

**PENGARUH PROFITABILITAS, *SUSTAINABILITY REPORT*,
DAN *RATING* PERUSAHAAN DI *ASIA SUSTAINABILITY
REPORTING RATING (ASR RATING)* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

(Studi Empiris pada Perusahaan Peserta *ASR Rating* Tahun 2018 dan 2019)

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

RAHADINI ARDININGRUM SAKANTI

1117 29761

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PROFITABILITAS, *SUSTAINABILITY REPORT*, DAN RATING PERUSAHAAN DI *ASIA SUSTAINABILITY REPORTING RATING (ASR RATING)* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Peserta ASR Rating Tahun 2018 dan 2019)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RAHADINI ARDININGRUM SAKANTI

No Induk Mahasiswa: 111729761

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 1 Maret 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Bidang Akuntansi.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I



Julianto Agung Saputro, Dr., SE., S.Kom., M.Si., Ak., CA.

Pembimbing II



Manggar Wulan Kusuma, SE., M.Si., Ak.

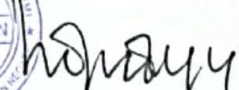
Penguji



Eko Widodo Lo, Dr., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 1 Maret 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Haryono Subiyakto, Dr., M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *sustainability report*, dan *rating* perusahaan di *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASR Rating) terhadap nilai perusahaan (studi empiris perusahaan peserta ASR Rating tahun 2018 dan 2019). Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksikan oleh *Tobin's Q*, profitabilitas dengan *Return On Assets* (ROA), *sustainability report* dengan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI), dan *rating* perusahaan di *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASR Rating) dengan angka. Angka satu untuk *rating platinum*, angka dua untuk *rating gold*, dan angka tiga untuk *rating silver*.

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan peserta ASR Rating yang diselenggarakan oleh *National Center of Sustainability Reporting* periode 2018 dan 2019. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut terdiri atas perusahaan terbuka yang mengikuti ASR Rating pada tahun 2018 dan/ atau 2019, perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2018 dan/ atau 2019, dan perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* dengan menggunakan *GRI Standards* pada tahun 2018 dan/ atau 2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari alamat web perusahaan terkait, id.investing.com, finance.yahoo.com, ncsr-id.org, idx.co.id, dan globalreporting.org.

Metode analisis yang digunakan, yaitu dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda. *Software* yang digunakan untuk mengolah data adalah IBM SPSS *Statistics* 22 dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *sustainability report* dan *rating* perusahaan di *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASR Rating) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, *Sustainability Report*, *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASR Rating), nilai perusahaan, *Return On Assets* (ROA), *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI), *rating* perusahaan, dan *Tobin's Q*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of profitability, sustainability report, and firm rating at Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating) on firm value (empirical study of firm that participated to the ASR Rating in 2018 and 2019). In this study, firm value is proxied by Tobin's Q , profitability by Return On Assets (ROA), sustainability report by Sustainability Report Disclosure Index (SRDI), and firm rating at Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating) by numbers. Number one for platinum, number two for gold, and number three for silver.

The population of this study uses firms that participated ASR Rating that held by National Center of Sustainability Reporting in 2018 and 2019. The sample selection was done by used purposive sampling technique based on certain criterias. Those criterias consist of public company that participated ASR Rating in 2018 and/ or 2019, company that published annual report in 2018 and/ or 2019, company that published sustainability report in 2018 and/ or 2019 with GRI Standards as its standard. The datas that used in this study are from related company website, id.investing.com, finance.yahoo.com, ncsr-id.org, and globalreporting.org.

The analytical method that used is multiple linear regression. Software that used to process the data is IBM SPSS Statistics 22 with 0,05 as a significance level (α). The result shows that profitability has a positive and significant effect on firm value. While the sustainability report and firm rating at Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating) doesn't affect firm value.

Keywords: profitability, sustainability report, Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating), firm value, Return On Assets (ROA), Sustainability Report Disclosure Index (SRDI), firm rating, and Tobin's Q .

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari didirikannya perusahaan (Prena & Muliawan, 2020). Para pemegang saham akan yakin menanamkan modalnya jika nilai perusahaan tinggi. Nilai perusahaan terbentuk dari reaksi pasar terhadap kinerja perusahaan yang baik. Hal ini sesuai dengan pengertian nilai perusahaan menurut Harmono (2009:23), yaitu harga saham terbentuk dari peristiwa permintaan dan penawaran yang ada di pasar modal di mana hal tersebut merupakan hasil refleksi masyarakat berupa penilaian terhadap kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan tertuang pada informasi yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk laporan. Informasi tersebut sangat penting bagi para pemegang saham sebagai pertimbangan untuk melakukan keputusan investasi. Tidak hanya informasi keuangan saja, informasi non-keuangan juga perlu disampaikan (Astuti & Putri, 2019). Adanya paradigma bisnis yang bergeser mengikuti *trend Triple Bottom Line*, membuat perusahaan perlu untuk menyajikan informasi non keuangan dalam bentuk yang lebih komprehensif (Astuti & Putri, 2019). *Triple Bottom Line* terdiri atas *profit, people, and planet* (3P) (Sejati & Prastiwi, 2015). *Trend* tersebut menuntut perusahaan untuk bertanggungjawab atas aspek sosial dan lingkungan di samping memperoleh laba semaksimal mungkin.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *profit* sangat penting untuk disampaikan kepada para pemegang saham sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan investasi. Penelitian ini menggunakan *Return On Assets* (ROA) sebagai tolok ukur perusahaan dalam menghasilkan *profit*. ROA yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya secara

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

optimal sehingga memperoleh *profit* yang tinggi (Latifah & Luhur 2017).

Persaingan ketat antar perusahaan dalam mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin berdampak pada meningkatnya tingkat eksplorasi sumber daya alam. Hal tersebut tentunya akan berdampak pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Salah satu contohnya, yaitu banjir lumpur panas akibat dari kegiatan yang dilakukan oleh PT Lapindo Brantas. Peristiwa tersebut menyebabkan kerugian yang sangat besar bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Peristiwa semacam itulah yang menyebabkan dua “P” yang lain, yaitu *people* dan *planet* yang tertuang dalam *sustainability report*. Maka dari itu, penting bagi perusahaan untuk membuat *sustainability report* sebagai wujud komitmen perusahaan untuk mewujudkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Menurut Fatchan dan Trisnawati (2016), *sustainability report* adalah bentuk demonstrasi kepedulian perusahaan terhadap isu sosial dan lingkungan dan dapat menjadi daya tarik bagi para pemegang saham yang memiliki visi jangka panjang yang selanjutnya bisa meningkatkan nilai perusahaan. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatchan dan Trisnawati (2016), *sustainability report* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun peraturan yang mewajibkan adanya pembuatan *sustainability report* di Indonesia, yaitu Peraturan OJK Nomor 51/ POJK.03/ 2017 Tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Dalam peraturan tersebut, dewan komisiner OJK mewajibkan adanya penyusunan *sustainability report* (laporan keberlanjutan) kepada lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Peraturan ini dibuat untuk mewujudkan pembangunan keberlanjutan yang mampu menjaga stabilitas ekonomi serta bersifat inklusif

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sehingga diperlukan sistem perekonomian nasional yang mengedepankan keselarasan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup.

Terkait dengan pembuatan *sustainability report*, terdapat acara penghargaan yang dikhususkan kepada perusahaan yang telah menerbitkan *sustainability report*. Acara tersebut bernama *Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating)* yang diselenggarakan oleh *National Center Sustainability Reporting (NCSR)* sejak tahun 2005. NCSR sukses mendorong perusahaan-perusahaan yang telah menerbitkan *sustainability report* dengan memberikan penghargaan terhadap mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari peserta *ASR Rating* yang cenderung meningkat setiap tahunnya sejak tahun 2005. Keikutsertaan perusahaan dalam *ASR Rating* dapat menjadi bentuk sinyal dan legitimasi bagi para pemegang saham terkait praktik bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat penelitian serupa yang dilakukan oleh Wardhani dan Hamidah (2019) mengenai pengaruh acara penghargaan yang diselenggarakan oleh NCSR terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah *Sustainability Reporting Awards* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu sistem *winner* pada penelitian Wardhani dan Hamidah (2019) sedangkan pada penelitian ini menggunakan sistem *rating*.

2. TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori ini memberi penekanan berupa perusahaan harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya selain memberikan manfaat untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kepentingannya sendiri karena kelangsungan hidup perusahaan tidak bisa lepas dari dukungan para *stakeholder*-nya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Dhani dan Utama (2017) bahwa keberlangsungan hidup suatu perusahaan tergantung dari dukungan para *stakeholder* sehingga perusahaan harus mencari dukungan tersebut.

