

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi persaingan perusahaan semakin ketat. Persaingan perusahaan tersebut memaksa para manajer untuk berpacu dalam mencapai tujuan perusahaan. Pada dasarnya tujuan sebuah perusahaan tidak hanya untuk menghasilkan laba, tetapi juga untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemegang saham. Tingkat persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, selain itu juga mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal, perusahaan juga diharapkan mementingkan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya (*stakeholder*). Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham, tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab kepada pemilik saham, oleh karena itu dalam memperhatikan tanggung jawabnya perusahaan harus mempertahankan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan

merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang (Hery, 2017:16). Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham karena nilai perusahaan dapat digambarkan melalui harga saham perusahaan yang bersangkutan. Nilai perusahaan diyakini tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Putra, 2017).

Nilai perusahaan (*value of the firm*) dicerminkan dari nilai sekarang atas semua keuntungan perusahaan yang diharapkan di masa depan. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Nilai pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa dan ditentukan oleh pelaku pasar pada saat tertentu. Harga saham selalu mengalami perubahan setiap harinya bahkan setiap detik harga saham dapat berubah. Maka, pelaku pasar harus mampu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham (Heven Manoppo, 2016). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian atau rasio pasar, rasio untuk mengukur pengakuan pasar terhadap kondisi keuangan yang dicapai oleh perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan. Kusumajaya dalam Siregar (2019). Novrita dalam (Siregar, 2019). Berdasarkan teori-teori ahli nilai perusahaan akan terus digunakan investor untuk menggambarkan apakah perusahaan tersebut layak untuk diinvestasikan atau tidak. Nilai perusahaan yang baik dapat meyakinkan baik investor baru yang baru menanamkan modalnya ataupun investor yang sebelumnya sudah menanamkan modal dan akan menambah porsi saham yang akan dibelinya.

Profitabilitas adalah faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Wijaya dan Sedana (2015) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Besarnya tingkat laba akan mempengaruhi besarnya tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham (Idawati dan Sudiartha, 2014) dalam Kherismawati, dkk (2017). Profitabilitas juga mencerminkan keadaan posisi keuangan perusahaan. Hal ini menjadi perhatian utama investor dalam mengukur laba atas investasi yang dilakukan (Kadumi dan Al-Kilanni, 2015) dalam Kherismawati, dkk (2017). Investor menanamkan saham pada sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik dan dapat dikatakan profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam

membuat keputusan investasi. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu. Profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan menurut Kasmir (2016: 196). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Selain itu hal yang serupa juga diungkapkan oleh Hery (2015:227) profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Selain itu, profitabilitas juga dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka panjang serta bunganya.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin menarik minat investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan tersebut yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan Mery (2017) dan Putra dan Sarumpaet (2017) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai

perusahaan, yang berarti profitabilitas akan memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sucuahi dan Jay (2016), serta Chasanah (2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen yaitu keputusan pihak manajemen untuk menentukan perlakuan terhadap *Earning After Tax* ( EAT ) yang dibagikan sebagai dividen. Kebijakan dividen yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* dapat menggambarkan keadaan keuangan perusahaan dalam sudut pandang investor. Besarnya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham akan menjadi daya tarik bagi pemegang saham karena sebagian investor cenderung lebih menyukai dividen dibandingkan dengan *capital gain* karena dividen bersifat lebih pasti. Tingginya minat investor dapat menyebabkan meningkatkan permintaan dan harga saham sehingga dengan peningkatan harga pasar saham akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Selain masalah *agency*, kebijakan dividen juga memegang peranan yang penting dalam menjelaskan nilai perusahaan. Investor yang tertarik untuk berinvestasi tentunya tingkat return atau keuntungan yang akan diperoleh dari investasi yang ditanamkan berupa *capital gain* dan dividen yang merupakan bagian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham. Perusahaan yang mampu memberikan deviden tinggi akan mendapat kepercayaan dari investor. Deviden tinggi membuat investor tertarik, sehingga akan terjadi peningkatan terhadap permintaan saham. Tingginya permintaan saham membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari yang tertera pada neraca perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga akan tinggi (Afifatul, dkk, 2017).

