

BAB 1

PENDAHULUAN

Saat ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada pelaporan aspek ekonomi, namun juga aspek lingkungan dan sosial. Perkembangan laporan lingkungan dan sosial perusahaan menjadi alasan tingginya popularitas *sustainability report* belakangan ini (Jones et al., 2016; Uyar, 2016). Hal ini sejalan dengan berkembangnya zaman dari era pelaporan tradisional ke era pelaporan modern. Perusahaan dituntut oleh *stakeholders* untuk transparan dalam melaporkan berbagai aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Sustainability report* merupakan sarana bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerjanya dalam aspek ekonomi, lingkungan, maupun sosial kepada *stakeholders*. Jumlah *sustainability report* yang diterbitkan oleh perusahaan di seluruh dunia terus bertambah (Buallay, 2020; Higgins et al., 2020; Tempero, 2019). Menurut Boston College Center for Corporate Citizenship & Ernst & Young LLP (2013), *sustainability report* telah berkembang menjadi salah satu laporan yang terpenting bagi perusahaan mana pun.

Meskipun melonjaknya angka perusahaan yang menerapkan *sustainability report*, pelaporan ini masih bersifat *voluntary*. Di samping itu, penelitian mengenai pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan hingga saat ini masih belum konsisten. *Sustainability report* telah menjadi semakin penting selama beberapa dekade terakhir, namun validitas penelitian tentang pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan masih tidak pasti (Nguyen, 2020). Di satu sisi, *sustainability report* masih diperdebatkan tentang pengaruhnya terhadap peningkatan nilai perusahaan (Cahan et al., 2016). Pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan masih belum jelas (Margolis et al., 2012).

Beberapa penelitian menyimpulkan bahwa *sustainability report* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan (Alfiana, 2021; Anna & R.T., 2019; Bartlett, 2012; Dewi et al., 2019; Kharima & Zulfiati, 2020; Latifah & Luhur, 2017; Loh et al., 2017; Lyan et al., 2021; Natalia & Soenarno, 2021; Pratami, 2019; Primasari, 2019; Swarnapali, 2020; Yulianingsih et al., 2018). Namun, penelitian

(Afsari et al., 2021; Gunawan & Mayangsari, 2015; Habibi & Andraeny, 2018; Hadi et al., 2021; Novia & Halmawati, 2022; Ramadhani, 2015; D. K. Sari & Wahidahwati, 2021; Sawitri & Setiawan, 2019; Yondrichs et al., 2021) menyimpulkan bahwa *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Amalia et al., 2021; Ratanacharoenchai et al., 2017; Hariyani et al., 2021; Morine et al., 2022; Mutiara & Mahardika, 2020; Nguyen, 2020) yang menyimpulkan bahwa *sustainability report* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu menuai perdebatan sehingga memotivasi dilakukannya penelitian ini dengan menggunakan metode analisis meta.

Penelitian ini menggunakan teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Teori *stakeholder* menegaskan bahwa perusahaan tidak beroperasi semata-mata untuk tujuan internalnya sendiri, tetapi juga harus memberi manfaat bagi *stakeholder* (Ghozali & Chariri, 2007). Berbagai kelompok *stakeholder* yang berbeda dapat menyediakan beragam informasi yang jika dipadukan akan mewujudkan nilai (Esterhuyse, 2019; Garcia-Castro & Aguilera, 2015; Parnell et al., 2018). *Sustainability report* yang berisi informasi mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan merupakan media yang tepat sebagai strategi perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan relasi dengan para *stakeholder*. Melalui teori legitimasi, ditegaskan bahwa perusahaan menjalankan kegiatannya dalam kerangka norma-norma yang ada di masyarakat serta lingkungan di mana perusahaan tersebut berada, dan berupaya untuk memastikan bahwa kegiatannya diterima dan diakui oleh pihak eksternal sebagai perusahaan yang sah (Deegan, 2004). Legitimasi mempengaruhi penggunaan *sustainability report* (Kuruppu et al., 2019; O'Donovan, 2002)

Penelitian ini menggunakan metode analisis meta dengan alasan karena dapat mensintesis dan menjelaskan pengetahuan yang tidak konsisten terkait dengan pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Metode analisis meta memungkinkan peneliti untuk menjelaskan temuan sebelumnya yang tidak konsisten dan saling bertentangan (Allen, 2017; Bing et al., 2011; Hunter et al.,

1986; Hunter & Schmidt, 2004; Lohwasser et al., 2022). Penelitian ini akan menggunakan data statistik dari penelitian-penelitian untuk memperkirakan *effect size* (Hunter et al., 1986; Hunter & Schmidt, 2004) dan mendapatkan kesimpulan tentang pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga akan menguji apakah hasil yang bertentangan disebabkan oleh variasi ukuran pada *sustainability report* dan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan yang selama ini masih belum konsisten hasilnya. (2) perbedaan pengukuran dari variabel independen (*sustainability report*) dan variabel dependen (nilai perusahaan) mempengaruhi perbedaan hasil penelitian.

Hasil penelitian pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan menggunakan analisis meta ini membuktikan bahwa *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, dalam uji sub-group analisis meta berdasarkan pengukuran variabel *sustainability report* dan variabel nilai perusahaan menunjukkan bahwa adanya efek moderator pengukuran variabel *sustainability report* dan variabel nilai perusahaan.

Penelitian ini berkontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang studi *sustainability report*, khususnya pada aliran penelitian yang meneliti pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis meta yang bertujuan merekonsiliasi hasil empiris yang bertentangan tentang pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Secara praktis penelitian ini dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya yang meneliti tentang pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini disusun menjadi lima bagian, yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab 1 memaparkan mengenai latar belakang berkembangnya *sustainability report*. Selanjutnya permasalahan mengapa penelitian *sustainability report* dan nilai perusahaan masih belum jelas. Lalu dilanjutkan dengan penjelasan mengenai penelitian terdahulu dan kesenjangan penelitian. Selanjutnya, penjelasan tentang teori yang digunakan dalam penelitian ini. Setelah itu, dijelaskan secara singkat metode yang digunakan dan hasil dari penelitian beserta tujuan dan kontribusi penelitian.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab 2, dijelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Di sisi lain, dalam bab ini juga dijelaskan hipotesis sementara yang menyatakan *sustainability report* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh model pengukuran *sustainability report* dan nilai perusahaan.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab 3 membahas mengenai data dan sampel, variabel, dan metode pengujian hipotesis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *sustainability report* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan artikel yang membahas mengenai pengaruh *sustainability report* terhadap nilai perusahaan yang telah terpublikasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis meta dengan menggunakan Microsoft Excel.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 memuat hasil dari pengujian hipotesis yang disajikan dalam bentuk tabel. Hasil dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu hasil analisis meta general dan meta subgroup beserta pembahasan berupa uraian penjelasan tiap hipotesis.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab 5 menjelaskan keseluruhan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Keterbatasan pada penelitian ini beserta saran kepada pembuat kebijakan, perusahaan, dan peneliti selanjutnya juga akan dijelaskan pada bab 5.