

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi pada saat ini perusahaan-perusahaan dituntut untuk membantu pembangunan jangka panjang. Pembangunan jangka panjang ini meliputi 3P yaitu *people*, *profit* dan *planet*. Di era sekarang perusahaan – perusahaan di Indonesia makin sadar pentingnya menjalankan bisnis berkelanjutan. Perusahaan tidak hanya mengejar profit, tapi juga menjalankan bisnis yang ramah lingkungan (*planet*) dan peduli terhadap masyarakat (*people*). Aspek ekonomi yang menjadi ukuran utama dalam laporan keuangan dengan mementingkan kenaikan *profit* tidaklah cukup untuk menggambarkan kondisi nyata pada perusahaan. Investor membutuhkan informasi keuangan dan non keuangan dalam laporan keuangannya. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan (Astuti & Juwenah, 2017).

Munculnya kepedulian mengenai aspek sosial dan aspek lingkungan dapat mendorong perusahaan agar meningkatkan transparansi terhadap pengelolaan isu-isu berkelanjutan. Beberapa perusahaan di Indonesia masih banyak yang memiliki dampak signifikan dan bersifat merusak lingkungan. Maka dari itu kemunculan *sustainability report* atau laporan berkelanjutan merupakan *feedback* dari permasalahan tersebut. Dimana *sustainability report* tidak hanya melaporkan terkait profit perusahaan saja, namun juga melaporkan aspek sosial dan lingkungan. Hal ini memudahkan dalam mengoptimalkan kinerja perusahaan dan keuntungan yang diinginkan sehingga perusahaan dapat mencapai keberlanjutan di masa depan, yang dipadukan dengan praktik perusahaan yang berfokus pada dimensi lingkungan dan sosial (Dayan, 2020).

Oleh karena itu pemerintah mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi bisnis berkelanjutan. Bagi perusahaan publik ataupun perusahaan jasa keuangan, wajib menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) yang umumnya berisi tentang pencapaian kinerja bisnis dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51 Tahun

2017. Peran CEO atau pimpinan dalam kebijakan keberlanjutan perusahaan tentunya sangat vital. Keterlibatan mereka dalam penerapan aspek “*sustainability*” organisasi menjadi bagian dari salah satu langkah keberhasilan. Melalui pengelolaan secara berkelanjutan yang dilaporkan dalam *sustainability report* para *stakeholder* tertarik untuk memahami bagaimana pendekatan dan kinerja perusahaan secara berkelanjutan dalam berbagai aspek, terutama aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, termasuk potensi dalam menciptakan nilai perusahaan.

Menurut PT Bursa Efek Indonesia (BEI), jumlah perusahaan tercatat (*listing* di BEI) yang melakukan pelaporan keberlanjutan semakin meningkat. Peningkatan ini bisa dilihat dari jumlah laporan keberlanjutan yang telah disampaikan melalui sistem keterbukaan informasi BEI dalam dua tahun terakhir, di mana per 30 Desember 2021 sudah ada 154 perusahaan tercatat atau sekitar 20% dari total perusahaan ‘*listing*’ saham yang menerbitkan dan melaporkan keberlanjutan (*sustainability report/SR*) 2020 melalui sistem SPE-IDXNet. Pelaporan SR 2020, telah meningkat 285% dari 2019, yang hanya terdapat 54 perusahaan tercatat yang dilaporkan melalui SP-IDXNet. Ini menunjukkan bahwa laporan keberlanjutan tersebut makin penting dilakukan karena semakin banyaknya kebutuhan informasi oleh investor global dan domestik terkait penerapan ESG pada bisnis perusahaan.

Fenomena dilapangan mengenai pemanfaatan pengungkapan tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan. Seperti perusahaan Danone dengan produk air mineral merk dagang Aqua menerapkan pengungkapan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam bisnisnya. Berdasarkan portal berita Media Indonesia program Aqua mendapatkan penghargaan dari *Asia Sustainability Report Rating* (ASSRAT) dalam pengungkapan *sustainability report* tahun 2019-2020, disamping itu Aqua berhasil memperoleh citra dan nilai perusahaan yang baik di kalangan masyarakat sehingga mampu mendongkrak pendapatan perusahaan. Hal itu dijadikan sebagai strategi untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk dan investor untuk menanamkan modalnya dengan cara membeli saham perusahaan, nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (www.mediaindonesia.com).

Adapun fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan yakni berdasarkan portal berita CNBC Indonesia Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang sempat melaju kencang di kuartal keempat tahun lalu, yang mana selama tiga bulan terakhir 2020 IHSG tercatat menguat hingga 22,77%. Kondisi tersebut kini terlihat mulai jalan di tempat, yang mana sejak awal tahun 2021 hingga penutupan perdagangan Selasa 28 September 2021, IHSG tercatat hanya menguat 0,13%. Lebih parah lagi nasib indeks LQ45 yang sejak awal tahun telah terkoreksi hingga 10,30%. LQ45 adalah indeks yang mengukur kinerja harga dari 45 saham yang memiliki likuiditas tinggi dan kapitalisasi pasar besar serta didukung oleh fundamental perusahaan yang baik. Indeks LQ45 terdiri atas 45 emiten yang dipilih berdasarkan pertimbangan likuiditas dan kapitalisasi pasar, dengan kriteria-kriteria lain yang telah ditentukan(www.cnbcindonesia.com).

Performa buruk indeks LQ45 sejak awal tahun disebabkan oleh menurunnya kinerja saham beberapa perusahaan kapitalisasi besar. Meskipun demikian terdapat pula beberapa emiten yang tumbuh signifikan hanya saja masih tidak mampu mengimbangi kinerja buruk emiten lain. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang bergerak di bidang manufaktur dan perdagangan barang konsumsi ini merupakan konstituen dengan pelemahan terbesar, tercatat sejak awal tahun harga sahamnya telah melemah hingga 48,03%, mengingat kapitalisasi pasarnya yang besar dengan angka mencapai Rp 145,73 triliun menurunnya saham ini merupakan pukulan telak bagi indeks LQ45. Awal tahun ini kapitalisasi pasar UNVR tercatat sebesar Rp 285,17 triliun, peringkatnya pun perlahan juga turun dari posisi 3 di awal November 2020, pertengahan September 2021 hanya nagkring di posisi kedelapan. PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) juga mengalami pelemahan harga saham yang cukup signifikan, sejak awal tahun saham ini telah terkoreksi 29,91% dan kini kapitalisasi pasarnya tercatat sebesar Rp 28,12 triliun. Emiten perbankan pelat merah yang fokus pada kredit perumahan, PT Bank Tabungan Negara Tbk (BBTN) sejak awal tahun sahamnya telah nyungsep hingga 21,74%. Meski demikian karena kapitalisasinya relatif kecil atau sebesar Rp 14,30 triliun, guncangan yang diakibatkan tentu tidak separah Unilever. Sejak awal tahun harga saham BBNI telah melemah 18,22%,

dengan kapitalisasi pasar yang relatif besar yakni mencapai Rp 94,18 triliun. PT Astra International Tbk (ASII) yang merupakan salah satu emiten paling besar di Bursa Efek Indonesia juga mengalami pelemahan yang cukup dalam. Tercatat sejak awal tahun saham ini terkoreksi 15,77%, dengan kapitalisasi pasar yang mencapai Rp 205,45 triliun, efek dari pelemahan harga sahamnya berkontribusi cukup besar kepada indeks LQ45. Emiten tambang nikel, PT Vale Indonesia Tbk (INCO) juga ikut mengalami pelemahan 7,84% sejak awal tahun ini. Pelemahan ini terjadi seiring meroketnya harga komoditas yang merupakan penggerak utama bisnis perusahaan. Kapitalisasi pasar INCO tercatat Rp 46,70 triliun. Terakhir adalah emiten terbesar kedua di bursa yang baru saja melaksanakan rights issue, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BBRI), yang meski sahamnya hanya melemah 7,60% sejak awal tahun memiliki dampak signifikan mengingat kapitalisasi pasar emiten ini mencapai Rp 564,86 triliun(www.cnbcindonesia.com).

Meski demikian masih terdapat beberapa emiten yang tergabung dalam konstituen LQ45 yang mengalami penguatan, bahkan Tower Bersama (TBIG) milik Grup Djarum tercatat naik 83,44% sejak awal tahun. Akan tetapi karena kapitalisasi pasarnya tergolong menengah atau sebesar Rp 67,74 triliun hal ini tidak dapat menolong LQ45 keluar dari zona merah. Beberapa saham lain yang menguat adalah Erajaya Swasembada (ERAA) yang naik 37,50% kapitalisasi pasar hanya Rp 9,65 triliun serta Adaro Energi (ADRO) yang tercatat naik 21,68% sejak awal tahun dengan kapitalisasi pasar Rp 55,66 triliun(www.cnbcindonesia.com).

Pada umumnya nilai perusahaan merupakan nilai jual suatu perusahaan yang dilihat dari keberhasilan operasional manajemennya serta tingkat nilai jual atau likuiditasnya. Penilaian masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan akan berbanding lurus dengan potensi kenaikan harga saham dan penawaran di pasar modal. Nilai perusahaan dilihat dari seberapa jauh respon investor terhadap saham perusahaan. Investor akan memilih perusahaan yang tidak hanya berorientasi keuntungan saja tetapi perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan demi pembangunan yang berkelanjutan. Dengan adanya tanggung jawab ekonomi, sosial dan lingkungan oleh perusahaan, perusahaan berperan

dalam penerapan *good corporate governance*.

