

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan Pustaka menjelaskan beberapa teori, hasil penelitian terdahulu dan publikasi umum yang relevan dengan variabel-variabel penelitian. Adapun tinjauan Pustaka yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

##### **2.1.1 *Intellectual Capital Disclosure***

###### **2.1.1.1 Pengertian *Intellectual Capital***

*Intellectual capital* umumnya didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dengan nilai buku dari asset perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan suatu observasi bahwa sejak akhir delapan puluhan, nilai pasar dari perusahaan lebih besar dari nilai yang dilaporkan dalam laporan keuangan berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh akuntan. Seiring dengan semakin bermunculannya penelitian mengenai *intellectual capital* semakin banyak penjelasan yang mengurangi definisi mengenai *intellectual capital* dan cara pengukurannya.

Menurut Ulum (2017:148) bahwa:

“Dapat dikatakan bahwa *intellectual capital disclosure* adalah suatu laporan yang dimaksud untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunaan yang dapat memerintahkan persiapan laporan, sehingga dapat memenuhi seluruh kebutuhan mereka”.

Menurut Moeheriono (2012:305) bahwa:

“*Intellectual Capital* adalah pengetahuan (*knowledge*) dan kemampuan (*ability*) yang dimiliki oleh suatu kolektivitas sosial seperti sebuah organisasi, komunitas intelektual, atau praktik profesional serta *intellectual capital* mewakili sumber daya yang bernilai tinggi dan berkemampuan untuk bertindak didasarkan pengetahuan.”

Menurut Ulum (2017) bahwa :

Intellectual capital adalah istilah dari aset tidak berwujud yang merupakan gabungan dari pasar dan kekayaan intelektual yang berpusat pada manusia dan infrastruktur yang mendorong untuk melaksanakan dan mengembangkan perusahaan. Modal intelektual mencakup semua pengetahuan karyawan, organisasi dan kemampuan untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Menurut Klaudia Julindra dan Liana Susanto (2015) bahwa :

Pengungkapan adalah merupakan cara bagi suatu perusahaan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk annual report. Pengungkapan modal intelektual berguna untuk memberikan informasi kepada *stakeholder* sumber daya intelektual yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan dapat meminimalkan asimetri informasi.

Berdasarkan teori diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa *intellectual capital disclosure* adalah suatu laporan yang dimaksud untuk memenuhi kebutuhan informasi yang berguna bagi *stakeholder* tentang aktivitas maupun sumber daya *intellectual* yang dimiliki perusahaan sehingga mengurangi asimetri informasi.

Menurut Ulum (2017:20) *intellactual capital* adalah: “*Intellectual capital is the term given to the combined assets of market, intellectual property, human-centered and infrastructure – which enable the company to function.*” *Intellectual capital disclosure* merupakan suatu bentuk komunikasi baru dimana peran manajemen dalam

menjalankan kontrak dengan pekerja dan memfasilitasi informasi yang memadai bagi pihak yang membutuhkan (Yuskar dan Novita, 2014).

Berdasarkan teori diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa *intellectual capital* merupakan suatu konsep penting yang dapat memberikan sumber daya berbasis pengetahuan berupa aset tidak berwujud yang bersumber dari tiga pilar, yaitu modal manusia, struktural dan pelanggan, yang apabila digunakan secara optimal dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dan memberikan kontribusi keunggulan kompetitif perusahaan.

#### **2.1.1.2 Faktor-faktor *Intellectual Capital Disclosure***

Perusahaan-perusahaan melakukan *intellectual capital disclosure* karena berbagai alasan. Menurut Heni Oktavianti dan Wahidahwati (2014) lima alasan perusahaan-perusahaan melaporkan *intellectual capital* yaitu sebagai berikut ini:

1. Pelaporan *intellectual capital* dapat membantu organisasi merumuskan strategi bisnis. Dengan mengidentifikasi dan mengmabangkan *intellectual capital* suatu organisasi untuk mendapatkan *competitive advantage*;
2. Pelaporan *intellectual capital* dapat membawa pada pengembangan indikator-indikator kunci prestasi perusahaan yang akan membantu mengevaluasi hasil-hasil pencapaian strategi;
3. Pelaporan *intellectual capital* dapat membantu mengevaluasi merger dan akuisisi perusahaan, khususnya untuk menentukan harga yang dibayar oleh perusahaan pengakuisisi;

4. Menggunakan pelaporan *intellectual capital* nonfinansial dapat dihubungkan dengan rencana intensif dan kompensasi perusahaan. Alasan pertama sampai dengan keempat, merupakan alasan internal dari perusahaan dalam melaporkan *intellectual capital*.
5. Alasan ini merupakan alasan eksternal perusahaan yaitu mengomunikasikan pada stakeholder eksternal tentang *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.”

Berdasarkan pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pelaporan *intellectual capital disclosure* yaitu untuk membatu merumuskan strategi, membawa pada pengembangan indikator sebagai sarana mengevaluasi hasil pencapaian strategi, merger dan akusisi perusahaan serta mengomunikasikan pada stakeholder eksternal tentang *intellectual property* yang dimiliki perusahaan.

### **2.1.1.3 Klasifikasi *Intellectual Capital Disclosure***

IFAC (1998) dalam Ulum (2017:86) mengklasifikasikan *intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu: *organizational capital*, *relational capital*, dan *human capital*. *Organizational capital* meliputi *intellectual property* dan *infrastructure assets*. Tabel 2.1 menyajikan pengklasifikasian tersebut berikut komponen-komponennya:

**Tabel 2. 1 Klasifikasi *Intellectual Capital***

<b>Organizational Capital</b>	<b>Relational Capital</b>	<b>Human Capital</b>
<p><b>Intellectual Property:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Patents</li> <li>• Copyrights</li> <li>• Design rights</li> <li>• Trade secret</li> <li>• Trademarks</li> <li>• Service marks</li> </ul> <p><b>Infrastructure Assets:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management philosophy</li> <li>• Corporate culture</li> <li>• Management processes</li> <li>• Information systems</li> <li>• Networking systems</li> <li>• Financial relation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brands</li> <li>• Customers</li> <li>• Customers loyalty</li> <li>• Blackog orders</li> <li>• Company names</li> <li>• Distribution channels</li> <li>• Business collaboration</li> <li>• Licensing agreements</li> <li>• Favourable contracts</li> <li>• Franchising agreements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Know-how</li> <li>• Education</li> <li>• Vocational qualification</li> <li>• Work-related knowledge</li> <li>• Work-related competencies</li> <li>• Entrepreneurial spirit, innovativeness, reactive abilities, changeability</li> <li>• Pschometric valuation</li> </ul>

Sumber: IFAC (1998) dalam Ihyaul Ulum (2017:86)

Menurut Nawawi (2012:186) *intellectual capital* terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

1. Modal Manusia (*Human Capital*)

Nilai para karyawan ditentukan dari kemampuannya dalam mengaplikasikan keterampilan dan keahlian mereka. Modal insani adalah gabungan kapabilitas insani di suatu organisasi untuk memecahkan permasalahan bisnis. Modal insani bersifat melekat pada diri manusia dan tidak bisa meninggalkan organisasi ketika orang-orangnya pergi. Modal insani juga meliputi seberapa efektif suatu organisasi menggunakan sumber daya insaninya sebagai dalam ukuran semisal kreativitas dan inovasi

2. Modal Sturktural (*Structural Capital*)

Yang dimaksud dengan modal struktural adalah infrastruktur pendukung, proses dan basis data organisasi yang memungkinkan modal insani dalam menjalankan fungsinya. Modal struktural juga meliputi perihal seperti gedung, perahu keras, perangkat lunak, proses, paten, dan hak cipta. Tidak hanya itu, modal struktural juga meliputi perihal seperti cipta. Tidak hanya itu, modal struktural juga meliputi perihal seperti citra organisasi, sistem informasi, dan hak milik bisnis data. Karena keberagaman ini, maka modal struktural bisa diklasifikasikan lebih jauh lagi menjadi modal inovasi, proses, dan organisasi.

