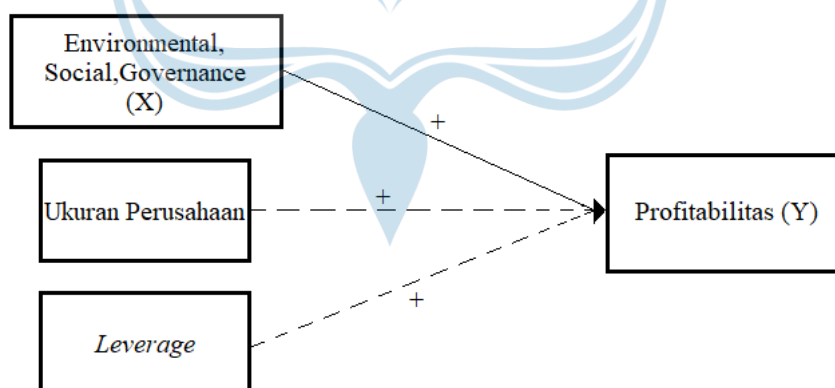
Kepercayaan konsumen terhadap produk dapat memotivasi konsumen untuk membeli produk maupun jasa yang berkelanjutan. Peningkatan penjualan perusahaan yang memperhatikan dan menerapkan aspek berkelanjutan dalam aktivitas produksi perusahaan dapat memberikan dampak pada peningkatan *return* perusahaan. Pembelian produk maupun jasa yang dilakukan oleh konsumen ini dapat meningkatkan laba ditahan atau laba yang dicadangkan oleh perusahaan. Adanya peningkatan laba yang ditahan oleh perusahaan ini dapat berpengaruh terhadap meningkatnya maupun menurunnya ekuitas sebuah perusahaan.

Terutamanya peningkatan laba atas penjualan ini dapat berdampak pada *Return on Equity* perusahaan. *Return on Equity* perusahaan dapat meningkat pada saat perusahaan mengalami peningkatan laba dengan ekuitas yang tetap. Perusahaan juga dapat mengalami peningkatan ROE apabila peningkatan laba dua kali lebih besar dibandingkan dengan peningkatan ekuitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin baik sebuah perusahaan menjalankan praktik berkelanjutan dengan mengungkapkan ESG pada laporan keberlanjutan akan meningkatkan ROE yang didapatkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian Bodhanwala & Bodhanwala (2018) dan Whetman (2017) menyatakan bahwa *sustainability* berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. Namun, dalam hasil penelitian Yuen *et al.* (2022) menyatakan bahwa aktivitas *ESG* berpengaruh negatif terhadap ROE perusahaan. Adanya hasil penelitian terdahulu berbeda-beda hasilnya, maka dalam penelitian ini peneliti mengembangkan hipotesis yang berkaitan dengan variabel *sustainability report*. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Pengungkapan *Environmental, Social, Governance (ESG)* berpengaruh positif terhadap *Return on Equity* perusahaan manufaktur.

2.8. Kerangka Berfikir



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir