

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Penelitian dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. *Agency Theory*

Agency Theory merupakan hubungan kontrak antara satu atau lebih individu (*principal*) dan melibatkan individu lain (*agent*) untuk melakukan pendelegasian beberapa keputusan atas nama mereka (*principal*), serta membuat keputusan terbaik dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan *principal* yang salah satunya tercermin dalam nilai perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Agen yang diberi wewenang untuk mengambil keputusan harus bertanggung jawab kepada *principal* atas keputusan yang diambilnya. Jika *agent* maupun *principal* memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka *agent* akan menggunakan kekuasaannya demi kepentingan *principal* (Harsono, 2019).

Hubungan antara pemilik saham dan manajer perusahaan dapat disamakan dengan hubungan agensi, di mana manajer (*agent*) bertindak atas nama pemilik saham (*principal*). Oleh karena itu, masalah yang terjadi dalam perusahaan hampir serupa dengan masalah agensi. Menurut Aryani dan Budiarta (2014) yang dikutip dalam Budiharjo (2020), konflik kepentingan antara *principal* dan agen disebut sebagai masalah agensi, di mana *agent* cenderung memprioritaskan keuntungan pribadi mereka daripada keuntungan *principal*. Karena tujuan *agent* tidak selalu sejalan dengan memaksimalkan keuntungan *principal*, konflik muncul. Tindakan *agent* yang memanfaatkan kesempatan untuk kepentingan pribadi tanpa mempertimbangkan kepentingan *principal* dapat merugikan kesejahteraan *principal* dan nilai perusahaan.

2.1.2. *Legitimacy Theory*

Legitimacy Theory berpendapat bahwa perusahaan bukan hanya memperhatikan hak pemegang saham saja, tetapi juga perlu mempertimbangkan hak Masyarakat, terutama dalam pelaksanaan program-program sosial dan lingkungan (Buallay, 2019; Rais dkk., 2020). Menurut (Rais dkk., 2020) Perusahaan menyadari bahwa masyarakat di sekitar mengharapkan pelaporan

mengenai kegiatan sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan secara sukarela melaporkan kegiatan sosial dan lingkungan.

Legitimacy Masyarakat memiliki dampak yang signifikan bagi perkembangan perusahaan di masa mendatang (Muslichah, 2020). Oleh karena itu, untuk menjaga kelangsungan perusahaan, penting bagi perusahaan untuk mendapatkan *Legitimacy* dari Masyarakat dengan cara melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial (Rais dkk., 2020). Jika perusahaan tidak mampu memenuhi harapan Masyarakat, dapat mengakibatkan pembatasan operasi perusahaan dan penurunan permintaan terhadap produk-produknya. Menurut *Legitimacy Theory*, praktik-praktik keberlanjutan dapat membantu perusahaan memperkuat legitimasinya dengan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memenuhi kebutuhan berbagai pihak yang berkepentingan dan tetap menghasilkan keuntungan (Buallay, 2019).

2.1.3. Stakeholder Theory

Stakeholder adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap suatu entitas perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Rais dkk., 2020). *Stakeholder* terbagi menjadi 2 kategori, yaitu pemangku kepentingan *internal* dan *eksternal*. Pemangku kepentingan *internal* adalah pihak yang tergabung dalam struktur organisasi bisnis dan memiliki pengaruh terhadap tujuan serta kebijakan perusahaan. Sedangkan, pihak-pihak yang terkait dari luar organisasi bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung di sebut pemangku kepentingan *eksternal* (Muslichah, 2020).

Stakeholder theory menekankan bahwa perusahaan, dalam melaksanakan aktivitas operasinya tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, melainkan juga harus memberikan keuntungan kepada semua pihak yang memiliki kepentingan pada perusahaan (Muslichah, 2020). Salah satu alasan mengapa *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasarkan pada teori pemangku kepentingan adalah karena perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap pemegang saham, tetapi juga terhadap pihak lain yang terkait (Rais

dkk., 2020). Menurut Ulum et al. (2018) dalam Kusumawati & Setiawan (2019) *stakeholder* di anggap memiliki pengaruh yang kuat karena mereka adalah faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan saat memutuskan apakah akan mengungkapkan atau tidak mengungkapkan informasi dalam laporan keuangan. Teori ini menekankan pentingnya peran *stakeholder* dalam perusahaan, sehingga perusahaan diharapkan untuk memberikan kepuasan kepada *stakeholder*. *Stakeholder* akan merasa puas apabila perusahaan meningkatkan tanggung jawab sosial secara berkelanjutan (Rais dkk., 2020). Perusahaan memberikan kepuasan kepada *stakeholder* dengan maksud untuk membangun hubungan kerja sama yang baik. *Stakeholder* secara tidak langsung memiliki kewenangan untuk mempengaruhi pengelolaan bisnis. Dengan mengelola semua potensi perusahaan dengan efektif dan optimal melalui kontribusi *stakeholder*, dapat diciptakan nilai tambah yang mendorong kinerja keuangan serta nilai perusahaan. Ini menjadi fokus dari intervensi *stakeholder* terhadap manajemen (Wahyu (2011) dalam (Kusumawati et al., (2019)).

2.1.4. Nilai Perusahaan

Menurut Sutrisno (2020), nilai perusahaan adalah sudut pandang investor mengenai kesuksesan suatu perusahaan, yang juga mencakup potensi dan prospek perusahaan dalam mempertahankan serta mengembangkan operasinya dimasa yang akan datang (Widjaja & Susanti, 2022). Nilai perusahaan tercermin pada harga saham suatu perusahaan (Sutrisno, 2020). Menurut Felicia & Karmudiandri (2019), nilai perusahaan sangat penting bagi *shareholder* karena mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja perusahaan secara menyeluruh. Menurut Dwipayana & Suaryana (2016), beberapa metode analisis keuangan yang digunakan untuk mengevaluasi nilai suatu perusahaan adalah *Price To Book Value* (PBV), yang mengukur hubungan antara harga saham perusahaan dengan nilai buku per lembar saham. PVB digunakan untuk menilai apakah harga saham perusahaan lebih murah atau lebih mahal dibandingkan nilai buku per lembar saham. *Price to Sales* (P/S) yang mencerminkan hubungan antara harga saham dengan penjualan. Selain itu, *Price to Earnings* (P/E) yang mencerminkan hubungan antara harga saham dengan

laba perusahaan. Menurut Hanafi dan Halim (2009:82) dalam Widjaja & Susanti (2022), nilai perusahaan juga dapat diukur menggunakan rasio pasar salah satunya adalah Tobin's Q. Tobin's Q dianggap sebagai indikator yang baik karena mencakup semua komponen modal perusahaan, termasuk hutang, ekuitas, dan aset perusahaan (Fajaria & Isnalita, 2018). Nilai Perusahaan yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang sahamnya, sehingga semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan (Felicia & Karmudiandri, 2019).

