

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

Penelitian mengenai profitabilitas yang terkait dengan nilai perusahaan dan beberapa penelitian mengenai aktifitas lingkungan terhadap profitabilitas pun sudah banyak dilakukan. Tetapi belum banyak penelitian yang fokus kepada kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Karena banyak asumsi yang meragukan bahwa aktifitas lingkungan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini fokus pada perolehan data, kerangka teori, dan konsep pendekatan yang mengembangkan dari penelitian – penelitian sebelumnya

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa aktivitas perusahaan sepenuhnya adalah untuk memenuhi kepentingan perusahaan dan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh

stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairi, 2007).

Freeman, *et al*(2002) dalam Waryanti (2009) mengungkapkan bahwa

Stakeholder theory dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi sumber – sumber ekonomi yang digunakan untuk aktifitas perusahaan (Ghozali dan Chairi, 2007). Oleh

sebab itu perusahaan sangat mempertimbangkan keberadaan *stakeholder* dan selalu berusaha memenuhi kebutuhan *stakeholder* karena mereka memegang peranan penting dalam perusahaan.

Perusahaan membutuhkan para *stakeholder* dalam keberlanjutan usahanya. Karena para *stakeholder* memiliki kekuasaan dalam keputusan aktivitas perusahaan baik secara langsung maupun tidak. Untuk pengambilan keputusannya, pemangku kepentingan membutuhkan informasi terkait dengan aktivitas perusahaan. Sehingga perusahaan wajib bertanggung jawab untuk memberikan informasi sebaik – baiknya agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan.

Laporan yang diterbitkan oleh perusahaan itulah yang menjadi sumber informasi bagi *stakeholder* baik melalui laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan atas aktivitasnya. Maka itu pengungkapan lingkungan yang diterbitkan oleh perusahaan pun dapat menjadi jembatan komunikasi antara *stakeholder* dan perusahaan

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat (Deegan, 2004). Teori ini berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

Teori ini memperkuat bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga secara berkesinambungan harus memastikan apakah perusahaan

telah beroperasi didalam norma – norma yang dijunjung tinggi dalam masyarakat dan memastikan aktivitas mereka dapat diterima oleh *stakeholder*. Menurut Dowling dan Pfefer (1975) dalam Chairiri & Ghozali (2007), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan – batasan yang ditekankan oleh norma – norma dan nilai – nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan

Interaksi ini yang kemudian menjadi maksud dalam adanya pengungkapan agar *stakeholder* dapat memastikan bahwa perusahaan sudah melakukan tugasnya dalam tanggungjawab atas aktivitasnya. Hal ini juga merupakan sinyal untuk pemegang saham dalam pengawasan manipulasi yang dilakukan perusahaan atau isu – isu lainnya yang dapat mempengaruhi harga saham karena meningkatnya kepercayaan pemegang saham juga akan dipengaruhi transparansi informasi yang diungkapkan oleh perusahaan (Fatayatiningrum, 2011) dalam (Yusuf, 2015).

Guthrie dan Parker (1990) dalam (Yusuf, 2015) mengemukakan bahwa organisasi mendasarkan operasi bisnisnya pada lingkungan sosial perusahaan melalui kontrak sosial yang disetujui dan berbagai keinginan masyarakat sebagai bentuk penghargaan atas persetujuan organisasi dan keberlanjutan perusahaan.

Sehingga sebenarnya agar dapat diterima oleh masyarakat, perusahaan memiliki kontrak untuk memperlihatkan bahwa perusahaan melakukan

kegiatannya berdasarkan nilai – nilai yang dijunjung di dalam masyarakat. Dan hal tersebut didemonstrasikan dalam *disclosure* untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktifitas organisasi (Lindbolm, 1994) dalam (Yusuf, 2015)

Oleh karena itu, perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan melaksanakan program – program yang sesuai harapan dan mengungkapkannya baik dalam *annual report* maupun *sustainability report*. Yang kemudian implementasi riil nya adalah sebagai bentuk informasi yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan terkait kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai – nilai dalam masyarakat (Eiffeliena Nuraini F, 2010) dalam (Tarusnawati, 2013).