2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi penting adanya agar entitas bertindak sesuai dengan kepercayaan, norma dan nilai yang dikembangkan secara sosial. Berdasarkan hal tersebut, legitimasi yang didapat dari masyarakat sangat penting sebagai faktor strategis bagi perkembangan perusahaan. Hal tersebut bisa menjadi sarana untuk mengonstruksi strategi perusahaan berupa memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

2.1.3 Teori Sinyal

Teori akuntansi pragmatik merupakan akar dari terbentuknya teori sinyal. Teori akuntansi pragmatik membahas mengenai perubahan perilaku informasi akuntansi sebagai akibat adanya informasi akuntansi. Informasi tersebut bisa menjadi sinyal baik atau buruk bagi para pemegang saham sehingga bisa menyebabkan adanya reaksi pasar berupa turun atau naiknya harga saham. Teori sinyal menjelaskan betapa pentingnya pengungkapan informasi terkait kinerja perusahaan bagi pihak eksternal. Melalui pengungkapan informasi tersebut, perusahaan ingin menyampaikan informasi yang umumnya tidak diketahui oleh pihak eksternal untuk mengurangi adanya asimetri informasi.

2.1.4 Profitabilitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Profitabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mengukur tingkat efisiensi operasional serta efisiensi pengelolaan aset perusahaan. Pengertian profitabilitas yang dimaksud adalah *Return On Assets* (ROA). ROA yang semakin meningkat berarti tingkat produktivitas aset semakin baik dalam menghasilkan laba.

2.1.5 *Sustainability Report*

Sustainability report berawal dari adanya respon atas kritik dari berbagai pihak terhadap perusahaan yang hanya fokus pada kesuksesan terkait pelaporan keuangan dan pelaporan manajemen perusahaan (Lako, 2013). Sementara itu, aspek mengenai kesuksesan atau kegagalan perusahaan terkait pelaporan isu sosial dan lingkungannya diabaikan. Hal ini dituding sebagai pemicu terjadinya krisis sosial dan lingkungan yang semakin serius sehingga menyebabkan krisis keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Maka dari itu, selain membuat laporan keuangan, penting bagi perusahaan untuk membuat *sustainability report* sebagai wujud komitmen perusahaan untuk mewujudkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

2.1.6 *Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating)*

ASR Rating adalah wujud penghargaan dan pengakuan terhadap perusahaan yang telah membuat *sustainability report* sejak 2005 yang diselenggarakan oleh NCSR. Acara ini juga diselenggarakan dengan tujuan untuk memotivasi perusahaan karena telah memberikan upaya yang luar biasa dalam menyampaikan kinerja perusahaan (ekonomi, sosial, dan lingkungan).

2.1.7 Nilai Perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Nilai perusahaan adalah persepsi milik investor atau pemegang saham terhadap tingkat keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan terkait harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). sesuai dengan pernyataan Wijaya dan Sedana (2015) bahwa kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh nilai perusahaan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi persepsi investor atau pemegang saham terhadap perusahaan.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Assets* (ROA) sebagai alat ukurnya. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh *profit* melalui pengelolaan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan *profit* besar akan bernilai di mata para pemegang saham karena pemegang saham berharap akan mendapatkan *return* dari *profit* yang dihasilkan oleh perusahaan.

Terkait dengan teori sinyal, perusahaan dengan ROA tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para pemegang saham. Para pemegang saham pun akan tertarik membelanjakan uangnya berupa saham untuk perusahaan yang memiliki ROA yang tinggi. Ketika hal tersebut terjadi maka harga saham akan meningkat karena banyaknya permintaan saham. Meningkatnya harga saham kemudian diikuti meningkatnya nilai perusahaan. Prena dan Muliyan (2020), Wardoyo dan Veronica (2013), Susilaningrum (2016), Pertiwi dan Pratama (2012), dan Dhani dan Utama (2017) membuktikan melalui penelitian mereka bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2.2 Pengaruh *Sustainability Report* Terhadap Nilai Perusahaan

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan setiap perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara keberlanjutan jika perusahaan memperhatikan keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Selanjutnya, hal tersebut dilaporkan melalui *sustainability report* sebagai bukti bahwa perusahaan telah beroperasi sesuai peraturan serta sesuai dengan keinginan para *stakeholder*-nya. *Sustainability report* dapat membantu membangun ketertarikan para pemegang saham yang memiliki visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan (Fatchan & Trisnawati, 2016). Menurut penelitian Latifah dan Luhur (2017), kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability report* secara sukarela maka para *stakeholder* akan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan untuk pengambilan keputusan yang nantinya berdampak pada meningkatnya reputasi perusahaan dari perusahaan penerbit *sustainability report* yang artinya nilai perusahaan akan meningkat.

Teori legitimasi menegaskan bahwa penting bagi perusahaan untuk beroperasi sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Hal ini perlu dilakukan untuk memastikan bahwa aktivitas perusahaan diterima oleh pihak luar secara “sah”. Dengan adanya pengungkapan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan melalui *sustainability report*, maka perusahaan dapat beroperasi secara efektif. Dengan begitu, para pemegang saham akan merasa aman untuk menanamkan modalnya berupa saham pada perusahaan tersebut. Selain itu, kualitas manajemen dapat terlihat dari adanya sinyal yang diperoleh dari laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perusahaan. Karena perusahaan yang memiliki kualitas yang tinggi cenderung menggunakan akuntansi lingkungan dan sosial yang kemudian dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan reputasi di pasar modal. Latifah dan Luhur (2017) serta Fatchan dan Trisnawati (2016) membuktikan bahwa *sustainability report* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Rating* Perusahaan di *ASR Rating* Terhadap Nilai

Perusahaan

Rating yang diperoleh perusahaan diperoleh berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR). Selanjutnya perusahaan akan mendapatkan satu *rating* dari empat *rating*, yaitu *platinum*, *gold*, *silver*, dan *bronze*. Perusahaan yang paling mendekati kriteria yang telah ditetapkan dalam membuat *sustainability report*, akan mendapatkan *rating platinum*. Sebaliknya, yang paling tidak sesuai akan mendapat *rating bronze*.

Rating yang diperoleh perusahaan dapat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan yang selanjutnya dapat menjadi sinyal bagi para pemegang saham. Maka dari itu, *rating* yang tinggi akan menjadi sinyal positif bagi para pemegang saham. Karena *rating* yang tinggi menunjukkan tingkat transparansi dan kepatuhan perusahaan terhadap kriteria yang telah ditetapkan juga tinggi. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap informasi yang didapat oleh para pemegang saham sebelum melakukan keputusan investasi di mana ini selanjutnya bisa meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, *rating* yang tinggi bisa memperkuat legitimasi dari praktik bisnis suatu perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Zahorsky (2021), jika ingin meningkatkan perilaku etis, perusahaan dapat mencari kompetisi penghargaan yang mengakui pencapaian dalam aspek tersebut sebagai bentuk validasi terhadap apa yang telah perusahaan lakukan untuk mencapai penghargaan tersebut. Dalam penelitian ini, penghargaan yang digunakan adalah *ASR Rating* sebagai bentuk validasi terhadap kinerja perusahaan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini bisa meningkatkan reputasi perusahaan yang selanjutnya bisa meningkatkan nilai perusahaan. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardhani dan Hamidah (2019) yang menghasilkan kesimpulan bahwa *Sustainability Reporting Awards* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri atas variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, *sustainability report* yang diproksikan dengan SRDI, dan *rating* perusahaan di *Asia Sustainability Reporting Rating (ASR Rating)* yang diproksikan dengan perwakilan angka dari *rating* yang diperoleh. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q*. Metode dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan uji asumsi klasik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Sampel Penelitian

Teknik *purposive sampling* digunakan peneliti untuk memilih sampel agar sesuai kriteria yang sudah ditetapkan. Berikut hasil dari kegiatan *purposive sampling*.

Tabel 4. 1 Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
1.	Jumlah data perusahaan terbuka yang mengikuti ASR <i>Rating</i> pada tahun 2018 dan/ atau 2019	55
2.	Data <i>sustainability report</i> perusahaan yang tidak mencantumkan indeks GRI <i>Standards</i>	(2)
3.	Data <i>sustainability report</i> perusahaan tidak dapat diakses	(1)
4.	Data ekstrim (<i>outlier</i>)	(4)
	Total data sampel yang digunakan	48

4.2 Analisis Deskriptif

Tabel 4. 2 Tabel Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
ROA	48	-0,0728	0,1125	0,027340	0,0340997
SRDI	48	0,1124	0,8764	0,378983	0,2018555
<i>RATING</i>	48	1	3	1,96	0,683
<i>TOBIN'S Q</i>	48	0,5498	1,6295	1,035529	0,2219280

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Autokorelasi

Pengamatan dengan waktu berurutan yang berkaitan satu sama lainnya adalah penyebab munculnya gejala autokorelasi. Model regresi dikatakan baik jika model regresi terbebas dari gejala autokorelasi. Untuk mendeteksi gejala tersebut, penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson*. Namun setelah melakukan olah data, penelitian ini menghasilkan model yang memiliki gejala autokorelasi. Berikut hasil olah data yang menunjukkan gejala tersebut.

Tabel 4. 3 Uji Autokorelasi (Terdapat Gejala Autokorelasi)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adj. R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0,482	0,232	0,180	0,2009863	1,609

Untuk menghilangkan gejala autokorelasi maka dilakukan uji *Cochrane Orcutt* yang dapat meningkatkan nilai *Durbin Watson*. Berikut hasil olah data setelah melakukan uji *Cochrane Orcutt*.

Tabel 4. 4 Uji Autokorelasi (Bebas dari Gejala Autokorelasi)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adj. R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0,471	0,222	0,168	0,19967	1,732

4.3.2 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Hasil olah data berikut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0,200 (lebih dari 0,05).

Tabel 4. 5 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
<i>N</i>		47
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,19304545
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,094
	<i>Positive</i>	0,094
	<i>Negative</i>	-0,085
<i>Test Statistic</i>		0,094
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200

4.3.3 Uji Multikolinearitas

Model regresi akan dikatakan baik jika tidak ada gejala multikolinearitas. Berikut hasil olah data yang menunjukkan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinearitas. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil *tolerance* masing-masing variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai VIF yang dihasilkan dari masing-masing variabel independen adalah kurang dari 10.

Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(<i>Constant</i>)		
	LAG_X1	0,984	1,016
	LAG_X2	0,957	1,045

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	LAG_X3	0,969	1,032
--	--------	-------	-------

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji *glejser* digunakan untuk menguji apakah terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Berikut hasil olah data yang menunjukkan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai signifikansi masing-masing variabel independen adalah lebih dari 0,05.

Tabel 4. 7 Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	1			
	(<i>Constant</i>)	LAG_X1	LAG_X2	LAG_X3
<i>Sig.</i>	0,338	0,166	0,599	0,554

4.4 Uji Regresi Linear Berganda

4.4.1 Uji T

Uji T menunjukkan apakah suatu hipotesis dari setiap variabel independen mendukung atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dari suatu hipotesis dapat dilihat melalui nilai signifikansi yang ditunjukkan melalui hasil olah data sebagai berikut. Suatu hipotesis didukung jika nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05.

Tabel 4. 8 Uji T

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	
1	(<i>Constant</i>)	0,871	0,112	0,000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	LAG_X1	2,337	0,863	0,010
	LAG_X2	-0,246	0,148	0,104
	LAG_X3	0,034	0,048	0,476

4.4.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang digunakan dapat memprediksi variabel dependen. Jika nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, maka variabel-variabel independen yang digunakan dapat memprediksi variabel dependennya dengan baik. Berdasarkan hasil olah data di bawah ini, variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat memprediksi variabel dependennya dengan baik. Pernyataan tersebut berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,012 (kurang dari 0,05)

Tabel 4. 89 Uji F

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	0,489	3	0,163	0,012
	<i>Residual</i>	1,714	43	0,040	
	<i>Total</i>	2,203	46		

4.4.3 Koefisien Determinasi

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,471	0,222	0,168	0,19967

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan tabel 4.10, R^2 yang dihasilkan adalah 22,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (LAG_X1), *sustainability report* (LAG_X2), *rating* perusahaan pada ASR *Rating* (LAG_X3) dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan (LAG_Y) adalah sebesar 22,2%. Pada hasil uji tersebut juga menjelaskan bahwa 77,8% (100%-22,2%) dapat dijelaskan dengan variabel bebas lain selain profitabilitas, *sustainability report*, dan *rating* perusahaan pada ASR *Rating*.