Tujuan didirikannya sebuah perusahaan umumnya jelas, yakni untuk meraih laba yang maksimal. Selain itu, tujuan lainnya meliputi peningkatan kekayaan pemegang saham dan optimalisasi nilai perusahaan (Muliati dkk., 2021). Meningkatnya nilai perusahaan memiliki dampak positif yang signifikan bagi perusahaan, salah satunya adalah sebagai indikator menarik bagi minat investor. Ketika nilai perusahaan meningkat, hal tersebut mencerminkan kinerja yang baik dan potensi pengembalian yang tinggi bagi para investor. Dengan demikian, dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan (Olivia & Dermawan, 2021). Peningkatan nilai perusahaan tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, tetapi juga memberi keyakinan kepada para investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih mantap. Dalam situasi perusahaan yang telah terdaftar di bursa efek, harga saham menjadi tolak ukur utama untuk menilai nilai perusahaan, yang mencerminkan pandangan pasar terhadap kinerja Perusahaan (Felicia & Karmudiandri, 2019). Menurut Widjaja & Susanti (2022), nilai perusahaan tidak hanya menarik minat investor, melainkan juga memperlihatkan potensi dan prospek masa depan perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan juga menunjukkan kekayaan bagi pemegang saham, karena semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi pula nilai yang dibayarkan oleh pemegang saham untuk memperoleh kepemilikan saham tersebut (Widjaja & Susanti, 2022).

Untuk mencapai nilai perusahaan yang baik, sebuah perusahaan harus mampu mengelola potensi keuangan dan non keuangan, sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan untuk keberlangsungan hidup dalam jangka

panjang. Menurut Junitania & Prajitno (2019), ada tiga faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan ukuran perusahaan. Faktor internal meliputi kinerja perusahaan yang berasal dari internal perusahaan itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan, seperti tingkat suku bunga, inflasi, lingkungan, sosial dan budaya. Selain itu, ukuran perusahaan yang besar dapat menunjukkan stabilitas dan risiko kebangkrutan yang rendah

Astuti & Juwenah (2017) mengemukakan bahwa saat ini investor cenderung lebih memilih perusahaan yang tidak hanya berfokus pada profit semata, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai upaya untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Ini berarti perusahaan harus tidak hanya memperhatikan profitabilitasnya, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya. Dengan demikian, Perusahaan dapat memainkan peran penting dalam menerapkan prinsip *good corporate governance*. Konsep ini sejalan dengan pandangan yang disampaikan oleh Fahmi (2014: 190) dalam Kusumawati & Setiawan (2019), yang menekankan bahwa nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas kinerja perusahaan, khususnya dalam aspek keuangan, yang tidak dapat dipisahkan dari kinerja non-keuangan. Dalam hal ini, kinerja perusahaan tidak hanya dinilai dari segi profitabilitas finansial semata, tetapi juga dari dampaknya terhadap masyarakat, lingkungan, dan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Dengan memperhatikan kedua aspek ini, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat, meningkatkan kepercayaan investor, dan menciptakan nilai perusahaan jangka panjang yang berkelanjutan.

2.1.5. *Environmental Performance*

Environmental performance merujuk pada sejauh mana kegiatan bisnis suatu perusahaan mempengaruhi lingkungan (Chasbiandani dkk., 2019). Ini mencakup berbagai aspek seperti dampak lingkungan terhadap sumber daya yang digunakan, pengaruhnya pada proses organisasi perusahaan, implikasi terhadap produk dan layanan yang disediakan, upaya pemulihan dan pemrosesan produk, serta ketaatan terhadap persyaratan lingkungan yang di berlakukan (Budiharjo,

2020). Selain itu, *environmental performance* juga mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan adalah memastikan bahwa proses produksinya tidak menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi lingkungan sekitar (Rais dkk., 2020). Penilaian terhadap *environmental performance* perusahaan tidak hanya terbatas pada hasil akhir dari kegiatan operasional mereka, melainkan juga mencakup upaya-upaya untuk meningkatkan dan mengurangi dampak lingkungan dari seluruh siklus hidup produk. Berdasarkan standar GRI G4, pengungkapan *environmental performance* mencakup berbagai aspek termasuk aspek bahan, energi, air, limbah dan efluen, keanekaragaman hayati, emisi, produk dan jasa, kepatuhan dan transportasi, dan lain-lain. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai hal tersebut:

1. Aspek bahan mencakup laporan organisasi mengenai bahan yang digunakan dalam operasi mereka, diukur berdasarkan berat atau volume untuk mengevaluasi konsumsi sumber daya secara komprehensif. Perusahaan juga mengidentifikasi persentase bahan yang berasal dari daur ulang, untuk mengukur praktik daur ulang dan mendorong keberlanjutan dalam penggunaan bahan baku. Informasi ini penting untuk menilai efisiensi material, dampak lingkungan operasi, serta untuk mengidentifikasi peluang peningkatan dalam penggunaan bahan daur ulang.
2. Aspek energi dalam standar GRI G4 mencakup konsumsi energi di dalam dan di luar organisasi, diukur dalam joule atau kelipatannya, termasuk penggunaan energi oleh pemasok dan mitra eksternal. Intensitas energi menunjukkan efisiensi energi per unit *output*. Upaya mengurangi konsumsi energi melibatkan inisiatif untuk menurunkan penggunaan energi secara keseluruhan dan kebutuhan energi pada produk dan jasa, demi meningkatkan efisiensi dan mengurangi dampak lingkungan.
3. Aspek air, limbah, dan efluen mencakup total pengambilan air dari sumber, identifikasi pengaruh signifikan terhadap sumber air, persentase dan volume air yang didaur ulang, serta pembuangan air dengan rincian kualitas dan tujuan. Juga termasuk bobot limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan,

jumlah tumpahan signifikan, dan bobot limbah berbahaya sesuai Konvensi Basel yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah. Laporan ini juga mencatat dampak terhadap keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang signifikan akibat air buangan dan limpasan organisasi.