Kebijakan dividen berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, karena kenaikan dividen tunai berdampak pada kenaikan harga saham. Adanya kenaikan jumlah dividen tunai menyebabkan perusahaan dipandang memiliki prospek yang baik di masa depan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan (Putra. dan Lestari, 2016). Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan untuk menentukan berapa besar bagian dari pendapatan perusahaan yang akan diberikan kepada pemegang saham yang diinvestasikan kembali atau ditahan dalam perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Mayogi dan Fidiana (2016) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kontradiksi muncul pada hasil penelitian yang di dapatkan (Topak & Dereli, 2018) yang menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal atau kapitalisasi perusahaan adalah pembiayaan permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham *preferen*, dan modal pemegang saham, contohnya hutang jangka panjang, hutang jangka pendek, dan modal ekuitas. Struktur modal sebagai perimbangan antara penggunaan modal pinjaman (hutang jangka pendek yang bersifat permanen, dan hutang jangka panjang) dengan modal sendiri (saham *preferen* dan saham biasa). Struktur modal merupakan campuran antara hutang jangka panjang dan ekuitas, dalam rangka mendanai investasi perusahaan (*operating assets*). Kebijakan untuk mendapatkan pendanaan dari pihak eksternal dengan kebijakan utang berkaitan dengan struktur modal. Perencanaan untuk pengambilan keputusan mengenai pendanaan modal yang berkaitan dengan struktur modal haruslah secara cermat.

Struktur modal merupakan masalah penting dalam pengambilan keputusan mengenai pendanaan perusahaan. Struktur modal dapat mempengaruhi nilai

perusahaan, karena dengan modal yang banyak bersumber dari investor atau kreditur belum tentu merefleksikan kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan yang mempunyai modal guna menjalankan kegiatan produksi dan siap menjual produknya akan mengharapkan laba dari setiap kegiatannya. Dalam setiap kegiatan perusahaan akan memaksimalkan laba (*profit maximization*), hal ini dilakukan agar setiap para pemangku kepentingan (*stakeholders*) tidak kecewa dengan kinerja perusahaan. Dalam penelitian struktur modal menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER). *Debt Equity Ratio* (DER) untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dalam membayar hutangnya dengan jaminan modal sendiri. Teori *tradeoff* memprediksi hubungan positif antara struktur modal dengan nilai perusahaan dengan asumsi keuntungan pajak masih lebih besar dari biaya tekanan financial dan biaya keagenan. Pada penelitian Oktaviani,dkk (2019) menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2016) nilai perusahaan dipengaruhi oleh struktur modal.

Perusahaan yang beroperasi dituntut tidak hanya mementingkan peningkatan laba tetapi juga dapat memperhatikan tingkat kesejahteraan masyarakat dan pengelolaan lingkungan sekitar operasi perusahaan sebagai prospek di masa yang akan datang (Hastawati dan Sarsiti 2016). *Sustainability Reporting* adalah salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* dalam upaya penerapan konsep berkelanjutan. Laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) mengacu pada GRI Standar (*Global Reporting Initiative*) yang bertujuan untuk mengukur kinerja perusahaan,

menetapkan tujuan perusahaan, dan mengelola perubahan sebagai kerangka operasi yang berkelanjutan (Priambodo 2017).