2.1.3 Teori Sinyal

Teori sinyal (*Signalling Theory*) mengemukakan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan berupa informasi mengenai kemampuan atau kinerja perusahaan (Wolk et al, 2000) dalam (Pranajaya & Putra, 2018).

Adanya teori ini didukung oleh tujuan untuk mengurangi asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Dimana pihak manajemen memiliki informasi lebih dalam dan paham mekanisme kinerja dalam perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal. Hal ini

kemudian menyebabkan adanya ketidakseimbangan antara informasi yang dimiliki oleh perusahaan dan *stakeholder* yang terlibat.

Informasi yang baik dan menyeluruh, cermat dan tepat pada waktunya sangat dibutuhkan oleh investor sebagai alat untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Bella & Suaryana, 2017). Informasi tersebut yang kemudian menjadi sinyal dan diharapkan mampu mendapat respon positif oleh pasar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sindhudiptha & Yasa, 2013).

Menurut Prasetyaningrum (2008) dalam Oktalia (2014) teori sinyal (*Signalling Theory*) menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal sebagai informasi kinerja perusahaan Oktalia (2014) juga memaparkan bahwa teori sinyal menekankan jika perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap guna memperoleh reputasi yang lebih baik dibanding perusahaan – perusahaan lainnya.

Sehingga perusahaan akan saling bersaing untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh sesuai kebutuhan pasar yang kemudian hal tersebut akan mempengaruhi perusahaan karena informasi yang diberikan oleh perusahaan akan direspon sebagai sinyal oleh pihak eksternal dalam pengambilan keputusan. Informasi ini dapat dilihat dalam laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan setiap tahunnya.

2.1.4 Environmental Performance

Pengukuran kinerja lingkungan merupakan bagian penting dalam sistem manajemen lingkungan yang hasilnya dapat diukur lewat kontrol aspek – aspek lingkungan yang didasarkan pada kebijakan yang dilakukan perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik menjadi cerminan kegiatan perusahaan dalam melakukan pengelolaan lingkungan hidup atas tanggungjawabnya dalam pemanfaatan lingkungan untuk aktivitas perusahaannya (Tarusnawati, 2013). Kinerja lingkungan perusahaan juga menjadi tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* dalam menyampaikan kepedulian lingkungan hidup.

Menteri Lingkungan Hidup berupaya untuk mendorong perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja lingkungan yang kemudian dituangkan dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER). Penilaian ini dikelompokkan kedalam lima kelompok dari yang sangat baik sampai yang sangat buruk.

Kegiatan PROPER ini memiliki tujuan untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui penyebaran informasi kinerja pengelolaan lingkungan yang kemudian dipertanggungjawabkan kepada publik. Sehingga *stakeholders* kemudian akan memberikan apresiasi kepada perusahaan yang berperingkat baik dan memberikan tekanan dan dorongan kepada perusahaan yang belum baik.

Kinerja penataan difokuskan kepada penilaian penataan perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, dan pengelolaan limbah B3 serta berbagai kewajiban lainnya yang terkait AMDAL

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 18 Tahun 2010 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelanaan Lingkungan Hidup, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

TABEL 2.1
PERINGKAT PROPER

Peringkat Warna	Keterangan
Emas	Usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat
Hijau	Usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang disyaratkan dalam peraturan (<i>Beyond Compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelanaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recover</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab (CSR) dengan baik
Biru	Usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang – undangan yang berlaku
Merah	Usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelilaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang – undangan dan dalam tahapan melaksanakan saksi administrasi

Hitam	Usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau merusak lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang – undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.1.5 Environmental Disclosure

Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan menerbitkan pengungkapan informasi. Pengungkapan sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu *voluntary* dan *mandatory*. Tarusnawati (2013) menjelaskan bahwa *Voluntary Disclosure* adalah pengungkapan berbagai informasi yang berkaitan dengan aktivitas/keadaan perusahaan secara sukarela. Namun hal ini menjadi celah bagi perusahaan untuk hanya mengungkapkan hal – hal yang baik (*good news*) dan menutup – nutupi adanya *bad news* karena dikhawatirkan dapat mengurangi arus kas perusahaan. Jenis pengungkapan *Mandatory Disclosure* menurut Yusuf (2015) adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan aktivitas/keadaan perusahaan yang bersifat wajib dan dinyatakan dalam peraturan hukum. sehingga setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk mengeluarkan perngungkapan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan karena sifatnya wajib. Jenis pengungkapan ini yang kemudian akan mendapatkan perhatian dan kontrol dari lembaga yang berwenang untuk memastikan bahwa laporan tersebut sudah memenuhi standar yang diberlakukan.

Aturan hukum yang mengatur mengenai kewajiban perusahaan dalam menerbitkan pengungkapan lingkungan tertuang dalam Undang – Undang RI No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 68 ayat (a) yang berbunyi:

“setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan wajib memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka dan tepat waktu”

Sejak bulan April tahun 2017, pemerintah meresmikan Peraturan Pemerintah No 47 tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Dalam pasal 6 disebutkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Dalam pasal 7 juga dijelaskan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang – undangan.

Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah mulai memperketat peraturan perundang – undangan tentang lingkungan untuk mengurangi eksploitasi berlebihan dari perusahaan yang tidak bertanggungjawab. Dan kemudian ditanggapi oleh perusahaan – perusahaan dengan meningkatkan pengungkapan lingkungannya baik dalam laporan tahunan (*Annual Report*) maupun laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) (Gladia, 2013).

Dalam mengungkapan *sustainability report*, dewasa ini perusahaan menggunakan standar yang ditetapkan secara global yaitu GRI Standard.

Standard GRI disepakati sebagai pedoman yang mewakili praktik secara global dalam pelaporan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial kepada publik.

Perusahaan dapat menggunakan seluruh atau sebagian dari aspek GRI untuk melaporkan kegiatannya. Dengan pelaporan yang sesuai dengan standar GRI, perusahaan memberikan gambaran inklusif mengenai topik material yang digunakan, dampak, dan penanganan yang dilakukan perusahaan.

Untuk pelaporan yang berhubungan dengan lingkungan, dapat menggunakan GRI Standard 300 yang telah efektif diberlakukan sejak 1 Juli 2018. Topik – topik dalam GRI 300 mencakup topik spesifik yang berhubungan dengan pengelolaan lingkungan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Antari (2018) menggunakan aspek *environmental standard* dalam GRI Standard yang berfokus pada 8 jenis penilaian tanggungjawab lingkungan yang harus dipatuhi oleh perusahaan.

2.1.6 Profitabilitas

Perusahaan memiliki tujuan utama untuk menghasilkan profit lewat aktivitasnya yang gunanya untuk menarik perhatian investor kepada perusahaannya.

Menurut Harahap (2012), profitabilitas atau disebut juga rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui

semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

Menurut Astuti (2004) dalam Almar, Rachmawati, & Murni (2012), profitabilitas adalah sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Salah satu ukuran profitabilitas yang paling penting adalah laba bersih. Yang kemudian di evaluasi oleh para *stakeholder* dan manajemen untuk perkembangan perusahaan kedepannya. Yang digambarkan dalam bentuk rasio yang memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dalam mengelola laba perusahaan.

Rasio profitabilitas tergantung dari informasi akuntansi yang diambil dari laporan keuangan. Oleh karena itu profitabilitas dalam konteks analisis rasio, untuk mengukur pendapatan menurut laporan Laba Rugi dengan nilai buku investasi (Tampubolon, 2013). Tingginya angka profitabilitas yang dimiliki perusahaan, menandakan bahwa perusahaan dapat mampu mengelola labanya dengan maksimal

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada pada laporan keuangan, terutama pada neraca dan laporan laba rugi. Jenis – jenis profitabilitas yang dapat digunakan ada bermacam – macam dan yang umum dan sering digunakan oleh perusahaan antara lain yaitu ROA, ROE, dan EPS. Menurut Kasmir (2012), Return On Asset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil/return perusahaan atas jumlah aktiva yang dimiliki.

Sedangkan Return On Equity (ROE) menurut Kasmir (2012) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Dan menurut Kasmir (2012), Earning Per Share (EPS) merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang

Menurut Rusdin (2006) Return On Equity (ROE) yaitu alat pengukuran yang dapat mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan modal perusahaan yang dimiliki. Dengan begitu, semakin besar tingkat ROE nya, maka semakin besar juga kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan ekuitasnya untuk dapat memperoleh keuntungan.

Angka ROE yang tinggi akan membuat investor semakin tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut karena tingkat pengembaliannya atau deviden yang dapat diterima oleh investor semakin tinggi juga. Selain itu investor juga dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengkonversi ekuitasnya untuk menghasilkan laba.

2.1.7 Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan perusahaan dalam operasinya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi juga akan mampu menarik investor dalam menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Investor dapat melihat nilai perusahaan yang baik melalui harga sahamnya. Nilai perusahaan sendiri merupakan harga yang

bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Dewi & Wirajaya, 2013).

Nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, karena nilai perusahaan dilihat melalui harga saham perusahaan yang beredar. Semakin banyak saham yang terjual maka harganya akan semakin meningkat. Sebab itulah nilai perusahaan menjadi salah satu pertimbangan utama oleh investor dalam menanamkan sahamnya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi pemilik modal terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang banyak menghubungkannya dengan pasar saham. Karena nilai perusahaan sangat bergantung pada nilai pasar dimana investor yang tertarik pada perusahaan akan mengakibatkan banyaknya permintaan pada saham perusahaan tersebut. Pasar percaya bahwa nilai perusahaan yang tinggi bukanlah semata – mata kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga menjadi prospek kinerja perusahaan kedepannya (Keown, 2004) dalam (Tjahjono, 2013)

Persepsi investor terhadap perusahaan juga dipengaruhi dengan laporan pengungkapan yang diterbitkan oleh perusahaan kepada publik. Karena hanya dengan laporan yang menjadi sumber informasi para *stakeholder* terhadap kinerja perusahaan. Laporan yang dibuat sesuai harapan *stakeholder* dan menggambarkan kinerja yang baik akan mendapatkan respon positif dari investor.

Nilai perusahaan dapat dihitung menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) yang menggunakan saham sebagai dasar perhitungannya dimana rumusnya adalah membagikan harga pasar perlembar saham dengan laba per saham

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kinerja lingkungan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih jarang ditemukan. Kebanyakan adalah penelitian mengenai hubungan kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi perusahaan. seperti dalam penelitian oleh Yusuf (2015) mengungkapkan bahwa adanya faktor – faktor lingkungan perusahaan memiliki pengaruh positif dalam ekonomi perusahaan karena hal tersebut dapat mempengaruhi penilaian investor dan pelaku ekonomi sehingga kinerja lingkungan mempengaruhi kinerja ekonomi perusahaan. hal ini kemudian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lingga & Suaryana (2017) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar pengelolaan lingkungan oleh perusahaan, akan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan.

Sedangkan Tjahjono (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa tidak adanya hubungan langsung antara kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan karena nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor. Namun kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya.

Kinerja keuangan sendiri memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai perusahaan. karena hubungannya yang lebih dekat dan sejalan dengan nilai perusahaan. seperti yang diungkapkan dalam Irayanti & Tumbel (2014) bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dewi & Wirajaya (2013) mengungkapkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

Penelitian terdahulu lebih banyak yang fokus terhadap variabel kinerja lingkungan dan kinerja keuangan. Atau hanya pada kinerja keuangan yang diproyeksikan oleh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. maka penelitian ini melakukan pengujian kembali terhadap faktor – faktor lingkungan dan profitabilitas terhadap hubungannya dengan nilai perusahaan. penulis menguji beberapa variabel independen yaitu *environmental performance* dan *environmental disclosure* sebagai faktor kinerja lingkungan dan rasio ROE untuk menguji profitabilitas sebagai variabel independen.