4. Aspek Keanekaragaman hayati Perusahaan harus mengidentifikasi lokasi dimana mereka melakukan operasi, menyewa, atau mengelola, baik di dalam maupun di sekitar kawasan lindung serta daerah dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung. Mereka harus menjelaskan dampak penting dari kegiatan, produk, dan jasa mereka terhadap keanekaragaman hayati di area tersebut, termasuk upaya perlindungan dan restorasi habitat. Perusahaan juga diharuskan melaporkan jumlah total spesies dalam IUCN *Red List* dan daftar spesies nasional yang terpengaruh oleh operasional mereka, serta melakukan evaluasi risiko kepunahan.
5. Aspek Emisi dalam kategori ini mencakup berbagai jenis emisi gas rumah kaca (GRK). Emisi langsung (cakupan 1) berasal dari sumber yang dimiliki atau dikendalikan langsung oleh organisasi. Emisi energi tidak langsung (cakupan 2) terjadi dari konsumsi energi yang dibeli, misalnya listrik. Sedangkan emisi tidak langsung lainnya (cakupan 3) meliputi semua emisi terkait dengan aktivitas organisasi tetapi terjadi di sumber yang tidak dimiliki atau dikendalikan langsung, seperti transportasi dan produksi bahan baku. Kategori ini juga mencatat intensitas emisi GRK, upaya pengurangan emisi GRK, emisi bahan perusak ozon (BPO), serta emisi nitrogen oksida (NO_x), sulfur oksida (SO_x), dan emisi udara signifikan lainnya.
6. Aspek Produk dan Jasa dalam GRI G4 mencakup upaya mitigasi dampak lingkungan produk dan layanan, termasuk strategi untuk mengurangi emisi, limbah, dan penggunaan sumber daya. Selain itu, persentase produk terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pengelolaan limbah dan keberlanjutan.
7. Aspek Kepatuhan dalam GRI G4 mencakup nilai moneter dari denda yang signifikan serta jumlah total sanksi non-moneter yang diterima akibat pelanggaran undang-undang dan peraturan lingkungan. Sementara itu, aspek

Transportasi memperhitungkan dampak lingkungan dari pengangkutan produk, barang, dan bahan operasional, termasuk transportasi tenaga kerja. Dampak ini mencakup emisi gas rumah kaca, polusi udara, konsumsi energi yang tinggi, dan potensi degradasi habitat sepanjang jalur transportasi.

8. Aspek lain-lain mencakup pelaporan total pengeluaran dan investasi untuk perlindungan lingkungan, yang mencakup berbagai jenis aktivitas dan inisiatif. Mereka juga mencatat persentase pemasok baru yang telah disaring menggunakan kriteria lingkungan tertentu, sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasokan mereka. Selain itu, organisasi mengidentifikasi dan mengelola dampak lingkungan negatif yang signifikan, baik yang sudah terjadi maupun yang berpotensi terjadi dalam rantai pasokan mereka, dengan mengambil langkah-langkah untuk mengurangi dampak ini secara proaktif.

Metode yang digunakan untuk memantau *environmental performance* perusahaan yaitu seperti melalui *notes to financial statements*, *environmental reports*, atau *sustainability reports* perusahaan (Muslichah, 2020). Menurut Lindrianasari (2007) dalam Budiharjo (2020), terdapat berbagai jenis indikator *environmental performance* yang digunakan dalam setiap penelitian. Beberapa tipe indikator yang umum digunakan meliputi:

1. Program Penilaian Kinerja Lingkungan (PROPER) adalah sebuah program evaluasi kinerja lingkungan yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia. Program ini memberikan penilaian terhadap kinerja lingkungan perusahaan berdasarkan berbagai kriteria, seperti kepatuhan terhadap peraturan lingkungan dan upaya-upaya untuk mengelola dampak lingkungan.
2. Standar ISO (*International Organization for Standardization*) seperti ISO 14001 untuk Sistem Manajemen Lingkungan (*Environmental Management Systems*) dan ISO 17025 untuk Sertifikasi Pengujian Lingkungan dari lembaga independen, merupakan pedoman internasional yang digunakan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa praktik-praktik mereka sesuai dengan

standar yang diakui secara global dalam manajemen lingkungan dan pengujian lingkungan.

3. AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) adalah sebuah studi yang dilakukan untuk mengevaluasi dampak lingkungan dari suatu proyek atau kegiatan tertentu. Indikator yang digunakan dalam AMDAL sering kali meliputi parameter-parameter seperti *Biological Oxygen Demand* (BOD) dan *Chemical Oxygen Demand* (COD) dari limbah, yang mengukur tingkat pencemaran air.
4. GRI (*Global Reporting Initiative*) adalah sebuah inisiatif global yang mengembangkan pedoman dan kerangka kerja untuk pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). GRI memberikan panduan tentang informasi yang harus dilaporkan oleh perusahaan terkait kinerja lingkungan mereka, termasuk pengukuran dan pengungkapan mengenai aspek-aspek lingkungan yang relevan.

Faktor eksternal seperti tekanan dari *stakeholders*, tuntutan konsumen, dan kerusakan lingkungan juga berperan penting dalam membentuk fokus perusahaan dan memberikan tekanan kepada perusahaan untuk mengadopsi praktik-praktik yang lebih berkelanjutan (Wibowo, 2017). Konsumen merupakan salah satu *stakeholder* suatu perusahaan sehingga konsumen juga berhak untuk mengetahui *environmental performance* suatu perusahaan karena seperti yang dikemukakan oleh Freeman (2001) dalam Sejati & Prastiwi (2015), setiap *stakeholder* harus diperlakukan secara adil. Ini berarti bahwa konsumen juga perlu memperoleh informasi yang transparan mengenai bagaimana produk yang mereka konsumsi mempengaruhi lingkungan. Kepercayaan konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan produk perusahaan. Peningkatan penjualan dapat menjadi faktor yang meningkatkan laba bersih perusahaan (Sejati & Prastiwi, 2015).