*Sustainability Reporting* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Sustainability Reporting* dianggap penting karena mampu menunjukkan transparansi kepada *stakeholders* yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga dapat meningkat (Astuti & Juwenah, 2017: 302). Melalui *Sustainability Reporting* peningkatan kinerja yang berkaitan dengan norma, hukum, kode etik, standard kinerja dan inisiatif sukarela (*voluntary*) serta peningkatan kinerja pada isu-isu tertentu dapat secara efektif diukur dan dikelola dengan mengambil proaktif dalam mengumpulkan, menganalisis, dan melaporkan langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan untuk mengurangi potensi resiko bisnis dengan tetap mempertahankan para pemegang saham (Hadad, 2015).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Mya Pramita, Agussalim M, Desmiwerita (2021) dengan menguji pengaruh pengungkapan *sustainability* terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan hasil *sustainability reporting* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan dimensi lingkungan dan sosial berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Safitri dan Fidiana (2015) menemukan bahwa pengungkapan *sustainability reporting* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan dan pengungkapan *sustainability reporting* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Latifah (2017) menyatakan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adanya korelasi yang mengikat tersebut maka sangat perlu ditelusuri terkait hubungan dan pengaruh antara perusahaan dengan pihak-pihak berkepentingan tersebut. Penelitian akan secara detail menggambarkan pengaruh Profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan manufaktur. Keempat variabel tersebut akan dilihat sejauh mana pengaruhnya terhadap perkembangan dan nilai perusahaan. Mengingat perusahaan manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang dapat meningkatkan produksinya secara cepat karena kebutuhan pasar terus meningkat. Pada sisi lain, perusahaan juga dihadapkan dengan persaingan pasar yang mana perusahaan manufaktur telah menjamur di daerah perkotaan.

Berangkat dari ketidakkonsistenan hasil penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai pengaruh variabel dependen terhadap nilai perusahaan yang masih terdapat masalah, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dari permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, struktur modal dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020?
2. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020?

3. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020?
4. Apakah *sustainability reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2018-2020.

UNMAS DENPASAR

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang berarti dalam aspek teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut.

#### 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris terhadap teori *stakeholder* yaitu teori *stakeholder* merumuskan bahwa keberlangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder*. Dengan tujuan utama untuk membantu manajemen perusahaan dalam menciptakan *value*

dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholder*. Hasil penelitian mampu memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder* karena keberlangsungan perusahaan didukung dari para *stakeholder*.

## 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran serta informasi kepada *stakeholder* yang diperoleh dari hasil pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, struktur modal, dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

Teori adalah serangkaian bagian atau variabel, definisi, dan dalil yang saling berhubungan yang menghadirkan sebuah pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan maksud menjelaskan fenomena alamiah. Sedangkan landasan teori dapat didefinisikan sebagai teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti dan sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan (hipotesis), dan penyusunan instrumen penelitian.

##### 2.1.1. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* merupakan sebuah teori yang menggambarkan kedudukan dan peran dari pihak-pihak terkait dengan perusahaan yang dimaksud. Teori tersebut menurut Freeman dan McVea (1984) mendefinisikan bahwa *stakeholder* merupakan gambaran setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan juga dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori *Stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap kualitas perusahaan (Freeman, 1984). Pada teori tersebut dengan jelas bahwa perusahaan berkewajiban untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan para mitra (pihak yang terkait), seperti halnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007).

Dengan demikian jelas bahwa teori ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham saja, tetapi juga terhadap para pihak-pihak yang memiliki kepentingan atau yang disebut dengan *stakeholder*.

Teori *Stakeholder* merumuskan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Menurut Clarkson (1995) dalam Muhammad Fauzan (2013:11), *stakeholder* dibagi menjadi dua kelompok yaitu primer dan sekunder. *Stakeholder* primer merupakan kelompok *stakeholder* yang tidak turut ambil bagian atau berpartisipasi dalam kegiatan operasi suatu perusahaan. *Stakeholder* sekunder adalah kelompok *stakeholder* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan, tapi tidak terlibat dan tidak begitu penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan dugaan bahwa pengungkapan *sustainability reporting* dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* sebagai pertimbangan untuk menanamkan saham yang cenderung meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan *stakeholders* dengan perusahaan dideskripsikan sebagai hubungan pertukaran, yaitu kelompok yang memasok suatu kontribusi terhadap perusahaan dan mengharapkan kepentingan mereka juga dipenuhi. Masyarakat umum dipandang sebagai *stakeholder* karena mereka adalah pembayar pajak yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur nasional sehingga perusahaan dapat beroperasi. Sebagai timbal baliknya, masyarakat mengharapkan perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas hidup mereka.