Banyak faktor yang mempengaruhi dan tidak mempengaruhi nilai perusahaan pada suatu perusahaan yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, seperti Siregar & Safitri, (2019) yang meneliti pengaruh antara nilai perusahaan dengan beberapa variabel independen yang terdiri dari *Enterprise Risk Management*, *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Sustainability Report*. Hasil pengujian membuktikan bahwa Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Dan Sustainability Report berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Pengungkapan Enterprise Risk Management, Intellectual Capital tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dewantari et al., (2020) meneliti pengaruh nilai perusahaan dengan beberapa variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, *leverage* serta profitabilitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

L. S. Dewi & Abundanti, (2019) meneliti pengaruh nilai perusahaan dengan beberapa variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, likuiditas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Berdasarkan analisis diperoleh hasil bahwa profitabilitas dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Pramita, (2021) meneliti pengaruh nilai perusahaan dengan dua variabel yang terdiri dari *sustainability reporting* dan *intellectual capital*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan Sustainability Reporting dan Intellectual Capital berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sulisty Rahayu et al., (2020) meneliti hubungan antara nilai perusahaan dengan beberapa variabel independen yang terdiri dari *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana variabel yang memiliki hubungan positif yaitu *leverage* dan

profitabilitas, sedangkan variabel pertumbuhan perusahaan mempunyai hubungan yang negatif, namun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan.

Oktaviani et al., (2019) meneliti pengaruh antara nilai perusahaan dengan dua variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan dan struktur modal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SIZE berpengaruh negatif signifikan terhadap PBV, Struktur modal tidak berpengaruh terhadap PBV, Pembagian dividen berpengaruh positif signifikan terhadap PBV, SIZE dan struktur modal berpengaruh positif ke PBV, Pembagian dividen dapat memediasi SIZE terhadap PBV, dan Pembagian Dividen tidak dapat memediasi Struktur Modal terhadap PBV. Natalia & Jonnardi, (2022) meneliti pengaruh antara nilai perusahaan dengan beberapa variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas. Hasil penelitian menyatakan bahwa return on equity (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV sehingga perusahaan perlu memperhatikan dan terus meningkatkan ROE dengan cara mengembangkan prospek kegiatan dalam rangka untuk peningkatan laba.

Banyaknya penelitian yang telah dikaji di atas terdapat pihak yang mendukung dan tidak mendukung terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Marwa et al., (2017) meneliti hubungan antara *intangible asset*, profitabilitas dan *sustainability report*. Penelitian ini memberikan hasil bahwa (1) *intangible asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (2) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3) *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sustainability Reporting didefinisikan sebagai laporan terbuka yang memberikan gambaran umum tentang status dan aktivitas ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal. Sejak *Sustainability Reporting* berjalan di Indonesia, perusahaan-perusahaan mulai memfokuskan pada aktivitas pengungkapan tanggung jawab sosial dan sustainability perusahaan. Pengungkapan *sustainability report* adalah suatu

bentuk pertanggung-jawaban pihak prinsipal kepada agen, selain dari pembuatan *annual report*. *Sustainability report* bersifat *voluntary* sedangkan *annual report* bersifat *mandatory disclosure*. *Sustainability report* membantu organisasi untuk menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan dalam rangka untuk membuat operasi dalam organisasi yang lebih berkelanjutan. Salah satu tujuan perusahaan menerbitkan *sustainability report disclosure* adalah untuk mengungkapkan informasi tambahan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan- kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. *Sustainability report* menyampaikan pengungkapan tentang dampak dari organisasi terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial baik itu positif atau negatif yang dapat membantu dalam memahami dan mengelola dampak dari *sustainable development* pada kegiatan dan strategi organisasi. Penelitian mengenai *sustainability report* terhadap nilai perusahaan oleh Latifah & Luhur, (2020) dan Pramita, (2021) yang menyatakan bahwa *sustainability report* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian S. Dewi, (2019) dan Marwa et al., (2017) mengungkapkan bahwa *sustainability report* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan. Perusahaan yang besar dinilai memiliki kinerja operasional

yang baik dan memiliki keuangan yang mapan dan stabil, sehingga dengan kestabilan keuangan yang dimiliki cenderung telah menarik minat para investor karena dinilai telah memiliki kinerja yang baik dan menjanjikan untuk membalas imbal hasil atas investasi yang diberikan sehingga nilai perusahaan meningkat. Selain itu ukuran perusahaan yang besar juga akan mudah untuk mendapatkan dana dari pihak ketiga yaitu kreditur dengan cara mengajukan asetnya yang besar hal ini dipastikan mempermudah perusahaan melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi yang dapat menjadikan perusahaan menjadi lebih berkembang pesat hal ini yang dilihat oleh investor sebagai sinyal positif yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian mengenai ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Febriani, (2020) dan Muharramah & Hakim, (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani et al., (2019) dan Dwiastuti & Dillak, (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan.

Hal lain yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Raningsih & Artini, (2018) mendapatkan hasil

bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Thaib & Dewantoro, (2017) memberikan pernyataan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini dikatakan bahwa profitabilitas tidak begitu berpengaruh terhadap nilai perusahaan dilihat dari hasil penelitiannya yang tidak signifikan dikarenakan perusahaan pelayaran memiliki rata-rata profitabilitas yang rugi sedangkan nilai perusahaan rata-rata memiliki nilai yang stagnan.

Rasio solvabilitas atau *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* muncul dikarenakan perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan sehari-harinya untuk beroperasi yang menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap yang berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap dan biaya bunga dari hutang dan juga dapat meningkatkan return atau penghasilan bagi perusahaan atau pemegang saham. *Agency theory* menjelaskan bahwa struktur modal (*equity* dan *liability*) dibentuk untuk mengurangi terjadinya konflik antara kelompok kepentingan, seperti pemegang saham dan manajer. Dengan adanya hutang, maka ada pihak lain yang ikut mengawasi kinerja dari manajemen perusahaan yaitu kreditur, bukan hanya pemegang saham selaku prinsipal saja yang akan mengawasi manajemen perusahaan, namun juga pihak eksternal yaitu kreditur juga mengawasi kinerjanya. Semakin banyak yang mengawasi maka peluang manajemen melakukan tindakan yang bisa merugikan akan semakin kecil. hal ini dinilai sebagai sinyal positif bagi investor yang dianggap mampu dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain hutang akan menurunkan besarnya konflik antara pemegang saham dan manajemen. hutang juga akan menurunkan excess cash flow yang ada dalam perusahaan sehingga menurunkan kemungkinan pemborosan yang dilakukan oleh manajemen. Adapun juga jika dilihat dari prinsip penawaran dan permintaan, jika perusahaan menambah pendanaan dengan cara mengeluarkan saham baru maka saham yang ditawarkan akan bertambah sehingga akan menurunkan harga saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh

Sulistyo Rahayu et al., (2020) dan Utama & Lisa, (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmasari et al., (2019) dan K. Dewi et al., (2019) mendapatkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian yang disebutkan diatas, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terkait dengan nilai perusahaan selaku variabel dependen, untuk itu peneliti termotivasi untuk menguji kembali beberapa faktor yang diduga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ali & Faroji, (2021) menggunakan Profitabilitas, terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ali & Faroji, (2021) mengenai “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019”. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Sampel Penelitian. Peneliti sebelumnya menggunakan Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan Yang Tergabung dalam Indeks LQ45.
2. Periode pengamatan. Peneliti menggunakan data tahun 2020-2022. Alasannya, dikarenakan tahun penelitian ini dapat dikatakan mampu untuk menggambarkan keadaan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Variabel Independen. Penelitian sebelumnya menggunakan 1 variabel independen yaitu, Profitabilitas, sedangkan penelitian ini menggunakan 4 variabel independen yaitu, Pengungkapan *Sustainability Report*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas.

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan berdasarkan variabel pengungkapan *sustainability report*, ukuran perusahaan,

profitabilitas dan *leverage* yang masih sedikit sehingga mendorong peneliti untuk meneliti tentang topik diatas. Alasan mengapa peneliti memilih perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ 45 sebagai objek penelitian karena perusahaan – perusahaan yang terbit di bursa efek indonesia yang termasuk dalam indeks Liquid 45 terdiri dari 45 perusahaan yang saham-sahamnya paling aktif diperdagangkan dalam bursa efek indonesia. Dan juga merupakan perusahaan dengan likuiditas, kapitalisasi pasar yang tinggi serta didukung oleh fundamental perusahaan yang baik, memiliki kondisi keuangan, prospek pertumbuhan, dan nilai transaksi yang tinggi dan merupakan perusahaan teratas pada setiap sektornya dalam peta industri Bursa Efek Indonesia. Peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ 45.

Berdasarkan uraian fenomena dan studi kasus diatas, peneliti ingin mengetahui pengaruh dari variabel-variabel tersebut maka penelitian ini berjudul **Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tergabung Dalam Index Lq45 Periode 2020-2022.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan menganalisa rumusan masalah terkait pengaruh pengungkapan sustainability reporting, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam indeks lq45 periode 2020-2022 antara lain sebagai berikut :

1. Apakah Pengungkapan *Sustainability Reporting*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022?
2. Apakah Pengungkapan *Sustainability Reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022?

4. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022?
5. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh secara simultan Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022.
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022.
5. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 Tahun 2020-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai informasi bagi manajemen perusahaan, pemangku kepentingan perusahaan dan juga investor agar dapat membantu untuk mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Bagi penyusun, sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh dan menambah wawasan pengetahuan.
3. Sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.