Perusahaan mengungkapkan *environmental performance* dengan tujuan untuk membuktikan kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan tidak hanya peduli terhadap keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan kondisi lingkungan serta berkomitmen untuk berkontribusi dalam menjaga keberlanjutan

lingkungan (Febriyanti, 2021). Hal ini mencerminkan sebuah kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta menekankan bahwa perusahaan bertujuan untuk menjadi bagian dari solusi dalam menjaga lingkungan hidup bagi generasi masa depan. Menurut Astuti & Juwenah (2017) dengan mengungkapkan *environmental performance*, perusahaan dapat meningkatkan citra yang baik dimata masyarakat. Citra yang positif dalam hal lingkungan akan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, sehingga *stakeholder* akan lebih percaya pada perusahaan (Sejati & Prastiwi, 2015). Shrivastava (2018) dalam Chowdhury dkk. (2019), mengatakan bahwa adopsi teknologi lingkungan yang inovatif memiliki potensi untuk menghasilkan beberapa manfaat seperti pengurangan biaya operasional, peningkatan efisiensi penggunaan energi, peningkatan efisiensi dalam proses manufaktur, dan mengurangi biaya terkait pembuangan limbah dan polusi udara. Selain itu, komitmen yang kuat terhadap lingkungan dari perusahaan dapat memberikan dampak positif terhadap bisnisnya dengan cara menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta membantu dalam perekrutan dan mempertahankan karyawan yang berkualitas tinggi.

2.1.6. *Economic Performance*

Menurut Anna & R.T (2019), pengungkapan tentang *economic performance* mencerminkan pengaruh operasional perusahaan terhadap lingkungan ekonomi dalam skala mikro maupun makro. Menurut Almilia dan Wijayanto (2007) dalam Nawangsari & Nugroho (2019), aspek-aspek yang akan diungkapkan oleh perusahaan terkait dengan *economic performance* adalah sebagai berikut:

1. Aspek ekonomi secara umum mencakup nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan, dampak perubahan iklim terhadap aktivitas organisasi secara finansial, pengelolaan kewajiban terkait program imbalan pasti, penerimaan bantuan finansial dari pemerintah, serta strategi pemanfaatan bantuan tersebut untuk meningkatkan kinerja ekonomi.
2. Aspek keberadaan di pasar melibatkan evaluasi rasio upah standar pegawai pemula berdasarkan jenis kelamin dan upah minimum regional di lokasi

operasional yang signifikan, serta analisis perbandingan manajemen senior yang berasal dari komunitas lokal di tempat operasi yang relevan.

3. Aspek ekonomi tidak langsung mempertimbangkan dampak langsung dan tidak langsung dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang diberikan, serta evaluasi dampak ekonomi tidak langsung yang berpotensi signifikan, termasuk implikasinya terhadap pendapatan, kesempatan kerja, dan kualitas hidup masyarakat.
4. Aspek praktik pengadaan mengulas perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang penting, yang mungkin berdampak pada pendapatan, kesempatan kerja, atau kualitas hidup masyarakat. Dengan demikian, kinerja ekonomi melibatkan pengelolaan pendapatan, kewajiban, penerimaan bantuan finansial, dan dampak yang dirasakan secara langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat dan lingkungan.

Pengungkapan *economic performance* dapat memperkuat transparansi perusahaan sehingga pihak terkait termasuk investor menjadi lebih percaya terhadap perusahaan dan berdampak pada peningkatan citra perusahaan (Natalia & Tarigan, 2014). Dengan tersedianya *sustainability report* yang menyoroti *economic performance*, mampu memberikan gambaran yang lebih terinci tentang dampak organisasi terhadap kondisi ekonomi, pemangku kepentingan serta terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, maupun global. Aspek-aspek yang diungkap dalam *economic performance* lebih menekankan kontribusi perusahaan terhadap keseluruhan sistem ekonomi yang lebih besar. Sehingga pengungkapan *economic performance* dapat memperkuat transparansi perusahaan sehingga pihak terkait termasuk investor menjadi lebih percaya terhadap perusahaan dan berdampak pada peningkatan citra perusahaan (Natalia & Tarigan, 2014). Aspek yang dilaporkan pada ekonomi berkelanjutan lebih pada kontribusi perusahaan terhadap sistem ekonomi, yang kemudian menjadi sinyal yang penting bagi para investor mengingat informasi ini merupakan penjelasan tambahan dari laporan keuangan.

Menurut (Anna & R.T 2019; Astuti & Juwenah 2017; Febriyanti 2021), *economic performance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal

ini mengindikasikan bahwa keberhasilan perusahaan didukung oleh *economic performance*, yang merupakan kegiatan utama perusahaan. Selain itu, penelitian ini mendukung gagasan bahwa investor fokus pada *economic performance* perusahaan sebelum memutuskan di mana akan menginvestasikan dana mereka.

2.1.7. Corporate Social Performance

Corporate Social Performance adalah informasi mengenai kesejahteraan manusia, termasuk dampak perusahaan terhadap masyarakat di wilayah mereka beroperasi (Muslichah, 2020). *Corporate Social Performance* juga mengungkapkan mengenai risiko yang timbul dari interaksi dengan institusi sosial lain yang mereka kelola (Astuti & Juwenah, 2017). Kesejahteraan manusia adalah aspek penting karena dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan (Muslichah, 2020). Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Anna & R.T (2019) Aspek sosial dibagi ke dalam 4 bagian yakni :