### 3. Modal Relasional (*Relational Capital*)

Yakni modal yang terdiri dari perihal yang bisa dengan jelas teridentifikasi seperti hak cipta, perizinan, warlaba, namun juga bisa meliputi perihal yang tidak tampak konkret seperti interaksi dengan pelanggan dan hubungan antar manusia.

#### **2.1.4.4 Framework Intellectual Capital Disclosure**

78 item komponen *intellectual capital* merupakan perluasan dari 24 item. Jumlah ini dikembangkan dan kali pertama digunakan dalam penelitian tentang *intellectual capital disclosure* oleh Bukh et al. (2005). Pembahasan penelitian ini disajikan di Bab IX tentang *Anteseden intellectual capital disclosure* (Ulum., 2017:167). 78 item *intellectual capital* tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. 2**  
**Indeks *Intellectual Capital Disclosure***

No	Item	Kode
1	Employee (27 item) :	
2	Karyawan dibagi dalam kelompok umur	E1
3	Karyawan dibagi dalam kelompok senioritas	E2
4	Karyawan dibagi dalam kelompok gender	E3
5	Karyawan dibagi dalam kelompok Kewarganegaraan	E4
6	Karyawan dibagi dalam kelompok Departemen	E5
7	Karyawan dibagi dalam kelompok Fungsi/Jabatan Keraja	E6
8	Karyawan dibagi dalam kelompok tingkat Pendidikan	E7
9	Tingkat perputaran karyawan <i>Turn over</i> kerja adalah tingkat dimana banyak atau tidaknya perputaran atau keluar masuk tenaga kerja pada suatu perusahaan.	E8
10	Komentar mengenai peningkatan/penurunan jumlah karyawan	E9
11	Kesehatan dan keamanan karyawan	E10
12	Tingkat absensi karyawan	E11
13	Interview karyawan	E12
14	Pernyataan tentang kebijakan pengembangan kompetensi	E13
15	Deskripsi tentang program pengembangan kompetensi dan Aktivasnya	E14
16	Beban pendidikan dan pelatihan	E15
17	Beban pendidikan dan pelatihan per jumlah karyawan	E16
18	Beban karyawan per jumlah karyawan	E17

No	Item	Kode
19	Kebijakan rekrutmen perusahaan Rekrutmen adalah proses menarik, skrining, dan memilih orang yang memenuhi syarat pekerjaan. Semua perusahaan dalam industri apa pun bisa mendapatkan keuntungan dari kontingensi atau mempertahankan perekrut profesional atau proses alih daya untuk agen perekrutan.	E18
20	Departemen SDM, divisi, atau fungsinya	E19
21	Kesempatan perputaran fungsi atau jabatan	E20
22	Kesempatan berkarir	E21
23	Sistem remunerasi dan insentif Remunerasi adalah total kompensasi yang diterima oleh pegawai sebagai imbalan dari jasa yang telah dikerjakannya. Biasanya bentuk remunerasi diasosiasikan dengan penghargaan dalam bentuk uang (monetary rewards), atau dapat diartikan juga sebagai upah atau gaji. Insentif adalah kompensasi yang mengaitkan gaji dengan produktivitas. Insentif merupakan penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan kepada mereka yang dapat bekerja melampaui standaryang telahditentukan.	E22
24	Pensiun Pensiun adalah seseorang yang sudah tidak bekerja lagi karena usianya sudah lanjut dan harus diberhentikan, ataupun atas permintaan sendiri (pensiun muda). Seseorang yang pensiun biasanya hak atas dana pensiun atau pesangon. Jika mendapat pensiun, maka ia tetap dana pensiun sampai meninggal dunia.	E23
25	Kebijakan asuransi	E24
26	Pernyataan tentang ketergantungan terhadap personel kunci	E25
27	Penghasilan per karyawan	E26
28	Nilai tambah per karyawan	E27
<b>29</b>	<b><i>Customers (14 items)</i></b>	
30	Jumlah Pelanggan	C1



No	Item	Kode
31	Penjualam dibagi dalam kelompok pelanggan	C2
32	Penjualan tahunan per segmen atau produk	
33	Rata-rata pembelian per pelanggan	C3
34	Ketergantungan pada pelanggan kunci	C4
35	Deskripsi tentang keterlibatan pelanggan dalam operasi perusahaan	C5
36	Deskripsi tentang hubungan dengan pelanggan	C6
37	Pendidikan atau pelatihan pelanggan	C7
38	Rasio pelanggan per karyawan	C8
39	Nilai tambah per pelanggan atau segmen	C9
40	<p><i>Market share absolut (%) dalam industri</i>  Pangsa pasar adalah salah satu indikator utama perusahaan gunakan untuk mengukur seberapa baik mereka lakukan dibandingkan pesaing. Pangsa pasar adalah persentase bisnis atau penjualan sebuah perusahaan pegang dari bisnis keseluruhan atau penjualan oleh semua pesaing gabungan di pasar tertentu. Total bisnis yang tersedia disebut potensi pasar</p>	C10
41	Market share relatif perusahaan (tidak dinyatakan dalam %)	C11
42	Market share berdasarkan negara, segmen atau produk	C12
43	Pembelian kembali oleh pelanggan	C13
<b>44</b>	<b><i>Informatin technology (IT) (5 items)</i></b>	C14
45	<i>Description and reason for investments in IT</i>	
46	<i>Description of existing IT systems</i>	IT1
47	<i>Software assets held or developed by the firm</i>	IT2
48	<i>Description of IT facilities</i>	IT3