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Perusahaan memiliki tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan kekayaan (Kadek & Suardhika, 2016). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Karena perlu meningkatkan nilai perusahaan maka teori *stakeholder* berperan penting dalam perusahaan, dimana tujuan utama teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam menciptakan *value* dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholders*. Perusahaan sangat bergantung pada dukungan *stakeholders*, salah satu strategi para *stakeholders* yaitu dengan menungkapkan *sustainability reporting* yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Karena dengan pengungkapan tersebut para *stakeholders* mempunyai informasi sebagai pertimbangan untuk menanamkan saham kepada perusahaan tersebut, sehingga semakin banyak *stakeholders* percaya terhadap perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

*Stakeholder* merupakan semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Bagaimanapun definisi dari *stakeholders*, yang pasti bahwa antara *stakeholders* dengan perusahaan terjadi hubungan yang saling mempengaruhi, sehingga perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak lainnya. Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk

kepentingan pemegang saham, namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholders*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan.

Pengembangan perusahaan tidak hanya berfokus pada peningkatan Profitabilitas atau keuntungan semata, tetapi juga penting menjaga hubungan pihak-pihak yang lain. Perencanaan harus memiliki kesepahaman antara perusahaan, pemodal, masyarakat, pihak pasar, dan juga lingkungan. Oleh sebab itu, teori *stakeholder* dengan jelas bahwa menjaga hubungan tersebut sangat penting. Kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan akan selalu berdampak pada pemodal dan juga ukuran perusahaan tersebut. Teori ini digunakan untuk melihat dan mengetahui pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, struktur modal, dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Keempat variabel tersebut perlu diperhatikan mengingat semakin tingginya produksi perusahaan maka akan lebih meningkatkan pula penggunaan sumber daya yang nantinya akan berdampak pada lingkungan. Dengan demikian penyusunan laporan *sustainability* menjadi sebuah kewajiban, yang mana melalui laporan tersebut akan digunakan pijakan untuk menyusun perencanaan ke depan.

### **2.1.2. Teori Legitimasi**

Dalam teori legitimasi, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada stakeholder saja melainkan kepada lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan juga perlu memperhatikan kondisi lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan bisnis perusahaan. Ketika perusahaan melakukan kegiatan operasional,

manajemen harus memperhatikan dampak lingkungan yang akan ditimbulkan akibat kegiatan bisnis tersebut. Bentuk dukungan pemerintah terkait dengan dampak lingkungan yang diakibatkan kegiatan bisnis perusahaan yaitu dengan dilakukannya penilaian setiap tahunnya (PROPER). Penilaian ini nantinya akan menggambarkan kepatuhan perusahaan terhadap lingkungan. Jika manajemen berhasil mengelola kinerja lingkungan dan kinerja keuangan maka akan menambah kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan dan tercermin pada peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik meneliti pengaruh pengungkapan kinerja keuangan, kinerja lingkungan, *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan.

Menurut Lean (2019) teori legitimasi merupakan teori yang menjelaskan motivasi perusahaan atau menggunakan motivasi untuk mendapatkan pengesahan atau penerimaan dari masyarakat. Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada didalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam (Hadi 2014). Lebih lanjut, Hadi (2014) menyatakan terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai dimasyarakat dan pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

### 2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini yang di proksikan pada harga pasar saham. Nilai perusahaan umumnya diindikasikan dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV yang cenderung tinggi akan membuat pasar semakin percaya terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selaras dengan keinginan para pemilik sehingga kesejahteraan para pemilik juga meningkat (Hery, 2017).

Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Harga saham yang tinggi membuat pasar percaya dengan kinerja perusahaan saat ini dan juga terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Alasannya karena nilai suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan atau kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimal jika harga saham perusahaan tersebut meningkat. Semakin naik harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham sehingga situasi ini akan dilirik oleh investor karena melalui permintaan saham yang meningkat maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham karena nilai

perusahaan dapat digambarkan melalui harga saham perusahaan yang bersangkutan. Nilai perusahaan diyakini tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Putra, 2017). Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga pasar saham perusahaan. Oleh karena itu, penilaian investor terhadap perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan yang bersangkutan. Penilaian pihak eksternal seperti analis dan investor dapat dilakukan dengan melihat laporan keuangan perusahaan tersebut.

Maksimalisasi nilai perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran pemegang saham serta meningkatkan kinerja merupakan tujuan dan kewajiban dari perusahaan (Andini, 2014). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena maksimalisasi nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi *shareholder* maupun *stakeholder* dalam membuat keputusan-keputusan keuangan dengan tujuan memaksimalkan modal kerja yang dimiliki (Sukirni, 2012).

#### **2.1.4. Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2016: 196), profitabilitas adalah: “rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan

perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi”. Sehingga pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan adalah *Return on Assets* (ROA), yang adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki.

Selain itu hal yang serupa juga diungkapkan oleh Hery (2015:227) profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Selain itu, profitabilitas juga dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka panjang serta bunganya. Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat Oktaviani dan Mulya (2018).

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi pengguna internal perusahaan, maupun eksternal perusahaan yaitu:

- 1) Untuk mengukur tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- 2) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 3) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 4) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Berdasarkan pengertian yang diajukan oleh para ahli di atas dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan profitabilitas ialah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Profitabilitas juga dapat dipahami sebagai laba atau keuntungan berdasarkan tolok ukur yang relevan. Tolak ukur yang dimaksud ialah rasio keuangan dari suatu perusahaan guna mengetahui hasil operasi dan peningkatan keuntungan perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor, sehingga, dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

#### **2.1.5. Kebijakan Dividen**

Kebijakan dividen merupakan sebuah keputusan yang diambil oleh sebuah perusahaan yang menyangkut dengan dividen. Keputusan tersebut berkaitan dengan laba perusahaan dan proses pembagiannya dengan investor, yang mana laba akan dibagi dalam bentuk dividen atau ditahan sebagai modal untuk pembiayaan produksi yang akan datang. Kebijakan dividen berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, karena kenaikan dividen tunai berdampak pada kenaikan harga saham.

Semakin besar dividen yang dibagi akan semakin meningkatkan nilai suatu perusahaan. Dividen harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan para pemegang saham. Pada saat perusahaan mengalami pertumbuhan, dividen mungkin kecil karena lebih memusatkan kegiatan menumpuk dana, akan tetapi pada saat sudah berada pada masa *maturity* (penerimaan yang diperoleh

sudah cukup besar), sementara kebutuhan pemupukan dana tidak begitu besar, maka dividen yang dibayarkan dapat diperbesar. Dengan membayarkan dividen secara wajar, maka perusahaan dapat membantu menarik para investor untuk mencari dividen dan hal ini dapat membantu memelihara nilai perusahaan. Hasil yang diharapkan oleh para investor adalah berupa dividen dan kenaikan nilai saham. Dengan membayarkan dividen kepada para pemegang saham akan menaikkan nilai perusahaan. Kenaikan pembayaran dividen dilihat sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Sebaliknya penurunan pembayaran dividen akan dilihat sebagai prospek perusahaan yang buruk.

Perbandingan antara pembayaran dengan laba bersih atau yang sering disebut dengan *dividend payout ratio* atau rasio pembayaran dividen, merupakan salah satu proksi yang disukai oleh para investor. Hal ini disebabkan apabila pembayaran yang terjadi dalam perusahaan melemah maka investor tidak akan merasakan dampaknya, namun pembayaran yang ada di dalam perusahaan meninggi justru akan menyebabkan investor merugi dan memperkuat basic keuangan perusahaan. Perbandingan antara laba bersih dengan laba dividen ini sering dilakukan oleh para investor, namun yang terjadi apabila perkembangan dividen tidak sesuai dengan harapan investor justru menyebabkan saham perusahaan bermasalah dalam aspek pasar saham (Samrotun, 2015: 93).

Pada sisi lain, kebijakan dividen juga memperhatikan *Return on asset* (ROA), yang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva perusahaan. Oleh sebab itu, semakin tinggi rasio profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan (kembali investasi). Perusahaan juga

harus memenuhi kewajiban jangka pendek seperti halnya kas, simpanan bank, giro yang dimiliki oleh perusahaan. Pemenuhan kewajiban ini disebut dengan *cash ratio*. Posisi *cash ratio* dapat menggambarkan kedudukan perusahaan akan kendala-kendala yang sedang dihadapinya, sehingga sebisa mungkin perusahaan akan membatasi perkembangan *cash ratio* tersebut, karena ketika *cash ratio* terus meningkat maka perusahaan juga harus meningkatkan pula pembayarannya terhadap pemegang saham (Samrotun, 2015: 95).

#### **2.1.6. Struktur Modal**

Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan hutang (*debt financing*) perusahaan. Penggunaan hutang sebagai sumber pendanaan perusahaan memiliki keuntungan dan kerugian. Keuntungan penggunaan hutang diperoleh dari pajak (bunga hutang adalah pengurangan pajak) dan disiplin manajer (kewajiban membayar hutang menyebabkan disiplin manajemen), sedangkan kerugian penggunaan hutang berhubungan dengan timbulnya biaya keagenan dan biaya kepailitan. Struktur modal merupakan kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan. Menurut (Fahmi, 2015) struktur modal merupakan suatu bentuk finansial perusahaan yang bersumber dari modal sendiri dan modal yang bersumber dari hutang digunakan untuk struktur modal yang baik menunjukkan perusahaan tersebut mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Struktur modal yang tinggi memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Struktur modal ialah kombinasi antara modal pribadi dengan modal hutang dengan jangka panjang dan juga investasi. Aktivitas bisnis merupakan tantangan yang nyata bagi sebuah perusahaan, yang mana perusahaan baru yang berusaha untuk mendapatkan modal semaksimal mungkin. Struktur modal sebagai perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Senada dengan ungkapan Dermawan (2014:250), mendefinisikan struktur modal sebagai perimbangan antara penggunaan modal pinjaman (hutang jangka pendek yang bersifat permanen, dan hutang jangka panjang) dengan modal sendiri (saham preferen dan saham biasa). Rasio yang digunakan untuk menghitung struktur modal dipenelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio* (DER).

Berdasarkan pengertian dari para ahli di atas dapat dipahami bahwa struktur modal merupakan kombinasi antara modal hutang jangka panjang, modal sendiri, dan investasi luar. Modal inilah yang nantinya sebagai biaya produksi awal guna menarik keuntungan, sehingga proses produksi pada suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik. Modal tersebutlah yang nantinya akan mengikat perusahaan terhadap tanggung jawab finansial dan juga dividen. Modal pada dasarnya terdiri dari dua unsur saja yaitu modal asing dan modal pribadi. Modal asing bisa berupa hutang hipotik dan obligasi. Kemudian modal pribadi bisa berupa modal saham dan laba ditahan.

#### **2.1.7. Sustainability Reporting**

*Sustainability reporting* adalah keseimbangan antara tiga unsur diatas yang dikenal sebagai konsep *triple bottom-line* (TBL) yang mempunyai konsep pembangunan bisnis yang tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga

harus menguntungkan manusia dan lingkungan sekitar (Gunawan dan Mayangsari, 2015: 3). Laporan berkelanjutan diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mampu memberikan kemudahan terhadap investor, karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan mobilitas perusahaan yang baik. Bentuk pengungkapan *sustainability reporting* yang ditetapkan dengan melakukan penilaian terhadap perusahaan yang merupakan target pelaku bisnis untuk meningkatkan laba perusahaan saat ini maupun di masa yang akan datang (Fahdiansyah et al 2018). *Sustainability reporting* merupakan sebuah laporan yang dikeluarkan perusahaan berisi informasi tentang aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh sehingga memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan (Safitri,2015).