1. Hak asasi manusia mencakup komitmen perusahaan untuk menghormati, melindungi, dan memenuhi hak asasi manusia dalam semua aspek operasional mereka, termasuk dalam rekrutmen dan pengembangan karyawan serta pengakuan hak-hak pekerja.
2. Masyarakat, merujuk pada upaya perusahaan untuk membangun hubungan yang positif dengan masyarakat di sekitar dan berkontribusi pada kesejahteraan dan pembangunan lokal. Mencakup dukungan terhadap pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan program-program sosial lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat.
3. Tanggung jawab produk, mengacu pada komitmen perusahaan untuk memproduksi dan menyediakan produk atau layanan yang aman, berkualitas, dan memenuhi standar etika yang tinggi. Mencakup menjaga keamanan produk, memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang produk, serta mempertimbangkan dampak produk terhadap lingkungan dan masyarakat.
4. Tenaga kerja dan pekerjaan layak, mengacu pada komitmen perusahaan untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman, sehat, adil, dan inklusif bagi semua

karyawan. Tanggung jawab dalam aspek ini bisa termasuk pembayaran upah yang adil, jam kerja yang wajar, keamanan dan kesehatan kerja, serta kesempatan untuk pengembangan karier dan pelatihan.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk dari implementasi *Corporate Social performance*, yang melibatkan perilaku etis dan tanggung jawab perusahaan terhadap semua pihak yang terlibat, baik internal maupun eksternal (Febriyanti, 2021). *Corporate Social performance* bisa dilihat dalam laporan *Sustainability Reporting*. Laporan tersebut memberikan informasi tentang kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial dalam konteks pembangunan berkelanjutan (Sari dkk., 2017). Di Indonesia, kewajiban untuk melaporkan *sustainability reporting* di atur oleh Undang-Undang No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Selain itu, Badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan juga mengeluarkan peraturan yaitu peraturan Nomor X.K.6. Hal ini menunjukkan seriusnya pemerintah dalam memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dunia bisnis. Namun, pengungkapan tanggung jawab ekonomi, lingkungan, dan sosial masih bersifat sukarela (Sari dkk., 2017).

Berikut ini menguraikan alasan perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Performance* (CSP):

1. Mendapatkan citra yang positif di mata publik, menurut Anna & R.T (2019) seperti halnya pengungkapan *environmental performance*. Perusahaan yang mengungkapkan *corporate social performance* akan dianggap memiliki kepedulian terhadap masyarakat sehingga perusahaan akan mendapatkan kepercayaan yang kuat dari masyarakat
2. Memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan karena informasi mengenai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dapat menjadi faktor diferensiasi yang positif di pasar
3. Peningkatan harga saham, investor cenderung memberikan tanggapan positif terhadap perusahaan yang memiliki *corporate social performance* yang baik (Sejati & Prastiwi, 2015).

Dengan demikian, maka nilai perusahaan di masa depan akan semakin meningkat. *Corporate social performance* juga mencakup perhatian perusahaan terhadap isu-isu yang berkaitan dengan masyarakat, seperti komunitas, korupsi, kebijakan publik, anti persaingan seperti anti-trust, dan monopoli (Natalia & Tarigan, 2014). Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anna & R.T (2019), Chowdhury dkk. (2019), Muslichah (2020), Rais dkk. (2020), menunjukkan bahwa *corporate social performance* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan menggunakan *corporate social performance* untuk meningkatkan reputasinya, sebagai bagian dari proses legitimasi dan pemenuhan kontrak sosial dengan pemangku kepentingan, serta untuk mendapatkan pengakuan dari mereka. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat meningkatkan reputasi perusahaan, yang membantu mendapatkan dukungan lebih kuat dari pihak berwenang dan menarik minat lebih banyak investor, sehingga dapat mengurangi risiko bisnis yang mungkin mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Judul | Nama Peneliti | Tujuan | Hasil | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--------------------|--|--|---|---|
| 1 | <i>Effect of Eco-Efficiency and Corporate Social Performance on Firm Value with Performance as Intervening Variables</i> | Rais et al. (2020) | Melakukan uji terhadap dampak <i>Eco-Efficiency</i> dan <i>Corporate Social Performance</i> terhadap nilai Perusahaan, dengan menggunakan <i>financial Performance Intervening</i> , pada perusahaan pertambangan dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. | <i>Eco-efficiency</i> dan <i>Corporate social performance</i> memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. <i>Finansial Performance</i> mampu memediasi hubungan antara <i>eco-efficiency</i> terhadap nilai perusahaan, dan <i>financial performance</i> mampu memediasi hubungan <i>corporate social performance</i> terhadap nilai perusahaan. | <p>a. Sama- sama meneliti pengaruh <i>eco efficiency</i> dan <i>corporate social performance</i> terhadap nilai perusahaan</p> <p>b. Kedua variabel, x dan y memiliki Proxy yang sama. Variabel X menggunakan indikator yang di ukur berdasarkan GRI 4, sementara variabel Y menggunakan Tobin's Q.</p> | <p>a. Penelitian ini, pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2019. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan <i>non-cyclical</i> yang terdaftar di BEI periode 2020-2022</p> <p>b. Penelitian ini menggunakan <i>intervening variable</i> yaitu <i>financial performance</i>, sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan.</p> <p>c. Penelitian ini, tidak ada <i>variable economic performance</i>, namun penelitian berikutnya akan menggunakan</p> |

Bersambung

Sambungan

| | | | | | | |
|---|--|-------------------------|--|--|--|--|
| | | | | | | <i>variable economic performance</i> |
| 2 | <i>Effect Of Environmental Performance, Good Corporate Governance and Leverage On Firm Value</i> | Budiharjo (2020) | Tujuannya adalah untuk mengevaluasi <i>Environmental Performance, Good Corporate Governance</i> yang baik melalui mekanisme seperti komite audit, kepemilikan institusional dan independen komisaris, serta <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan pada <i>subsector Food and Beverage</i> yang terdaftar di BEI tahun 2015 – 2018. | Adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel <i>leverage</i> dan <i>Environmental Performance</i> terhadap nilai perusahaan. <i>Committee audit</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Sementara itu, <i>Institutional ownership</i> dan <i>independent commissioner</i> tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. | a. Sama-sama melakukan pengujian terhadap variabel <i>environmental performance</i> b. Proxy yang digunakan untuk variabel Y sama, yaitu menggunakan Tobin's Q. | a. Budiharjo menggunakan <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Leverage</i> , sedangkan pada penelitian ini tidak. b. Perusahaan yang digunakan pada penelitian Budiharjo (2020) yaitu <i>subsector Food and Beverage</i> sedangkan yang akan diteliti pada <i>sector non cyclicals</i> . |
| 3 | <i>Which Dimension of Corporate Social Responsibility is a</i> | Chowdhury et al. (2019) | Menentukan apakah <i>social, environmental</i> dan <i>economic</i> | CSR memiliki dampak meningkatkan nilai perusahaan minyak | a. Sama- sama melakukan pengujian <i>social, environmental,</i> | a. Membahas mengenai dampak CSR terhadap Nilai perusahaan pada |