2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 *Environmental Performance* Terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan sebuah perusahaan akan memiliki dampak besar yang akhirnya akan terungkap pada nilai perusahaan. sejalan dengan teori legitimasi, hal ini akan menjadi *good news* bagi investor dan *stakeholder*. Tingginya kinerja lingkungan yang baik dan tercantum dalam laporan keuangan, akan mampu menarik investor

karena investor tidak hanya mempertimbangkan kinerja keuangan perusahaan tetapi juga faktor – faktor lain yang kemudian hal ini juga akan mempengaruhi nilai perusahaan dimata iinvestor

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lingga & Suaryana (2017) dan Fitriani (2013) yang mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : *Environmental Performance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.2 *Environmental Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Pasar akan menanggapi setiap berita dan laporan yang diumumkan oleh perusahaan baik mengenai laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan yang didalamnya mencakup pengungkapan mengenai kinerja lingkungan perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi *good news* yang dapat meningkatkan penilaian atas perusahaan agar dapat dipercaya oleh investor. Kecenderungan dalam menyampaikan informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan melalui *environemntal disclosure* dalam laporan keberlanjutan akan menggambarkan bahwa perusahaan berusaha melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik dan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan

Sebelumnya, telah dilakukan penelitian oleh Fitriani (2013) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan kinerja lingkungan yang disediakan perusahaan dapat meningkatkan reaksi investor terhadap perusahaan tersebut. Hal serupa pun didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Tarusnawati (2013) dan Yusuf (2015) mengenai *environmental disclosure* yang disediakan pemerintah dengan reaksi investor. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Environmental Performance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.3 *Return On Equity* terhadap nilai perusahaan

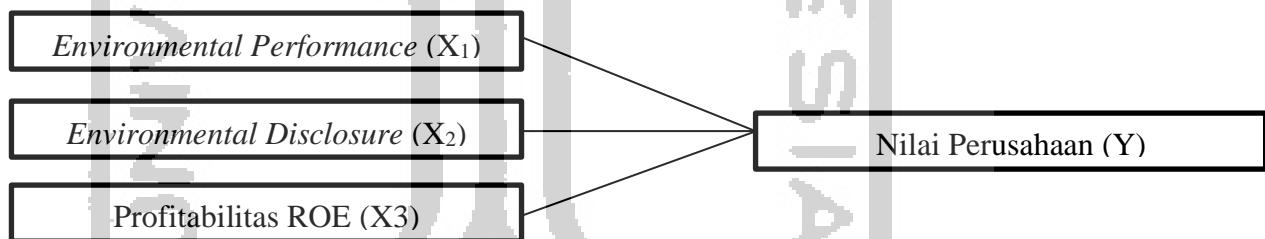
Profitabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk memastikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Melalui rasio ROE, akan terlihat bahwa perusahaan menggunakan modalnya dengan efektif untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Darmadji dan Fakhrudin (2006) dalam Mussalamah dan Isa (2015) menyatakan bahwa ROE menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan dalam memperoleh dan mendapatkan jumlah besarnya laba. Menurut Kasmir (2012), semakin tinggi ROE yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin memberikan pengaruh yang baik terhadap nilai perusahaan. karena hal tersebut dapat membuktikan bahwa perusahaan memiliki pengelolaan yang baik dalam memanfaatkan ekuitas yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungannya.

Hasil penelitian Dewi dan Wirajaya (2013), Tjahjono (2013) dan Telepta (2011) membuktikan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROE memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

H₃ : *Return On Equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menggambarkan hubungan variabel dalam penelitian ini kedalam kerangka pemikiran, sebagai berikut:



GAMBAR 2.1

MODEL PENELITIAN