4.5 Pembahasan Hipotesis

4.5.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama pada penelitian ini dinyatakan didukung. Nilai signifikansi yang dihasilkan adalah 0,010 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh profitabilitas secara positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, profitabilitas berbanding lurus terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan turut meningkat jika profitabilitas suatu perusahaan meningkat, begitupun sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prena dan Muliawan (2020), Dhani dan Utama (2017), Susilaningrum (2016), Wardoyo dan Veronica (2013), serta Pertiwi dan Pratama (2012).

Sesuai dengan teori sinyal bahwa profitabilitas bisa dijadikan sebagai petunjuk atau sinyal bagi para pemegang saham untuk melakukan pertimbangan investasi. Jika profitabilitas yang diproksikan dengan ROA tinggi, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya secara optimal sehingga laba yang dihasilkan tinggi. Jika ROA tinggi maka para pemegang saham akan berbondong-bondong untuk berinvestasi sehingga terjadilah

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

peningkatan permintaan terhadap saham. Harga saham akan meningkat jika permintaan di pasar modal meningkat sehingga nilai perusahaanpun meningkat pula.

4.5.2 Pengaruh *Sustainability Report* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua pada penelitian ini dinyatakan tidak didukung. Nilai signifikansi yang dihasilkan adalah 0,104 di mana nilai tersebut lebih dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sejati dan Prastiwi (2015), Gunawan dan Mayangsari (2015), serta Ramadhani (2016). Namun hasil ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Latifah dan Luhur (2017) serta Fatchan dan Trisnawati (2016).

Teori legitimasi menyatakan penting bagi perusahaan untuk beroperasi sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. *Sustainability report* yang dibuat adalah wujud penyesuaian perusahaan terhadap teori tersebut agar tercipta rasa aman bagi para pemegang saham untuk berinvestasi di perusahaan tertentu. Selain itu, *sustainability report* yang diterbitkan oleh perusahaan adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap keinginan para *stakeholder*-nya. Sedangkan berdasarkan teori sinyal, kualitas manajemen akan terlihat dari *sustainability report* yang dibuat oleh perusahaan karena hal tersebut mencerminkan kualitas perusahaan yang tinggi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sebagai wujud meningkatnya reputasi perusahaan. Namun, penelitian ini menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak dapat dipengaruhi oleh *sustainability report*. Hal tersebut terjadi karena

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

banyaknya pemegang saham yang *short-term oriented* dalam pasar sehingga tingkat pengungkapan dalam *sustainability report* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Para pemegang saham yang *short-term oriented* lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tanpa mepedulikan pengungkapan *sustainability report* sebagai kepentingan keputusan investasinya. Pemegang saham yang *short-term oriented* hanya membutuhkan *return* dalam jangka pendek di mana hanya perlu menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan tanpa perlu mempertimbangkan pengungkapan yang ada pada *sustainability report*.

4.5.3 Pengaruh *Rating* Perusahaan di *ASR Rating* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini dinyatakan tidak didukung. Nilai signifikansi yang dihasilkan adalah 0,476 di mana nilai tersebut lebih dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *ASR Rating* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardhani dan Hamidah (2019).

Tinggi atau rendahnya *rating* yang diperoleh perusahaan tidak bisa menunjukkan sinyal bagi para pemegang saham untuk dijadikan sebagai informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini dapat terjadi karena para pemegang saham belum bisa memaknai adanya keberhasilan perusahaan dalam melegitimasi praktik bisnisnya yang sudah divalidasi melalui *rating* yang didapatkan dari *ASR Rating*. Padahal keberhasilan perusahaan dalam melegitimasi praktik bisnisnya menunjukkan bahwa perusahaan bertanggungjawab untuk memenuhi kewajibannya atas isu sosial dan lingkungan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kepada para *stakeholder*-nya. Hal tersebut bisa mempengaruhi perusahaan untuk hidup lebih lama ke depannya sebagai konsekuensi dari tanggungjawab yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Dalam kondisi tersebut, perusahaan dapat melakukan aktivitas utamanya secara optimal sehingga dapat menghasilkan laba semaksimal mungkin. Namun hal tersebut tidak terjadi karena masih banyaknya para pemegang saham yang *short-term oriented* di pasar sehingga informasi mengenai *rating* tidak dipertimbangkan oleh mereka. Mereka hanya membutuhkan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba di mana ini dapat dilihat dalam jangka pendek oleh para pemegang saham.

5. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan, yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan *sustainability report* dan ASR *Rating* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terlepas dari hasil penelitian ini, diharapkan perusahaan tetap bertanggungjawab kepada para *stakeholder*-nya dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang tertuang dalam *sustainability report*. Selain itu, perusahaan diharapkan untuk tetap mengikuti acara ASR *Rating* untuk meningkatkan reputasi perusahaan serta daya saing perusahaan. Hal tersebut penting dilakukan karena saat ini dampak yang diakibatkan dari praktik bisnis perusahaan menjadi topik yang sensitif bagi masyarakat. Maka dari itu, keikutsertaan perusahaan dalam ASR *Rating* bisa menjadi bentuk legitimasi terhadap praktik bisnis perusahaan.

Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah jumlah sampel yang digunakan. Hal tersebut terjadi karena adanya perusahaan yang tidak memenuhi kriteria yang sudah dibuat sebelumnya dan periode yang digunakan hanya dua

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tahun. Karena *Asia Sustainability Reporting Rating* baru diselenggarakan sejak tahun 2018 dan laporan keuangan tahun 2020 belum diterbitkan pada saat penelitian ini dibuat. Keterbatasan lainnya adalah terbatasnya variasi variabel independen sehingga belum bisa menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan secara keseluruhan atau mendekati kondisi yang sebenarnya.

Dari hasil keterbatasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, berikut beberapa saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya agar hasil yang diperoleh bisa lebih baik:

1. Penelitian selanjutnya bisa ditambahkan variabel bebas yang lebih bervariasi agar faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan mampu mendekati kondisi yang sebenarnya.
2. Perlunya penambahan sampel dan periode yang digunakan agar penelitian yang dihasilkan bisa lebih baik dan akurat.
3. Melakukan pengecekan ulang pada data sebelum data diolah.
4. Diharapkan menggunakan lebih banyak sumber dan referensi agar penelitian yang dihasilkan bisa lebih baik.
5. Terkait dengan penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan acara penghargaan lain untuk melihat apakah ada pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, F., & Putri, W. H. (2019). Studi Komparasi Kualitas Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Perusahaan Konstruksi Dalam dan Luar Negeri. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 1(40), 34–46.
- Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148.
- Fatchan, I. N., & Trisnawati, R. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance pada Hubungan Antara Sustainability Report dan Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan *Go Public* di Indonesia Periode 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 25–34.
- Gunawan, Y., & Mayangsari, S. (2015). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Investment Opportunity Set Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 2(1), 1.
- Harmono. 2009. Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis). Jakarta: Bumi Aksara.
- Lako, A. (2013). Sustainability Reporting, Apa Manfaatnya? *Green Economy: Menghijaukan Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi" (Penerbit Erlangga, 2015)*.
- Latifah, S. W., & Luhur, M. B. (2017). Pengaruh Laporan Keberlanjutan Pada Nilai Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 17(1), 13–18.
- Peraturan OJK Nomor 51/ POJK.03/ 2017 Tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.
- Pertiwi, T. K., & Pratama, F. M. I. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2).
- Prena, G. Das, & Muliawan, I. G. I. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 245.
- Ramadhani, I. A. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sejati, B. P., & Prastiwi, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Dan Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 0(0), 195–206.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Sujoko, & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Strategi Diversifikasi, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 11(2), 236–254.
- Surya, S., Soetama, D. R., & Ruliana, R. (2016). Pengaruh Earning Power Terhadap Earning Management. *Akuntabilitas*, 9(1), 97–120.
- Susanto, Y. K., & Tarigan, J. (2013). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1, 1–12.
- Susilaningrum, C. (2016). Pengaruh Return on Assets, Rasio Likuiditas, Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Profitabilitas*, 8(1), 1–17.
- Wardhani, P. P. C., & Hamidah. (2019). *The Signalling of Sustainability Reporting Award in Indonesia and Its Effects on Financial Performance and Firm Value. International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(8), 14–32.
- Wardoyo, & Veronica, T. M. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 132–149.
- Wijaya, B., & Sedana, I. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 253308.
- Zahorsky, D. (2021). Nilai Penghargaan Korporat. <https://asia.stevieawards.com/id/nilai-penghargaan-korporat>. Diakses 14 Februari 2021.