Bersambung

Sambungan

| | | | | | | |
|---|--|-----------------------|---|---|---|--|
| | <i>Value Driver in the Oil and Gas Industry?</i> | | <i>dimension</i> dari CSR memiliki nilai tambah bagi perusahaan minyak dan gas (O&G). | dan gas (O&G). Meskipun kegiatan <i>social dimension</i> menjadi pendorong utama, dan kegiatan yang berkelanjutan secara <i>environmental</i> dan <i>economic</i> memiliki dampak yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan O&G | dan <i>economic performance</i> terhadap nilai perusahaan. b. Proxy yang di gunakan untuk variabel Y juga sama menggunakan Tobin's Q. | perusahaan O&G yang terdaftar di S&P/TSX <i>Capped Energy Index</i> , sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan berfokus pada sektor <i>Consumer Non Cyclical</i> |
| 4 | <i>The Effects of Environmental Cost, Environmental Disclosure and Environmental Performance on Company Value with an Independent Board of Commissioners as Moderation</i> | Hidayat et al. (2023) | Memahami dampak dari <i>Environmental Cost</i> , <i>Environmental Disclosure</i> and <i>Environmental Performance</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>independent board of commissioners</i> sebagai <i>moderating variable</i> pada perusahaan manufakturing yang terdaftar di | Ditemukan bahwa <i>environmental cost</i> memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>environmental disclosure</i> dan <i>environmental performance</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penggunaan <i>Independent board of commissioners</i> | a. Penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2023) sama meneliti pengaruh variabel <i>environmental performance</i> terhadap nilai perusahaan b. Proxy Tobin's Q juga sama digunakan sebagai Proxy pada | a. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan objek penelitian pada perusahaan <i>non cyclical</i> yang terdaftar di BEI pada periode 2020-2022, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 |

Bersambung

Sambungan

| | | | | | | |
|---|---|------------------------------|---|---|---|---|
| | | | BEI periode 2018-2021 | sebagai <i>moderating variable</i> dalam <i>environmental disclosure</i> dan <i>environmental performance</i> tidak mempengaruhi nilai perusahaan | variabel nilai perusahaan | b. Pada penelitian ini, menggunakan variabel mediasi, sementara dalam penelitian yang akan datang, variabel mediasi tidak digunakan |
| 5 | <i>The Analysis of Sustainability Report and Its Effects on Company Performance and Company Value</i> | Hidayah & Kartikadevi (2021) | Untuk menguji dampak <i>sustainability report</i> beserta dampak <i>economic, environmental, dan social</i> terhadap <i>company performance</i> dan <i>company value</i> pada perusahaan LQ45 yang menerbitkan <i>sustainability report</i> selama periode 2017-2018. | <i>Economic, environmental, dan social performance</i> berpengaruh terhadap <i>company performance</i> tetapi tidak memiliki pengaruh pada <i>company value</i> . | a. Kedua penelitian meneliti variabel independen yang sama b. Proxy yang digunakan untuk variabel Y pada penelitian ini juga sama yaitu menggunakan Tobin's Q. | a. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan LQ45 yang secara rutin menerbitkan SR pada 2017-2018, sedangkan penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan <i>non-cyclical</i> yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 b. Terdapat 2 variabel dependen, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan, hanya menggunakan 1 variabel dependen. |
| 6 | <i>The effect of environmental, social disclosure,</i> | Muslichah (2020) | Meneliti dampak <i>environmental dan social disclosure</i> | <i>Environmental dan social disclosure</i> (ESD) tidak | a. Keduanya meneliti variabel <i>Enviromental</i> dan | a. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang |

Bersambung

Sambungan

| | | | | | | |
|---|--|-------------------------|--|--|---|---|
| | <i>and financial performance on firm value</i> | | (ESD) terhadap nilai perusahaan (FV) dengan menggunakan <i>financial performance</i> (FP) sebagai <i>intervening variable</i> pada perusahaan yang terlibat dalam <i>Indonesia Sustainability Reporting Award</i> (ISRA) tahun 2013-2016 | memiliki dampak secara signifikan terhadap nilai perusahaan, namun ESD memiliki dampak positif dan signifikan terhadap FP. Sedangkan FP terhadap FV positif dan signifikan, FP memediasi dampak <i>social performance</i> dan <i>economic performance</i> terhadap FV. | <i>social performance</i> terhadap nilai perusahaan b. Variable, X dan Y memiliki Proxy yang serupa. Variabel X menggunakan indikator yang diukur berdasarkan GRI 4, sementara variabel Y menggunakan Tobin's Q. | terlibat dalam ISRA tahun 2013 -2016. Sedangkan, yang akan dilakukan peneliti pada perusahaan sektor <i>non-cyclical</i> yang terdaftar di BEI dari tahun 2020 -2022. b. Penelitian ini menambahkan <i>intervening variable</i> , sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan c. Penelitian ini tidak mencari dampak dari <i>variable economic performance</i> terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan mencari <i>variable economic performance</i> terhadap nilai perusahaan |
| 7 | Pengaruh Pengungkapan | Astuti & Juwenah (2017) | Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis | Nilai Perusahaan di pengaruhi oleh <i>Economic</i> | a. Penelitian ini menggunakan variabel dependen | a. Penelitian ini melibatkan perusahaan yang |

Bersambung

Sambungan

| | | | | | | |
|---|---|--------------------------|--|---|--|--|
| | <i>Sustainability Report</i> terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar Dalam Lq 45 Tahun 2012-2013 | | bagaimana <i>sustainability report</i> yang di refleksikan melalui <i>environmental, economic</i> dan <i>social performance</i> dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode 2012-2013. | <i>performance, sementara social dan environmental performance</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan | dan independen yang sama. | terdaftar di LQ45 periode 2012-2013, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang terdaftar di BEI periode 2020-2021. |
| 8 | Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan | Sejati & Prastiwi (2015) | Untuk menguji dampak pengungkapan <i>sustainability report</i> terhadap kinerja dan nilai perusahaan pada perusahaan yang menerbitkan <i>sustainability report</i> dan terdaftar di BEI pada periode 2006-2013 | Tidak ada hubungan antara <i>sustainability report</i> terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Selain itu <i>economic, environmental, dan social performance</i> dari <i>sustainability report</i> juga tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja dan nilai perusahaan | a. Sama-sama melakukan penelitian pada variabel <i>economic, environmental, dan social performance</i> terhadap nilai perusahaan | a. Menggunakan perusahaan yang menerbitkan <i>sustainability report</i> dan terdaftar di BEI, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada perusahaan <i>sector consumer non cyclicals</i> yang terdaftar di BEI. b. Periode waktu juga berbeda pada penelitian ini diambil |