No	Item	Kode
49	<i>IT expense</i>	IT4
<b>50</b>	<b><i>Process (8 items)</i></b>	IT5
51	Informasi dan komunikasi dalam perusahaan	
52	Usaha berkaitan dengan lingkungan kerja	P1
53	Pekerjaan yang dilakukan dari rumah	P2
54	Pembagian pengetahuan dan informasi secara internal	P3
55	Pembagian pengetahuan dan informasi secara eksternal	P4
55	Ukuran kegagalan proses internal	P5
46	Diskusi tentang tunjangan tambahan dan program sosial perusahaan	P6
57	Penerimaan lingkungan dan pernyataannya atau kebijakannya	P7
<b>58</b>	<b><i>Research and development (R&amp;D) (9 items)</i></b>	P8
59	Pernyataan tentang kebijakan, strategi, dan tujuan aktivitas R&D	
60	Beban R&D	RD1
61	Rasio beban R&D terhadap penjualan	RD2
62	Investasi R&D dalam riset dasar	RD3
63	Investasi R&D dalam desain atau pengembangan produk	RD4
64	Detail prospek masa depan berkaitan dengan R&D	RD5
65	Detail paten yang sudah dimiliki perusahaan	RD6
66	Jumlah paten, lisensi, dan lain-lain	RD7
67	Informasi mengenai paten yang belum diputuskan	RD8
<b>68</b>	<b><i>Strategic statement (15 items)</i></b>	RD9

No	Item	Kode
69	Deskripsi tentang teknologi produksi yang baru	
70	Pernyataan tentang kualitas kinerja perusahaan	SS1
71	<p>Informasi tentang aliansi strategis perusahaan</p> <p>Aliansi strategis adalah hubungan formal antara dua atau lebih kelompok untuk mencapai suatu tujuan yang disepakati bersama ataupun memenuhi 49 bisnis kritis tertentu yang dibutuhkan masing-masing organisasi secara independent</p>	SS2
72	Tujuan dan alasan aliansi strategic	SS3
73	Komentar terhadap dampak aliansi strategic	SS4
74	Deskripsi jaringan supplier dan distributor	SS5
75	<p>Pernyataan tentang image dan brand</p> <p>Citra merek mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar dan/atau karakteristik pembuat dari produk/merek tersebut. Citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek (Setiadi 2003).</p> <p>Brand adalah segala sesuatu yang terkait dengan perusahaan, produk, atau layanan – semua atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.</p>	SS6
76	<p>Pernyataan tentang budaya perusahaan</p> <p>Menurut Susanto, AB. (1997:3) : “Suatu nilai-nilai yang menjadi pedoman sumber daya manusia untuk menghadapi permasalahan eksternal dan penyesuaian integrasi ke dalam perusahaan, sehingga masing-masing anggota organisasi harus memahami nilai-nilai yang ada dan bagaimana mereka harus bertindak atau berperilaku”.</p>	SS7
77	<p>Pernyataan tentang <i>best practice</i></p> <p><i>Best practice</i> adalah suatu ide atau gagasan mengenai suatu teknik, metode, proses, aktivitas, insentif atau penghargaan (reward) yang lebih efektif dalam mencapai keberhasilan yang luar biasa dibandingkan dengan teknik, metode, proses lain.</p>	SS8

No	Item	Kode
78	Struktur organisasional perusahaan	SS9
79	Pemanfaatan energi, bahan baku, dan bahan masukan lainnya	SS10
80	Investasi pada lingkungan	SS11
81	<p>Deskripsi tentang keterlibatan komunitas</p> <p>Keterlibatan komunitas perusahaan (Corporate Community Involvement) adalah salah satu wajah tanggung jawab sosial perusahaan dalam prakteknya. Cutlip et al (1985) dalam kutipan tersebut di atas memperjelas bahwa keterlibatan yang semacam itu sampai kepada kepentingan diri yang mendasar, untuk memungkinkan perusahaan agar bisa hidup mudah. Werbel dan Wortmal (2000: 124) sependapat bahwa "Perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang kompetitif dengan mempunyai itikad baik komunitas-komunitas lokal"</p>	SS12
82	<p>Informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan tujuan</p> <p>Tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya). Perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", yakni suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih Panjang</p>	SS13
83	Deskripsi tentang kontrak karyawan atau isu kontrak	SS14
		SS15

Sumber: Bukh *et al.* (2005) dalam Ihyaul Ulum (2017:167)

Penelitian ini menggunakan *content analysis* untuk mengukur *intellectual capital disclosure* didalam masing-masing prospektus dan analisis. Luasnya pengungkapan dikualifikasikan sebagai prosentase dari item-item informasi yang ditemukan di dalam prospektus. Metode penilaian fakta-fakta informasi pengungkapan dengan menggunakan poin 1 jika item indeks yang ditetapkan ditemukan di dalam prospektus, dan jika tidak ditemukan maka tidak ada poin. Berdasarkan yang tercantum dalam Ihyaul Ulum (2017:170), sebagai berikut:

$$ICD = \frac{\sum ij Ditem}{\sum ij ADitem}$$

Keterangan:

ICD = persentase pengungkapan model intelektual perusahaan

Ditem = total skor pengungkapan model intelektual pada prospectus perusahaan

ADitem = total item dalam indeks pengungkapan model intelektual

## **2.1.2 Sustainability Report Disclosure**

### **2.1.2.1 Pengertian Pengungkapan Sustainability Report**

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) berbeda dengan laporan keuangan. Selain sebagai pendukung pembangunan berkelanjutan, laporan ini diungkapkan sebagai bentuk komitmen perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan berada. *Sustainability report* menjadi media informasi bagi para *stakeholder* internal maupun eksternal untuk menilai apakah manajemen suatu perusahaan sudah menjalankan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya. Jadi,

adanya sustainability report sebagai pelengkap laporan keuangan perusahaan sangatlah penting bagi para *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri.

Definisi *Sustainability Reporting* menurut Lako (2011:64) adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* membahas pelaporan perusahaan tentang tanggung jawabnya terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial yang akan mempengaruhi perusahaan secara keseluruhan.

Pengungkapan informasi sosial perusahaan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan *sustainability reporting*. Dimana masih belum ada peraturan yang mewajibkan pengungkapan *sustainability reporting* di Indonesia. Hal ini jelas berbeda dengan negara-negara di Eropa, dimana praktik pengungkapan *sustainability reporting* telah diwajibkan untuk semua sektor perusahaan. Sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (revisi 2009) paragraf 12 menyatakan bahwa entitas dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Berdasarkan PSAK No.1 (revisi 2009) tersebut, maka perusahaan diharapkan untuk dapat mengungkapkan segala informasi yang berkaitan dengan tindakan sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Hal tersebut diperkuat dengan Undang

Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, ketentuan yang dimaksud termuat dalam pasal 74 (1) yang berbunyi: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam kaitannya dengan *sustainability development*, tidak hanya ada isu tunggal saja yang terdapat di dalamnya melainkan isu ekonomi, isu sosial serta isu lingkungan.

Menurut Lako (2011:65) bahwa :

“Menganjurkan perusahaan untuk bisa mulai mengadopsi *Sustainability Reporting Guideliness (SRG)* dari *Global Reporting Initiative (GRI)* karena belum adanya pedoman dari pemerintah dan Ikatan Akuntan Indonesia. GRI memberikan pedoman yang cukup komprehensif bagi perusahaan dalam pelaporan informasi terkait dengan biaya (*cost*), dan kinerja ekonomi, lingkungan, dan social.”

Menurut GRI (2013) bahwa:

Sustainability Report (laporan keberlanjutan) adalah Informasi yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi tentang dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari. Sustainability Report juga menyajikan nilai-nilai organisasi dan model tata kelola, dan menunjukkan hubungan antara strategi dan komitmennya untuk ekonomi global yang berkelanjutan.