*Sustainability reporting* dimensi ekonomi merupakan laporan sukarela yang diterbitkan oleh perusahaan. Penyusunan *Sustainability reporting* ini mengacu kepada pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI). *Sustainability reporting* dapat memberikan gambaran *stakeholder* mengenai keadaan serta aktivitas perusahaan pada dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial. *Sustainability reporting* mampu meningkatkan nama baik perusahaan. *Sustainability reporting* dimensi ekonomi mengungkapkan kinerja ekonomi, keberadaan di pasar, dampak ekonomi tidak langsung dan praktik pengadaan. Dengan adanya perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi besar dalam kesejahteraan dan kemakmuran. Perusahaan dapat memberikan perubahan terkait dengan kesejahteraan para pemangku kepentingan dan mendukung pencapaian

pembangunan jangka panjang. Pengungkapan potensi sumber daya modal dapat meyakinkan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan.

*Sustainability reporting* dimensi lingkungan pengungkapan dimensi lingkungan menyajikan pengungkapan mengenai penggunaan bahan untuk memproduksi barang/jasa, penggunaan bahan daur ulang, konsumsi energi dalam perusahaan, pengurangan konsumsi energi serta kebutuhan energi dalam memproduksi barang dan jasa, konsumsi penggunaan air, pengelolaan kawasan lindung keakeragaman hayati, pengelolaan emisi gas rumah kaca, efluen dan limbah, kepatuhan terhadap peraturan perundangan terkait dengan lingkungan, total pengeluaran biaya dan investasi perlindungan lingkungan, penilaian pemasok atas lingkungan dan pengaduan terhadap lingkungan. Pada saat perusahaan memproduksi barang dan jasa, perusahaan bertanggung jawab atas pengelolaan lingkungan dengan memperhatikan semua komponen bahan baku, pemasok, peraturan perundang-undangan, emisi, keanekaragaman hayati, energi, pengaduan proses produksi barang dan jasa. Dengan adanya pengelolaan dan tanggung jawab perusahaan melalui pengungkapan *sustainability reporting* diharapkan dapat memberikan sinyal positif kepada *stakeholder* untuk menunjukkan sikap perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan dan akan berdampak pada nilai perusahaan.

*Sustainability reporting* dimensi sosial pengungkapan dimensi sosial menjelaskan mengenai dampak kegiatan produksi barang dan jasa perusahaan terhadap sistem sosial. Kategori dimensi sosial meliputi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk. Dimensi sosial ini memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab

untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat, memperhatikan kesejahteraan karyawannya dan menjalankan etika bisnis dengan baik. Tolak ukur keberhasilan pencapaian tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan yaitu diperolehnya pengakuan dari masyarakat dan *stakeholder* yang nantinya akan berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, masyarakat semakin pandai dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Ada beberapa konsumen yang cenderung untuk memilih produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan, sosial. Survei yang dilakukan oleh Gunawan dan Mayangsari (2015:4) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan produk yang diberitakan negative atau mempunyai citra buruk, sehingga saat ini pengungkapan laporan berkelanjutan dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan. 5 Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi *non-finansial* dan bertanggungjawab atas efek yang ditimbulkan karena aktifitas perusahaan didalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. *Sustainability reporting* merupakan sebuah laporan yang dikeluarkan perusahaan berisi informasi tentang aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh sehingga memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan (Safitri,2015).

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian dengan topik yang sama telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Berikut peneliti merangkum hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyu Kusuma,dkk (2016) pengaruh pengungkapan *sustainability reporting* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, analisis regresi uji nilai selisih mutlak, dan analisis regresi linier berganda. Menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability reporting* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya menggunakan *sustainability reporting*. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini hanya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan pada penelitian sebelumnya menggunakan tiga teknik analisis yaitu analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan analisis regresi uji nilai mutlak.

Pratama, dkk (2016) pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi non partisipan dengan teknik analisis jalur (*path analysis*).Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan dan

*Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan serta Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*).

Oktaviani, dkk (2019) pengaruh ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (X1) - Ln (total aset) Struktur modal (X2) - DER Pembagian dividen (X3) - DPR Nilai perusahaan (Y) - PBV Struktural *Equation Modelling* (SEM). Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Analisis data yang digunakan adalah *Warp* PLS. Hasil penelitian ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pembagian dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pembagian dividen dapat memediasi antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pembagian dividen tidak dapat memediasi struktur modal terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel struktur modal dan kebijakan dividen. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan pada penelitian sebelumnya menggunakan analisis *warp* PLS.

Putri ayu (2017) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi. Objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dan diperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan dengan jumlah 120 pengamatan. Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini yaitu: (1) Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. (2) Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*).

Febriana (2016) pengaruh struktur modal, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, kepemilikan saham manajerial dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling jenuh yaitu 15 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal, kebijakan dividen, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas, kebijakan dividen dan struktur modal. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan sampling jenuh.

Pada penelitian Mery (2017) dan Putra dan Sarumpaet (2017) yang berjudul Pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Objek pada penelitian ini yaitu perusahaan *sektor real estate* properti dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* sehingga didapat 22 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)*, likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio (CR)*, kebijakan dividen yang diproksikan dengan *Dividend Payout Ratio (DPR)*, dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas, kebijakan dividen dan teknik analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian.

Mayogi dan Fidiana (2016) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 sampai tahun 2013. Sebagaimana kriteria pengambilan sampel diperoleh 12 perusahaan yang memenuhi kriteria sehingga jumlah observasi dalam penelitian ini berjumlah 36 pengamatan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara bersama-sama maupun secara individu. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan utang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas, kebijakan dividen dan teknik analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada jumlah sampel yang akan diteliti.

Latifah (2017) pengaruh pengungkapan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh keterbukaan Laporan Keberlanjutan terhadap nilai perusahaan dan menggunakan uji regresi MRA untuk mengetahui pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi antara pengungkapan Laporan Keberlanjutan dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan Laporan Keberlanjutan tidak

mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memoderasi hubungan antara pengungkapan Laporan Keberlanjutan dan nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel *sustainability reporting*. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan teknik analisis regresi sederhana.

Marwa (2017) *intangible asset*, profitabilitas dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Indeks Sri-Kehati periode 2009–2014, sedangkan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling* yaitu 5 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan *intangible asset*, profitabilitas, dan *sustainability reporting* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial *intangible asset* berpengaruh signifikan negatif dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas, *sustainability reporting* dan metode *purposive sampling*. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis regresi data panel.

Isabella Permata (2017) pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015). Penelitian ini menggunakan pendekatan

kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh pertumbuhan perusahaan. Struktur modal mempengaruhi secara negatif nilai perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi secara positif nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel profitabilitas, struktur modal dan teknik analisis. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada tahun penelitian.

Maryati Rahayu (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Objek pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2016 sebanyak 32 perusahaan dengan menggunakan metode purposive sampling. Data diolah menggunakan spss versi 20. Berdasarkan uji t, *leverage* yang diproksikan dengan *debt to asset ratio*, *size*, dan kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Profitabilitas yang diproksikan dengan *return on equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji ANOVA, *debt to asset ratio*, *size*, *return on equity* dan kualitas laba, berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai. Hasil koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 17,2% %, sedangkan 82,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan metode purposive sampling. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian.

Rai Prastuti (2016) pengaruh struktur modal, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Objek pada penelitian ini adalah

perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Menunjukkan bahwa variabel struktur modal dan kebijakan dividen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kontribusi ketiga variabel bebas tersebut terhadap variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai *Adj. R Square* yang diperoleh yaitu sebesar 0,879. Ini berarti bahwa 87,9 persen variasi nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel struktur modal, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel struktur modal dan kebijakan dividen. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada tahun penelitian.

Meggee Senate (2016) pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel 22 perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ-45 yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2011. Data diuji dengan menggunakan SPSS, dengan melakukan pengujian Asumsi Klasik dan pengujian Hipotesis dengan menggunakan Metode Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Pengaruh kedua variabel bersifat positif, dimana setiap kenaikan nilai Kebijakan Dividen juga turut mengakibatkan kenaikan Nilai Perusahaan. Hal ini berarti bahwa hipotesis alternatif diterima sesuai dengan hasil uji hipotesis yang telah dihasilkan. Variabel Kebijakan Dividen juga dapat menjelaskan variabel Nilai Perusahaan secara individu. Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel

kebijakan dividen. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada teknik analisis.