Bersambung

Sambungan

| | | | | | | |
|---|---|-------------------|---|--|--|---|
| | | | | | | periode 2006, sedangkan yang akan dilakukan pada periode 2020-2022. |
| 9 | <i>Sustainability Reporting: Analisis Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan</i> | Anna & R.T (2019) | Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh <i>sustainability report</i> , yang terdiri dari <i>economic, environmental, dan social disclosure performance</i> terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada 42 perusahaan yang merupakan pemenang dalam kategori NCSR dan terdaftar sebagai emiten di BEI selama 2015 -2017. | <i>Sustainability Reporting</i> mempengaruhi <i>profitabilitas</i> melalui aspek <i>economic dan environmental performance</i> , namun tidak melalui aspek <i>social performance</i> . Pengungkapan <i>Sustainability Reporting</i> berdasarkan <i>economic, environmental, dan social disclosure performance</i> mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, <i>financial performance</i> tidak memediasi pengaruh <i>sustainability report</i> | a. Kedua penelitian ini sama yaitu meneliti pengaruh dari variabel <i>economic, environmental, dan social disclosure performance</i> terhadap nilai perusahaan | a. Perbedaan utama adalah penelitian yang akan dilakukan menggunakan perusahaan <i>sector consumer non cyclicals</i> yang terdaftar di BEI periode 2020-2022, sedangkan pada penelitian ini fokus pada perusahaan pemenang dalam kategori NCR dan tercatat di BEI periode 2015-2017 |

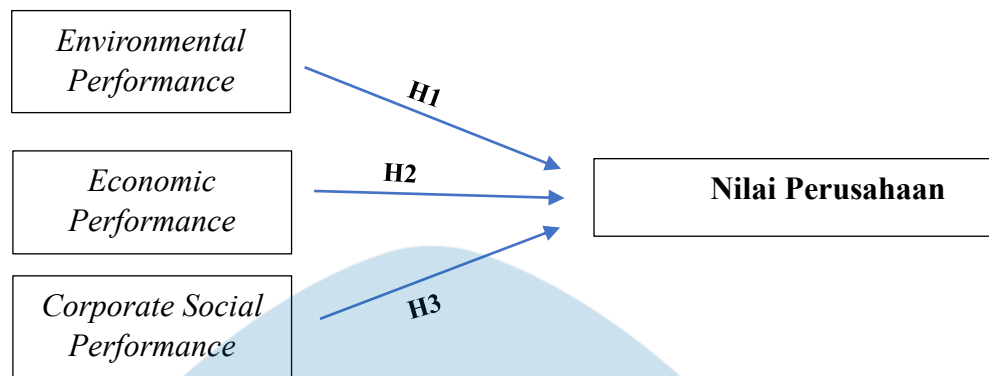
Bersambung

| | | | | | | |
|----|---|-------------------|---|---|--|--|
| | | | | terhadap nilai perusahaan | | |
| 10 | Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Leverage</i> Sebagai Variabel Moderating | Febriyanti (2021) | Menguji hubungan antara <i>sustainability report</i> , <i>economic</i> , <i>environmental</i> , dan <i>social performance</i> terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian juga meneliti apakah variabel <i>leverage</i> berperan sebagai moderator dalam hubungan antara <i>sustainability report</i> dan nilai perusahaan pada perusahaan pemenang <i>Sustainability Reporting Award</i> dan <i>Asia Sustainability Reporting Rating</i> yang terdaftar di BEI 2015-2019 | Hasilnya menunjukkan bahwa <i>sustainability report</i> dan <i>social performance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara <i>economic</i> dan <i>environmental performance</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa <i>leverage</i> dapat menjadi perantara antara <i>sustainability report</i> dan nilai perusahaan. | a. Sama-sama meneliti hubungan <i>economic</i> , <i>environmental</i> , dan <i>social performance</i> terhadap nilai perusahaan b. Proxy variabel dependen dan independen juga sama menggunakan SDRI GRI G4 dan Tobin's Q | a. Objek yang digunakan pada penelitian ini merupakan perusahaan pemenang <i>Sustainability Reporting Award</i> dan <i>Asia Sustainability Reporting Rating</i> yang terdaftar di BEI 2015-2019 b. Terdapat variabel moderating pada penelitian ini |

Sumber: data diolah penulis, 2024

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka teoritis merupakan gambaran tentang bagaimana variabel atau konsep saling terkait dan menjelaskan mengapa peneliti percaya bahwa variabel-variabel tersebut berhubungan, yang berasal dari dokumentasi penelitian sebelumnya pada topik yang sama. Proses pembuatan kerangka teoritis melibatkan pengenalan definisi konsep, pengembangan model konseptual, dan penghasilan teori yang menjelaskan hubungan antar variabel. Dari kerangka teoritis, hipotesis dapat dihasilkan untuk memeriksa validitas teori, dan seluruh proyek penelitian bergantung pada dasar kerangka teoritis (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu *environmental performance*, *economic performance*, dan *corporate social performance*, dan satu variabel dependen yaitu nilai perusahaan. *Environmental performance* merujuk pada sejauh mana kegiatan bisnis suatu perusahaan mempengaruhi lingkungan (Chasbiandani dkk., 2019). Menurut Anna & R.T (2019), pengungkapan tentang *economic performance* mencerminkan pengaruh operasional perusahaan terhadap lingkungan ekonomi dalam skala mikro maupun makro. *Corporate Social Performance* adalah informasi mengenai kesejahteraan manusia, termasuk dampak perusahaan terhadap masyarakat di wilayah mereka beroperasi (Muslichah, 2020). Sedangkan, menurut Sutrisno (2020), nilai perusahaan adalah sudut pandang investor mengenai kesuksesan suatu perusahaan, yang juga mencakup potensi dan prospek perusahaan dalam mempertahankan serta mengembangkan operasinya dimasa yang akan datang (Widjaja & Susanti, 2022). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *environmental performance*, *economic performance*, dan *corporate social performance* terhadap nilai perusahaan. Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Rais dkk. (2020)