Menurut Suharyani, dkk (2019) bahwa:

Sustainability report atau laporan keberlanjutan merupakan praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Sustainability report merupakan sumbangasih perusahaan kepada masyarakat yang dilihat dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan yang menggambarkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat mengenai aspek-aspek yang dilaporkannya dan sekaligus menjembatani kebutuhan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam rangka pengambilan keputusan.

Menurut Lako.A (2018) bahwa:

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

Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan *sustainability report*. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Salah satu yang terkenal adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) yang diluncurkan pada tahun 1997. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep GRI sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*.

#### **2.1.2.2 Manfaat *Sustainability Report***

Manfaat Sustainability Report berdasarkan GRI dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat internal untuk perusahaan dan organisasi:
  - a. Peningkatan pemahaman risiko dan peluang .
  - b. Menekankan hubungan antara kinerja keuangan dan non keuangan.
  - c. Mempengaruhi strategi, kebijakan, dan rencana bisnis Management dalam jangka panjang.
  - d. Merampingkan proses, mengurangi biaya, dan meningkatkan efisiensi.



e. Sebagai benchmark dalam menilai kinerja keberlanjutan dengan memperhatikan hukum, norma-norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela.

f. Menghindari kesalahan dalam mempublikasikan informasi mengenai lingkungan, sosial, dan tata kelola.

g. Membandingkan kinerja internal antar organisasi dan sector.

## 2. Manfaat eksternal:

a. Mengurangi atau mengembalikan dampak lingkungan, sosial dan tata kelola yang buruk.

b. Meningkatkan reputasi dan loyalitas merek .

c. Memungkinkan stakeholder untuk memahami nilai organisasi yang sebenarnya dalam bentuk aset berwujud dan tidak berwujud.

d. Menunjukkan bagaimana organisasi berpengaruh dan dipengaruhi oleh harapan tentang pembangunan keberlanjutan.

Pedoman yang digunakan untuk menyusun Sustainability Report dibuat oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* yang bermarkasi di belanda. GRI merupakan lembaga non profit yang menjadi pelopor pedoman laporan berkelanjutan atau laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR Report). GRI telah membuat pedoman laporan berkelanjutan pertama kali pada tahun 2000 yang disebut Generasi Pertama (G1) Guidelines. Lalu mengalami beberapa kali revisi, yaitu tahun 2002 menjadi Generasi Kedu (G2) Guidelines. Sejak tahun 2006 pedoman yang digunakan untuk menyusun Sustainability Report adalah generasi ketiga (G3) Guidelines dan kemudian

bertransisi menjadi G3.1 Guidelines. Namun pada Mei 2013, diluncurkan Generasi Keempat (G4) *Guidelines*. Peluncuran tersebut merupakan kulminasi konsultasi ekstensif dengan para pemangku kepentingan serta dialog dengan ratusan pakar diseluruh dunia, dari berbagai sektor, termasuk perusahaan, masyarakat sipil, organisasi buruh, akademisi dan lembaga keuangan. Tujuan G4 adalah sederhana: untuk membantu pelapor menyusun laporan keberlanjutan yang bermakna dan membuat pelaporan keberlanjutan yang mantap dan terarah menjadi praktik standar (GRI, 2013).

### **2.1.2.3 Prinsip *Sustainability Report***

*Sustainability report* sebagai pelengkap laporan keuangan perusahaan sangatlah penting bagi para *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri. Adapun prinsip-prinsip menurut GRI (2017) adalah sebagai berikut:

1. Keseimbangan *Sustainability report* sebaiknya mengungkapkan aspek positif dan negatif dari kinerja perusahaan untuk dapat memungkinkan penilaian yang masuk akal terhadap keseluruhan kinerja.
2. Dapat Diperbandingkan *Sustainability report* berisi isu-isu dan informasi yang ada sebaiknya dipilih, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten. Informasi tersebut harus disajikan dengan seksama sehingga memungkinkan para *stakeholder* untuk menganalisis perubahan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu.

3. Kecermatan Informasi yang dilaporkan dalam *sustainability report* harus cukup akurat dan rinci sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja perusahaan.
4. Ketepatan Waktu Pelaporan *sustainability report* tersebut harus terjadwal serta informasi yang ada harus selalu tersedia bagi para stakeholder ketika dibutuhkan dalam mengambil kebijakan.
5. Kesesuaian Informasi yang diberikan dalam *sustainability report* harus sesuai dengan pedoman dan dapat dimengerti serta dapat diakses oleh *stakeholder*. *Stakeholder* harus dapat menemukan informasi yang diperlukan dengan mudah.
6. Dapat Dipertanggungjawabkan Informasi dan proses yang digunakan dalam penyusunan laporan harus dikumpulkan, direkam, dikompilasi, dianalisis, dan diungkapkan dengan tepat sehingga dapat menetapkan kualitas dan materialitas informasi dari *sustainability report*.

#### **2.1.2.4 Indikator *Sustainability Report***

*Sustainability report* dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut. Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam *sustainability report* maka semakin bagus kualitas dari *sustainability report* tersebut Menurut Nichola (2019) *sustainability report* dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut. Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam *sustainability report* maka semakin bagus kualitas dari *sustainability report* tersebut. Pengungkapan

*sustainability report* diukur dari pengungkapan yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan berdasarkan indikator GRI yang diungkapkan dalam *sustainability report* perusahaan.

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah GRI *Guidelines* Versi 4 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian *standar disclosure*.

*Sustainability report* menggunakan standar dari GRI berisi 6 indikator yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*).

#### **2.1.2.5 Metode Pengukuran *Sustainability Report***

Pengungkapan *sustainability report* masih bersifat sementara (*voluntary*) artinya belum ada standar baku yang memuat cara pengungkapannya sehingga hal ini dikembalikan kepada kebijakan dari pihak manajemen masing-masing perusahaan. *Sustainability report* dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut. Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam *sustainability report* maka semakin bagus kualitas dari *sustainability report* tersebut.

Setiap item pengungkapan *sustainability report* dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Dimana instrumen pengukuran dalam *checklist* yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang dapat diperoleh melalui situs [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). Dalam GRI-4 terdapat 91 indikator pengungkapan. Rumus perhitungan pengungkapan *sustainability report* adalah sebagai berikut (Paulinda, 2016):

$$SRD_{ij} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

SRD = *Sustainability Report* index perusahaan j tahun i

n = Jumlah item diungkapkan perusahaan

k = Jumlah item yang diharapkan (jumlah indikator dalam GRI yaitu 91)

**Tabel 2.3**

**Indeks *Sustainability Report Disclosure***

ASPEK	KODE	INDIKATOR KINERJA
<b>STANDAR UMUM</b>		
	102-1	Nama organisasi
	102-2	Kegiatan, Merek, Produk, dan Jasa
	102-3	Lokasi kantor Pusat
	102-4	Lokasi Operasi

Profil Organisasi	102-5	Kepemilikan dan bentuk hukum
	102-6	Pasar yang dilayani
	102-7	Skala Organisasi
	102-8	Informasi mengenai karyawan dan pekerja lainnya
	102-9	Rantai Pasokan
	102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantaipasokannya
	102-11	Pendekatan atau prinsip pencegahan
	102-12	Inisiatif eksternal
	102-13	Keanggotaan asosiasi
Strategi	102-14	Pernyataan dari pembuat keputusan senior
Etika dan Integritas	102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku
Tata Kelola	102-18	Struktur tata kelola
Keterlibatan Pemangku Kepentingan	102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan
	102-41	Perjanjian perundingan kolektif
	102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangkukepentingan
	102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangkukepentingan
	102-44	Topik utama dan masalah yang dikemukakan
Praktik Pelaporan	102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangandikonsolidasi
	102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik
	102-47	Daftar topik material
	102-48	Penyajian kembali informasi
	102-49	Perubahan dalam pelaporan
	102-50	Periode pelaporan
	102-51	Tanggal laporan terbaru
	102-52	Siklus pelaporan
	102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai laporan
	102-54	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standar GRI
	102-55	Indeks isi GRI
	102-56	Assurance dari pihak eksternal

Pendekatan Manajemen	<b>103-1</b>	Penjelasan topik material dan batasannya
	<b>103-2</b>	Pendekatan manajemen dan komponennya
	<b>103-3</b>	Evaluasi pendekatan manajemen
<b>EKONOMI</b>		
Kinerja Ekonomi	201-1	Nilai ekonomi langsung yang di hasilkan dan didistribusikan
	201-2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
	201-4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan di Pasar	202-1	Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
	202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
	203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
Praktik Pengadaan	204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
Anti Korupsi	205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
	205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti korupsi
	205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Anti Persaingan	206-1	Langkah-langkah hukum untuk perilaku antipersaingan praktik anti-trust dan monopoli
<b>LINGKUNGAN</b>		
Material	301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
	301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya
Energi	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi

	302-2	Konsumsi energi di luar organisasi
	302-3	Intensitas energi
	302-4	Pengurangan konsumsi energi
	302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
Air	303-1	Pengambilan air berdasarkan sumber
	303-2	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	303-3	Daur ulang dan penggunaan air kembali
Keanekaragaman Hayati	304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati
	304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
	304-4	Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
Emisi	305-1	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	305-2	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung (Cakupan 2)
	305-3	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	305-4	Intensitas emisi GRK
	305-5	Pengurangan emisi GRK
	305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS)
	305-7	Nitrogen oksida (NOX), sulfur oksida (SOX), dan emisi udara signifikan lainnya
Air Limbah	306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan



dan Limbah		
	306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	306-3	Tumpahan yang signifikan
	306-4	Pengangkutan limbah berbahaya
	306-5	Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limpahan air
Kepatuhan Lingkungan	307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup
	308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
Penilaian Lingkungan Pemasok	308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
<b>SOSIAL</b>		
Kepegawaian	401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan
	401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu
	401-3	Cuti melahirkan
Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen	402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	403-1	Perwakilan pekerja dalam komite resmi gabungan manajemen- pekerja untuk kesehatan dan keselamatan
	403-2	Jenis kecelakaan kerja dan tingkat kecelakaan kerja, penyakit akibat pekerjaan, hari kerja yang hilang, dan ketidakhadiran, serta jumlah kematian terkait pekerjaan
	403-3	Para pekerja dengan risiko kecelakaan atau penyakit berbahaya tinggi terkait dengan pekerjaan mereka
	403-4	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat buruh
Pelatihan dan	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
	404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan

Pendidikan	404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier
Keanekaragaman dan Kesempatan Setara	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
	405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
Non-diskriminasi	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
Kebebasan Berserikat Dan Perundingan Kolektif	407-1	Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
Pekerja anak	408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
Pekerja Paksa atau Wajib	409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan	410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
Hak-Hak Masyarakat Adat	411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
Penilaian Hak Asasi Manusia	412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
	412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
	412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia
Masyarakat Lokal	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
	413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal

Penilaian Sosial Pemasok	414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
	414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
Kebijakan Publik	415-1	Kontribusi politik
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
	416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa
Pemasaran dan Pelabelan	417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
	417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa
	417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
Privasi Pelanggan	418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan Sosial Ekonomi	419-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi

Sumber: GRI (*Global Reporting Initiative*)

### 2.1.3 Profitabilitas

#### 2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) dalam suatu perseroan adalah profitabilitas. Dalam konteks ini profitabilitas berarti hasil yang

diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang diinvestasikan pemilik perusahaan. Pengertian profitabilitas menurut Hanafi (2012:81) adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Ada tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu *profit margin*, *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE).

Menurut Sartono (2012:122) bahwa:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, assets maupun laba bagi modal sendiri Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat bekepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benarbenar akan diterima dalam bentuk dividen.”

Menurut Kasmir (2015:114) bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.”

Menurut Harahap (2015:304) bahwa:

“Rasio Rentabilitas atau juga Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah cabang, jumlah cabang, dan sebagainya.”

Menurut Hery (2016:192) bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat diketahui bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

#### **2.1.3.2 Pengertian Rasio Profitabilitas**

Menurut Irfan Fahmi (2012:80) bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.”

Menurut Agus Sartono (2012:122) bahwa:

“Rasio profitabilitas dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba baik hubungannya dengan penjualan, *assets*, maupun laba bagi modal sendiri.”

Menurut Kasmir (2015:196) bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio 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. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan”.

Menurut Alarussi and Alhaderi (2018) bahwa:

*Profitability is defined as the earnings of a company that are generated from revenue after deducting all expenses incurred during a given period.*

Menurut Fahmi (2012) bahwa:

Tinggi rendahnya pendapatan laba yang didapat dalam keterkaitannya dengan penjualan dan investasi merupakan sebuah tujuan dari efektivitas manajemen secara menyeluruh yang diukur dengan rasio profitabilitas.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat diketahui bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, asset dan modal pada periode tertentu

### **2.1.3.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas**

Adapun jenis-jenis profitabilitas menurut Sartono (2012:113), sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*, digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

- 1 *Net Profit Margin*, digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.

$$NPM = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

- 2 *Profit margin* digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

- 3 *Return On Investment* atau *Return On Asset* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

- 4 *Return On Equity* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio profitabilitas yang sering digunakan yaitu *Return on Assets (ROA)*, *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu di ketahui (Hery, 2016:193).

#### **2.1.3.4 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2015: 197) tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
7. Dan tujuan lainnya.

#### **2.1.3.5 Manfaat Penggunaan Rasio Profitabilitas**

Rasio profitabilitas memiliki manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Sementara itu manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
2. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.



3. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan laba sendiri (Kasmir, 2015: 198).

#### **2.1.3.6 Metode Pengukuran Rasio Prifitabilitas**

Untuk mengukur rasio profitabilitas terdapat beberapa cara, menurut Agus Sartono (2016:123-125) bahwa:

1. *“Return on Assets*
2. *Gross Profit Margin*
3. *Net Profit Margin*
4. *Return on Equity*
5. *Profit Margin*
6. *Earning power.”*

Berikut ini merupakan penjelasan darubrincian dari 5 (lima) metode pengukuran rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. **“Return on Assets (ROA)**

Return on assets menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total asset.

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

## 2. Gross Profit Margin

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor terhadap penjualan perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{penjualan}}$$

## 3. Net Profit Margin

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba setelah pajak terhadap penjualan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba setelah pajak terhadap penjualan

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}}$$

## 4. Return on Equity (ROE)

Return on Equity atau return on net worth mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba setelah pajak terhadap modal.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal}}$$

## 5. Profit Margin

Merupakan rasio yang mengukur besarnya persentase laba sebelum pajak dibagi dengan penjualan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba sebelum pajak terhadap penjualan .

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Penjualan}}$$

6. Earning Power Earning power merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang dipergunakan. Rasio ini dihitung dengan cara hasil kali *net profit margin* dengan perputaran aktiva.

$$\text{Earning Power} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total aktiva}} \times \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

Menurut Kasmir (2018:198-207) bahwa:

1. *Return On Assets*

Rasio ini menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. Rasio ini merupakan suatu ukuran tentang keefektivitasan manajemen dalam mengelolah investasinya. Rasio ini dihitung dengan cara:

$$\text{Return on assets} = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity*

Hasil pengembalian *ekuitas* atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{\text{ekuitas}} \times 100\%$$

3. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning Per Share*) Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio ini dapat dihitung dengan cara:

$$Earning\ per\ share = \frac{\text{laba saham biasa}}{\text{saham biasa yang beredar}} \times 100\%$$

4. *Net Profit Margin* *Net profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Rasio ini dihitung dengan:

$$Net\ profit\ margin = \frac{\text{laba setelah bunga dan pajak}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

5. *Gross Profit Margin*

*Gross profit margin* adalah margin laba kotor yang menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini dihitung dengan:

$$Gross\ profit\ margin = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini metode pengukuran rasio profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Assets*. *Return on assets* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba berdasarkan aktiva yang digunakan, semakin tinggi nilai ROA yang mampu dihasilkan perusahaan, maka kemampuan kinerja keuangan perusahaan

semakin baik, semakin baik pengelolaan asset perusahaan semakin besar juga laba yang akan didapat perusahaan.

#### **2.1.3.7 Return On Asset**

ROA sendiri merupakan rasio yang digunakan mengukur kemampuan bank menghasilkan keuntungan secara relatif dibandingkan dengan total asetnya.

Menurut Kasmir (2015: 115) bawa :

“*Return On Assets* (ROA) merupakan rasio 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. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.”

Menurut Herispon (2016:42) bahwa:

“*Return on Assets* adalah mengukur tingkat pengembalian bersih yang diperoleh dari total aktiva perusahaan”

Menurut Agus Sartono (2012:123) bahwa:

“*Return on investment* atau *return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan”

Menurut Kasmir (2018:201) bahwa:

“Rasio ini menggambarkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini merupakan suatu ukuran tentang keefektivitasan manajemen dalam mengelola investasinya.”

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa *return on assets* adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba atas jumlah aktiva yang dipergunakan. *Return on assets* juga suatu ukuran keefektivitasan manajemen dalam mengelola investasinya.

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA merupakan perkalian antara *Net Profit Margin* dengan perputaran aktiva. *Net Profit Margin* menunjukkan kemampuan memperoleh laba dari setiap penjualan yang diciptakan oleh perusahaan. Sedangkan perputaran aktiva menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan penjualan dari aktiva yang dimilikinya. Apabila kedua faktor itu meningkat maka ROA juga akan meningkat. Apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan meningkat sehingga dampak akhirnya adalah peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham. Rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Sumber:Kasmir (2012:97)

## **2.1.4 Nilai Perusahaan**

### **2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan yang *go public* (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual (Wijaya, 2017:1).

Menurut Margareta (2011:7) bahwa:

“Nilai perusahaan yang sudah *go public* tercermin dalam harga pasar saham perusahaan sedangkan pengertian nilai perusahaan yang belum *gopublic* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha, lingkungan usaha, dan lain lain).”

Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2012:6) bahwa:

“Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan.”

Menurut Prihadi (2013:8) bahwa:

“Nilai perusahaan sangat berkaitan dengan kinerja perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan kekayaan para pemegang saham.”

Menurut Sartono (2012:9) bahwa:

“Dapat didefinisikan sebagai tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.”

Menurut Ol Languju, M. Magantar, and H. H Tasik (2016) bahwa:

Company value is an assessment given by investors, which is the fair value of the company that reflects the investors' perceptions of certain issuers, which in turn are always related to stock prices

Berdasarkan definisi diatas, dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, seperti yang dikemukakan oleh Husnan dan Pudjiastuti (2012:6) bahwa secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan.

#### **2.1.4.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan**

Menurut Sudana (2011:7) teori-teori di bidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

- a. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
- b. Mempertimbangkan faktor resiko.
- c. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.



- d. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

#### **2.1.4.3 Konsep Nilai Perusahaan**

Menurut Harmono (2017: 233) beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai perusahaan di antaranya sebagai berikut:

1. Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif
2. Nilai pasar atau sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan di jual di pasar saham
3. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai real suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep Akuntansi
5. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisadihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuidasi.

#### 2.1.4.4 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2017:114) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari:

##### a. *Price Earning Ratio* (PER)

PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dihitung dengan rumus:

$$PER = \frac{\text{harga pasar per lembar saham}}{\text{laba perlembar saham}}$$

##### b. *Price to Book Value* (PBV)

*Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

##### c. *Tobin's Q*

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Kumar, 2016: 197). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena

menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. *Tobin's Q* dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q : nilai perusahaan

EMV (nilai pasar ekuitas): *closing price* saham x jumlah saham yang beredar

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total asset

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Price Book Value* dalam mengukur nilai perusahaan, karena *Price book value* menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi rasio *price book alue* dapat diartikan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Menurut Brigham (2011:151) rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan dipandang baik oleh investor yang artinya perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan, dijual dengan rasio nilai buku yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan pengembalian yang rendah.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah hasil penelitian terdahulu sebagai referensi dalam penelitian:

**Tabel 2. 4**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Vrilly Claudia. (2021) <a href="https://journal.uny.ac.id/index">https://journal.uny.ac.id/index</a> .	Pengaruh <i>intellectual capital</i> , <i>intellectual capital disclosure</i> (ICD) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable <i>intervening</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa IC berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas; ICD berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas; IC berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan; ICD berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan; profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; IC berpengaruh positif dan

			signifikan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas dan ICD berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas
2	Dedi Ardianto. (2018) <a href="https://publikasi.mercubuana.ac.id">https://publikasi.mercubuana.ac.id</a>	Pengaruh <i>enterprise risk management disclosure, intellectual capital disclosure</i> dan struktur pengelolaan terhadap nilai perusahaan	Berdasarkan hipotesis yang diujikan membuktikan bahwa pengungkapan intellectual capital, dewan direktur berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan dewan komisaris independen mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan perusahaan pengungkapan manajemen risiko dan audit komite

			tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
3	<p>Annauly Maria Caroline. (2015)  <a href="https://ejournal3.undip.ac.id">https://ejournal3.undip.ac.id</a></p>	<p>Pengaruh Modal Intelektual terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) modal intelektual (VAIC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, (2) modal intelektual (VAIC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan masa depan, dan (3) tingkat pertumbuhan Intellectual Capital (ROGIC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan dimasa yang akan datang.</p>
4	<p>Seprida Hanum Harahap (2020)  <a href="https://scholar.google.co.id/scholar">https://scholar.google.co.id/scholar</a></p>	<p>pengaruh <i>intellectual capital</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan</p>

		<p>terhadap profitabilitas pada perusahaan plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI</p>	<p>bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap <i>Return On Assets</i>. Sedangkan pengujian secara parsial membuktikan bahwa variabel Nilai Tambah Modal Manusia dan Modal Nilai Tambah yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Asset</i>, sedangkan secara parsial membuktikan bahwa variabel Nilai Tambah Modal Struktural tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Assets</i> pada perusahaan plastik dan kemasan. tercatat di Bursa Efek Indonesia.</p>
--	--	--	---

5	J.N., & Prastiwi, A. (2011) <a href="https://scholar.google.co.id/scholar">https://scholar.google.co.id/scholar</a> .	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report Terhadap Profitabilitas</i>	<i>Sustainability report</i> berpengaruh signifikan positif terhadap ROA dan CR
6	Yohanes Kurniawan Susanto. (2013) <a href="https://media.neliti.com/media/publications">https://media.neliti.com/media/publications</a>	Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya pengungkapan kinerja sosial dan pengungkapan kinerja tanggung jawab produk yang mempengaruhi kinerja keuangan Perusahaan.
7	Mochamad Rizki Triansyah Bukhori. (2017) <a href="https://www.neliti.com/id/publications">https://www.neliti.com/id/publications</a>	Pengaruh pengungkapan <i>sustainability report</i> terhadap kinerja keuangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua dimensi sustainability report yaitu dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan secara parsial hanya



			dimensi sosial yang berpengaruh positif tidak signifikan
8	Andansari Maskat. (2018) <a href="https://dspace.uui.ac.id/handle">https://dspace.uui.ac.id/handle</a>	Pengaruh pengungkapan <i>sustainability report</i> terhadap kinerja dan nilai perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan (mining) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2016)	Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kinerja ekonomi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan tetapi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kinerja lingkungan dan sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja dan nilai perusahaan

## 2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh *Intellectual Capital Disclosure* Terhadap Profitabilitas.

Secara teori, pemanfaatan dan pengelolaan *intellectual capital* yang baik oleh perusahaan dapat membantu meningkatkan kinerja keuangan. Selain itu, *intellectual capital* juga diyakini dapat meningkatkan *market value* perusahaan (Nugrahaeni, 2021). Perusahaan yang mampu memanfaatkan asset intelektualnya secara efisien, maka nilai pasar perusahaan akan meningkat. Sinyal atribut pengungkapan IC dapat

membawa banyak manfaat bagi perusahaan, seperti meningkatkan citra perusahaan, menarik investor potensial, menurunkan biaya modal, penurunan volalitas saham, menciptakan pemahaman produk atau jasa, dan yang lebih dari itu semua untuk meningkatkan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholder*). *Intellectual capital* adalah kontributor penting bagi kinerja perusahaan dan bahwa meningkatnya kesenjangan dalam rasio *market-to-book* (Nadeem, 2017). *Intellectual capital* merupakan sebuah konsep yang mengacu pada modal tidak berwujud yang terdiri dari tiga elemen yaitu modal yang terkait dengan manusia (*human capital*), modal yang terkait dengan perusahaan (*structural capital*), dan modal yang terkait dengan pihak luar perusahaan (*relational capital*). Ketiga elemen ini tidak dapat dilihat secara fisik dan sulit diukur, namun dirasa perlu untuk diungkapkan karena dipandang sebagai aset yang dapat memberikan keunggulan bersaing (Sardo et al., 2018; Pucci et al., 2015).

Semakin banyak informasi *Intellectual Capital Disclosure* yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan maka semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan. hal ini berdampak pada perhatian atau kepercayaan *stakeholders* kepada perusahaan dan dapat mempertahankan kesejahteraan atau kelangsungan hidup perusahaan, serta memberikan informasi yang bermanfaat kepada calon investor, kreditor maupun pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keangan perusahaan (Nugraheni, 2021).

Hasil penelitian *Vrilly Claudia, Fajar Gustiawaty, Tri Joko* (2021) menunjukkan ICD berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Ardianto & Rivandi

(2018) dan Chasanah (2019) menyatakan adanya pengaruh *intellectual capital disclosure* terhadap profitabilitas akan mempengaruhi variabel nilai perusahaan. *Intellectual capital, human capital* dan *structural capital* berpengaruh signifikan dan positif pada kinerja perusahaan (Lv and Han, 2015).

### **2.3.2 Pengaruh *Sustainability Report Disclosure* Terhadap Profitabilitas.**

Pengungkapan laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha. Pengungkapan laporan keuangan diatur secara jelas dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dimana setiap perusahaan publik harus mengikuti standar dan prinsip yang berlaku umum. Pengungkapan *sustainability report* ini berkaitan erat dengan pencitraan yang ingin ditunjukkan oleh perusahaan di mata masyarakat atau konsumen. Asumsinya, konsumen akan lebih memilih mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki citra yang baik. Citra yang baik diperoleh dari tingginya tingkat kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Semakin tingginya minat perusahaan akan meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan, sehingga profitabilitas perusahaan naik.

*John Elkington* dalam Shen 2016 menjelaskan mengenai *sustainability report* sebagai sebuah pendekatan terhadap kinerja perusahaan pada bidang lingkungan, sosial, dan ekonomi yang sering disebut dengan *triple bottom line (profit, people, planet)*. Pengungkapan informasi dalam *sustainability report*, diharapkan dapat

memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berorientasi profit saja, tetapi juga memperhatikan isu sosial dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, *sustainability report disclosure* dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder yang nantinya dapat berdampak pada peningkatan investasi yang dapat meningkatkan laba perusahaan. Jadi, semakin meningkatnya *sustainability report* diharapkan dapat meningkatkan probabilitas perusahaan (Nnamani, 2017).

Pengungkapan *sustainability report* diperlukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat yang mana perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat. Dalam pelaksanaannya *sustainability report* masih banyak pro kontra, namun banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan *sustainability report* sebagai misi dalam perusahaan, karena dewasa ini setiap perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial pada tiap lingkungan perusahaannya seperti ketentuan dalam Pasal 66 ayat 2c UU No. 40 tahun 2007, yang menyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Perusahaan dituntut untuk melakukan *sustainability report* agar dapat memperbaiki legitimasi dari masyarakat dan mendapatkan keuntungan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, perusahaan akan mengarah pada kegagalan apabila tidak dapat memenuhi harapan masyarakat dan tentunya menimbulkan penyebaran informasi negatif tentang perusahaan tersebut.

Pelaksanaan *sustainability report* menciptakan citra yang baik bagi perusahaan seperti yang diungkapkan Hadi (2011:65) bahwa biaya sosial (biaya keberpihakan perusahaan terhadap *stakeholder*) juga dapat meningkatkan *image*, baik di pasar komoditas maupun pasar modal. Citra perusahaan yang baik akan lebih diminati oleh investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan akan membaik dan diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Syahnaz, 2013). Dalam hal ini ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas yang diperhitungkan bagi kalangan investor karena apabila tingkat imbalan akan semakin besar maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal yang semakin meningkat. Adanya pelaksanaan *sustainability report* yang semakin baik akan memberikan dampak baik untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang atau yang sering disebut dengan *sustainable development* (Rosdwianti, 2016).

Hasil penelitian Soelistyoningrum, J.N., & Prastiwi, A. (2011) menunjukkan Pengungkapan SR berpengaruh signifikan positif terhadap ROA dan CR. Adhima (2012) Menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian Weber (2017) bahwa *sustainability report* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui profitabilitas.

### **2.3.3 Pengaruh *Intellectual Capital Disclosure* dan *Sustainability Report Disclosure* Terhadap Profitabilitas**

Dalam upaya mencapai citra perusahaan yang baik, perusahaan akan menunjukkan kepada publik segala hasil dari aktivitas operasional dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang menggambarkan bahwa mereka telah melakukan aktivitas CSR. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) merupakan tindakan yang dilakukan atas respon dari beragam pihak mengenai adanya kerusakan lingkungan baik psikis, fisik maupun sosial. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan langkah sosial perusahaan baik dalam lingkungan internal perusahaan, masyarakat sekitar serta lingkungan eksternal secara luas. Kegiatan CSR merupakan salah satu program yang dihadirkan perusahaan dalam upaya membangun citra yang baik pada masyarakat yaitu, melalui kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagai wujud peran serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan komunitas sekitarnya, maupun masyarakat secara luas, Perseroan akan berkomitmen dalam menjalankan tanggung jawab sosial lingkungannya (Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3).

Saat ini, IC merupakan pilar perusahaan yang dapat menjamin penciptaan dan pemeliharaan keunggulan kompetitif dan pencapaian tujuan bisnis bagi perusahaan (Guthrie dan Petty, 2000). Keadaan seperti itu semakin meningkatkan nilai informasi IC. *Isvara et al.*, 2018 menemukan bahwa terdapat pengaruh positif

signifikan antara *intellectual capital* (IC) terhadap nilai perusahaan. Berbeda dari hasil riset yang ditemukan oleh Siregar dan Safitri (2019) yakni tidak terdapat pengaruh signifikan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Senada dengan hal tersebut, Subaida et al. (2018) mengungkapkan bahwa modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Siregar dan Safitri (2019) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif antara *sustainability reporting* terhadap profitabilitas. Adhima (2013) menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara *sustainability reporting disclosure* pada profitabilitas perusahaan. Berbeda dengan hal tersebut, penelitian oleh Sejati dan Pratiwi (2015) menyatakan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Sementara penelitian oleh Ratanacharienchai, et al. (2017) menyatakan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Amalia et al. (2021) mengungkapkan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh secara signifikan pada profitabilitas.

#### **2.3.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.**

Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Sari, 2016). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”. Jika dikaitkan dengan profitabilitas, maka setiap perusahaan yang akan

berusaha memaksimalkan nilai perusahaan secara terus-menerus mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

Menurut Sartono (2012:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen. Dengan melihat defenisi diatas profit atau laba yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2001 :317). Dengan meningkatnya harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting, karena merefleksikan kinerja suatu perusahaan dan kemakmuran pemilik serta pemegang saham. Kemakmuran pemilik atau pemegang saham dapat terlihat dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham akan mampu merefleksikan semakin makmur pihak-pihak yang pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam perusahaan tersebut (Sritharan, 2018).

Pada penelitian terdahulu membahas hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan mempunyai kaitan dengan penelitian ini diantaranya oleh Norma Hidayah (2016) mengemukakan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi profitabilitas (ROA)

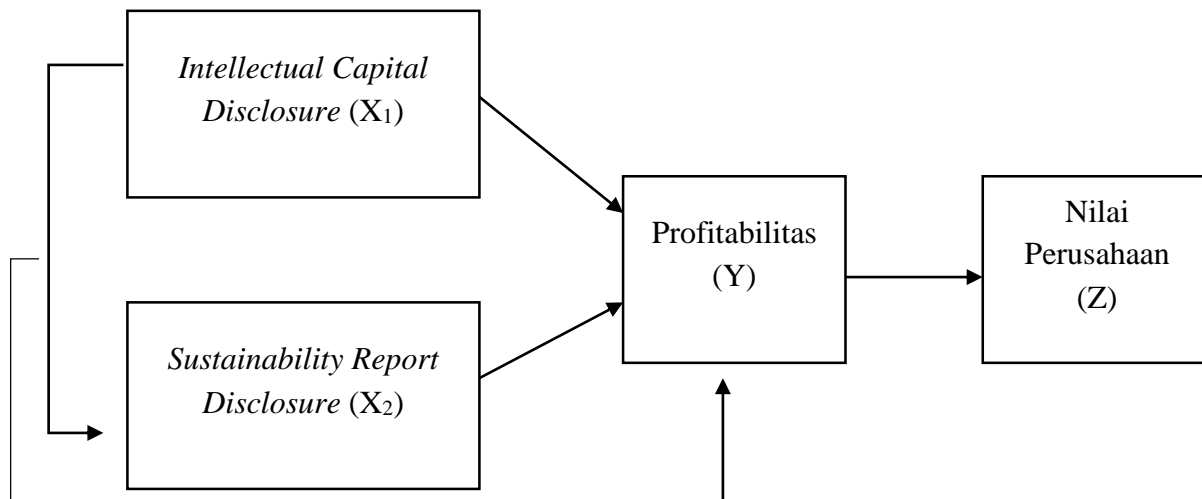


maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan tinggi. Nilai ROA yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat.

Berpengaruh positifnya nilai perusahaan menjadi prospek baik bagi perusahaan untuk menggaet investor, karena profitabilitas merupakan indikator terpenting bagi suatu perusahaan, dimana semakin tinggi rasio maka tinggi pula laba yang dimiliki perusahaan tersebut (*Chen, 2016*). Profitabilitas sangat mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan untuk menginvestasikan dananya karena investor lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi dengan asumsi bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang sahamnya (*Kinde, 2013*).

Pada penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) dengan judul pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai Perusahaan mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin besar profitabilitas maka nilai perusahaan yang diperoleh juga semakin besar. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang cukup tinggi akan mendapatkan dana yang cukup, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya

yang berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan. Perusahaan menghasilkan laba, maka nilai perusahaan akan naik yang terlihat dari kenaikan harga sahamnya.



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan gambaran kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Intellectual capital disclosue* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2021.

H<sub>2</sub>: *Sustainability report disclosue* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan sektor properti *real estate* yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2021.

H<sub>3</sub>: *Intellectual capital disclosue* dan *sustainability report disclosue* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2021.

H<sub>4</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2021.