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1. *Environmental Performance*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rais dkk. (2020), *environmental performance* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ini berarti bahwa semakin baik *environmental performance* suatu perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Anna & R.T (2019) juga mendukung temuan tersebut dengan menyatakan bahwa *environmental performance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena *Non-financial Sustainability Reporting* (NSCR) menandakan bahwa komitmen perusahaan terhadap isu lingkungan menunjukkan upaya perusahaan untuk merespons dan memenuhi kebutuhan serta harapan dari berbagai pemangku kepentingan. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian oleh Firmansyah dkk. (2021; Hidayat dkk., 2023), (Budiharjo, 2020; Febriyanti, 2021; Hidayah & Kartikadevi, 2021), kegiatan terkait pemeliharaan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan dampak baik, baik besar maupun kecil. Pengungkapan *environmental performance* dalam laporan keberlanjutan mencerminkan tanggung jawab perusahaan dalam menjaga dan memperbaiki lingkungan sekitarnya. Tindakan ini sangat dihargai oleh masyarakat dan dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Dianti & Puspitasari, 2024; Meizary & Alfian, 2023; Tarigan & Samuel, 2015), *environmental performance* terbukti berpengaruh negatif. Hal ini berarti bahwa semakin baik *environmental performance* suatu perusahaan, maka nilai perusahaannya akan semakin rendah. Karena dianggap kegiatan keberlanjutan mengakibatkan biaya tambahan, sehingga mengurangi keuntungan yang dicatat dalam laporan keuangan. Dampaknya, minat investor menurun terhadap saham Perusahaan, yang mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. Ini menggambarkan bahwa dalam konteks Indonesia saat ini, mencapai kinerja keuangan yang memuaskan masih memungkinkan tanpa harus menempatkan keberlanjutan sebagai prioritas utama.

Berlawanan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Sejati & Prastiwi (2015), menyimpulkan bahwa pengungkapan *environmental performance* tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena *stakeholder* menganggap perusahaan yang mengungkapkan *environmental performance*, dianggap tidak lebih bernilai daripada perusahaan yang tidak melakukannya. Para *stakeholder* lebih cenderung memilih perusahaan yang mengambil tindakan nyata tanpa harus secara terbuka melaporkan tanggung jawab lingkungannya kepada masyarakat. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan, Astuti & Juwenah (2017), Chowdhury dkk. (2019), Muslichah (2020), yang mengatakan bahwa *environmental performance* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena pengungkapan *environmental performance* perusahaan terkait masih belum menjadi informasi yang menarik bagi investor.

H₁ : Pengungkapan *Environmental performance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.2. *Economic Performance*

Menurut penelitian Anna & R.T (2019), *economic performance* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Ini berarti semakin baik *economic performance* suatu perusahaan, nilai perusahaan tersebut akan semakin baik juga. Penelitian ini juga didukung oleh Astuti & Juwenah (2017), yang

mengatakan bahwa banyak investor lebih memperhatikan *economic performance* suatu perusahaan saat memutuskan di mana mereka akan menginvestasikan dananya. Febriyanti (2021) dan Hidayah & Kartikadevi (2021) juga mengatakan, bahwa para pemangku kepentingan merespons secara positif pengungkapan *economic performance* karena informasi *economic performance* akan memberikan informasi bagi *stakeholders* agar dalam mengambil keputusan mereka mampu memilih perusahaan mana yang menguntungkan dari sisi ekonomi yang pada akhirnya akan menarik minat untuk membeli saham perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pujiningsih (2020) dan Sejati & Prastiwi (2015), mengatakan bahwa *economic performance* terbukti berpengaruh negatif. Ini berarti semakin baik *economic performance* suatu perusahaan, nilai perusahaannya akan semakin menurun. Penelitian yang dilakukan oleh (Chowdhury dkk., 2019; Firmansyah dkk., 2021) menunjukkan bahwa *economic performance* terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa, baik atau buruk *economic performance* perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Meskipun perusahaan secara sukarela memberikan pengungkapan mengenai aktivitas ekonomi yang terkait dengan pemangku kepentingan, namun investor cenderung lebih memperhatikan informasi lingkungan dan finansial perusahaan. Mereka menyadari pentingnya lingkungan dalam perkembangan masa depan perusahaan dan menganggap bahwa informasi finansial dalam laporan keuangan sudah cukup tanpa perlu memperhatikan laporan keberlanjutan.

H₂ : Pengungkapan *economic performance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.3. *Corporate Social Performance*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Anna & R.T, 2019; Chowdhury dkk., 2019; Rais dkk., 2020), *corporate social performance* terbukti memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti *corporate social performance* yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan. Melalui

pengungkapan *corporate social performance*, Perusahaan dapat memperoleh pandangan positif dari Masyarakat, yang menggambarkan perusahaan peduli dan empati terhadap tindakan yang diambil demi kesejahteraan masyarakat, dan ini akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Akibatnya, akan meningkatkan nilai perusahaan.

Tarigan & Samuel (2015) menyatakan bahwa *corporate social performance* berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa kinerja sosial perusahaan dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Gitaria dkk. (2023), di mana analisis statistik menunjukkan bahwa hanya sekitar 31,7% dari total pengungkapan yang seharusnya dilakukan terhadap aspek sosial dalam laporan keberlanjutan. Meskipun laporan keberlanjutan telah disusun, tingkat pengungkapannya masih rendah, hanya mencapai 31,7% dari yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan LQ 45 selama periode 2018-2020. Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa perusahaan kurang transparan dalam menyajikan informasi sosial dalam laporan keberlanjutan, yang mungkin tidak memengaruhi keputusan investor untuk membeli saham mereka. Minimnya minat investor terhadap saham perusahaan dapat mengakibatkan harga saham tetap stagnan atau bahkan mengalami penurunan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Febriyanti, 2021; Firmansyah dkk., 2021; Sejati & Prastiwi, 2015) menunjukkan bahwa kinerja sosial tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan. Informasi mengenai kinerja sosial tidak dianggap menarik bagi investor, karena mereka cenderung lebih fokus pada aktivitas keuangan perusahaan.

H₃ : Pengungkapan *Corporate Social Performance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan