



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 13122-13130

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan *Sustainability Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Profitabilitas

Radina Modjaningrat¹, Syaiful Bahri²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada

²Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

¹radina.unsada@gmail.com, ²syaifulbahri@unim.ac.id

Abstract

The study aims to analyze the influence of environmental performance and sustainability reporting disclosure on firm value, with profitability as a moderating variable in consumer goods manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Firm value reflects investors' perceptions of a company's future performance and prospects, and is therefore influenced not only by financial performance but also by non-financial performance, particularly environmental and sustainability aspects. This study uses a quantitative approach with secondary data obtained from annual reports, sustainability reports, and official company publications. Environmental performance is measured using the PROPER rating, sustainability reporting disclosure is measured using the Global Reporting Initiative (GRI) index, firm value is measured using the Tobin's Q ratio, and profitability is measured by Return on Assets (ROA). The analytical methods used are multiple linear regression and moderated regression analysis (MRA). The results show that environmental performance and sustainability reporting disclosure have a positive effect on firm value. In addition, profitability is proven to strengthen the influence of environmental performance and sustainability reporting disclosure on firm value. These findings indicate that companies with good environmental performance and high levels of sustainability reporting disclosure, supported by strong profitability, tend to have higher firm value. This research provides implications that the implementation of sustainability practices is not only a form of compliance, but also a strategy to increase company value in a sustainable manner.

Kata kunci: *Environmental Performance, Sustainability Reporting, Firm Value, Profitability*

1. Introduction

Perusahaan manufaktur sektor consumer goods memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena menghasilkan produk yang secara langsung dikonsumsi oleh masyarakat, seperti makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, serta kebutuhan rumah tangga. Tingginya tingkat produksi dan konsumsi pada sektor ini menyebabkan aktivitas operasional perusahaan consumer goods tidak terlepas dari penggunaan sumber daya alam, energi, air, serta potensi timbulan limbah dan pencemaran lingkungan. Tuntutan terhadap tanggung jawab lingkungan dan keberlanjutan bisnis pada sektor ini semakin meningkat.

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan mengalami peningkatan signifikan. Konsumen cenderung lebih memilih produk dari perusahaan yang memiliki citra ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial. Kondisi ini mendorong perusahaan manufaktur sektor consumer goods untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan kinerja lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang. Kinerja lingkungan yang baik diyakini mampu meningkatkan reputasi perusahaan, loyalitas konsumen, serta kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Di Indonesia, kinerja lingkungan perusahaan dapat tercermin melalui berbagai indikator, salah satunya adalah penilaian Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Perusahaan consumer goods yang memperoleh peringkat PROPER yang baik menunjukkan komitmen terhadap pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan. Peringkat tersebut menjadi sinyal positif bagi pasar mengenai kualitas pengelolaan perusahaan sehingga berpotensi memengaruhi penilaian investor terhadap nilai perusahaan.

Selain kinerja lingkungan, pengungkapan *sustainability reporting* (SR) menjadi sarana penting bagi perusahaan consumer goods dalam menyampaikan informasi non-keuangan kepada pemangku kepentingan. SR memungkinkan perusahaan mengungkapkan kebijakan, program, serta capaian perusahaan terkait aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Bagi sektor consumer goods yang berhadapan langsung dengan konsumen akhir, transparansi melalui SR dapat memperkuat citra merek dan legitimasi sosial perusahaan. Berdasarkan teori stakeholder dan legitimasi, pengungkapan SR yang memadai dapat meningkatkan kepercayaan publik dan pasar modal sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan [1]. Investor pada sektor consumer goods tidak hanya mempertimbangkan kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, mengingat tingginya persaingan dan sensitivitas konsumen terhadap isu lingkungan. Perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja lingkungan yang baik serta pengungkapan SR yang berkualitas cenderung dinilai memiliki risiko bisnis yang lebih rendah dan daya saing yang lebih kuat.

Namun, temuan empiris terkait pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer goods masih menunjukkan hasil yang beragam. Perbedaan tersebut mengindikasikan adanya variabel lain yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut dan variabel yang relevan adalah profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan consumer goods dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya [2]. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki kapasitas finansial yang lebih besar untuk mengimplementasikan program lingkungan dan menyusun SR secara lebih komprehensif. Selain itu, informasi keberlanjutan yang diungkapkan oleh perusahaan yang profitabel cenderung lebih dipercaya oleh investor karena dianggap mencerminkan kondisi perusahaan yang stabil dan berkelanjutan. Profitabilitas diduga berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer goods. Perusahaan consumer goods yang memiliki kinerja lingkungan yang baik dan pengungkapan SR yang memadai, serta didukung oleh profitabilitas yang tinggi, diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor consumer goods menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur akuntansi keberlanjutan serta menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dan investor dalam pengambilan keputusan yang berorientasi pada keberlanjutan.

Teori Stakeholder

Teori stakeholder menyatakan perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, seperti karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan [3]. Dalam konteks perusahaan manufaktur sektor consumer goods, hubungan dengan stakeholder menjadi sangat penting karena produk yang dihasilkan dikonsumsi langsung oleh masyarakat luas. Penerapan kinerja lingkungan yang baik dan pengungkapan SR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder non-keuangan. Perusahaan yang mampu memenuhi harapan stakeholder diyakini dapat meningkatkan kepercayaan publik dan investor sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas operasionalnya sesuai dengan norma, nilai, dan ekspektasi sosial yang berlaku di masyarakat [4]. Ketidaksesuaian antara aktivitas perusahaan dan harapan masyarakat dapat mengancam kelangsungan usaha perusahaan. Bagi perusahaan consumer goods, legitimasi sosial menjadi faktor krusial karena aktivitas produksinya berpotensi menimbulkan dampak lingkungan. Perusahaan menggunakan pengungkapan SR sebagai sarana untuk menunjukkan komitmen terhadap lingkungan dan memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Teori Sinyal

Teori sinyal menyatakan perusahaan memberikan sinyal kepada pasar melalui informasi yang diungkapkan untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor [5]. Kinerja lingkungan yang baik dan pengungkapan SR yang luas merupakan sinyal positif mengenai kualitas manajemen dan prospek

perusahaan. Pada sektor consumer goods, sinyal tersebut menjadi semakin penting karena investor menilai keberlanjutan bisnis dan reputasi perusahaan sebagai indikator risiko dan peluang pertumbuhan jangka panjang.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan sering diukur menggunakan *tobin's q*, *price to book value* (PBV), atau *price earnings ratio* (PER). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai dan mempertahankan keberlanjutan usaha [6].

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Di Indonesia, kinerja lingkungan perusahaan dapat diukur melalui peringkat PROPER yang dikeluarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik cenderung memiliki reputasi yang lebih positif dan risiko lingkungan yang lebih rendah sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan [7]. Pengungkapan lingkungan merupakan bagian dari pengungkapan non-keuangan yang berisi informasi mengenai kebijakan, program, aktivitas, dan kinerja perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan dari kegiatan operasionalnya. Pengungkapan ini umumnya disampaikan melalui *sustainability report*, laporan tahunan, atau laporan terintegrasi dengan mengacu pada standar seperti Global Reporting Initiative (GRI). Pengungkapan lingkungan yang memadai menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan dan memperhatikan kepentingan stakeholder non-keuangan.

Sustainability Reporting

Sustainability reporting merupakan laporan yang mengungkapkan informasi terkait aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan. Pedoman yang umum digunakan adalah Global Reporting Initiative (GRI). Pengungkapan SR bertujuan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan kepada para pemangku kepentingan [8]. Bagi perusahaan consumer goods, *sustainability reporting* menjadi alat strategis untuk membangun kepercayaan konsumen dan investor serta memperkuat citra merek perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset atau ekuitas yang dimiliki [6]. Rasio profitabilitas yang sering digunakan adalah *return on assets* (ROA) [9]. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki sumber daya yang lebih besar untuk menjalankan program lingkungan dan menyusun *sustainability reporting* yang berkualitas [10].

Pengembangan Hipotesis

Kinerja lingkungan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan dan mematuhi regulasi yang berlaku. Bagi perusahaan manufaktur, khususnya sektor consumer goods, pengungkapan lingkungan menjadi aspek penting karena aktivitas produksinya berpotensi menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan. Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan dituntut untuk memenuhi kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan, agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha. Selain itu, menurut teori legitimasi, perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan sebagai upaya untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial. Dari perspektif teori sinyal, pengungkapan lingkungan merupakan sinyal positif yang disampaikan manajemen kepada pasar mengenai kualitas pengelolaan perusahaan dan prospek keberlanjutan bisnis. Investor cenderung menilai perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan secara luas sebagai perusahaan yang memiliki manajemen yang baik, risiko lingkungan yang lebih rendah, serta potensi pertumbuhan jangka panjang yang lebih stabil. Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan lingkungan memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan melalui peningkatan kepercayaan stakeholder, penurunan risiko, dan peningkatan persepsi positif investor. Pengungkapan lingkungan diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan *sustainability reporting* dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor serta meningkatkan legitimasi perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi dan teori sinyal, perusahaan yang mengungkapkan SR secara luas dipersepsikan lebih transparan dan bertanggung jawab sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan [11]; [12]; [13].

H2: Pengungkapan *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki kemampuan finansial yang lebih besar untuk mengimplementasikan program lingkungan secara optimal. Kinerja lingkungan yang baik pada perusahaan yang profitabel akan lebih dihargai oleh investor dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Profitabilitas diperkirakan memperkuat hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan [10].

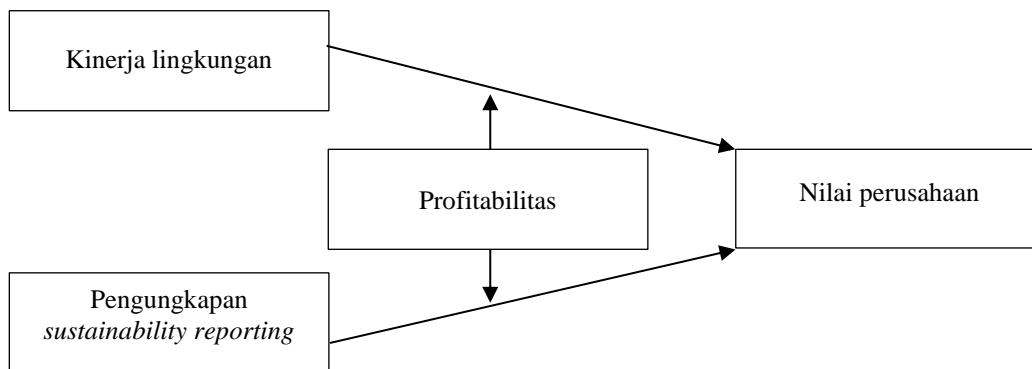
H3: Profitabilitas memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan SR yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung lebih dipercaya investor karena dianggap mencerminkan kondisi keuangan yang stabil. Profitabilitas diduga memperkuat pengaruh SR terhadap nilai perusahaan [14].

H4: Profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan

2. Research Methods

Jenis penelitian termasuk asosiatif kausal. Jenis data kuantitatif dengan sumber data sekunder. Populasi perusahaan manufaktur sektor consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2020-2024 sebanyak 41 perusahaan. Kriteria penelitian pemilihan sampel (1) terdaftar di BEI periode 2020-2024 dan menerbitkan laporan tahunan secara berturut-turut, (2) konsisten menyajikan laporan keuangan, (3) laba, dan (4) data lengkap. Hasil seleksi sampel sebanyak 32 perusahaan dengan periode 5 tahun. Jumlah data yang diobservasi yaitu $32 \times 5 = 160$. Berikut desain penelitian yang menghubungkan antar variabel.



Gambar 1 Desain Penelitian

Nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q dengan menghitung jumlah nilai pasar ekuitas dan total hutang dibagi dengan total aset ($Tobin's\ Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$). Pengungkapan SR diukur dengan *sustainability report disclosure index* (SRDI) dengan standar GRI-G4 dengan memberikan skor satu jika satu item diungkap dan nol jika tidak diungkap. Kinerja lingkungan diukur menggunakan peringkat PROPER yang dikeluarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Peringkat PROPER dikonversi ke dalam bentuk skor numerik, yaitu peringkat emas diberi skor 5, hijau 4, biru 3, merah 2, dan hitam 1. Semakin tinggi skor PROPER menunjukkan semakin baik kinerja lingkungan perusahaan. Profitabilitas diprosikan dengan return on asset (ROA) yaitu laba bersih setelah pajak dibagi total aset [15].

3. Results and Discussions

Uji Asumsi Klasik

Normalitas data dengan *one-sample kolmogrov-smirnov*. Nilai *kolmogorov-smirnov* 0,213 dan signifikansi 0,064 disimpulkan data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Keterangan		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	207.20509829
Most Extreme Differences	Absolute	2,113
	Positive	2,113

	Negative	-0,175
Test Statistic		0,213
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,064 ^c

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil pengujian multikolinieritas (VIF) berdasarkan Tabel 2 kinerja lingkungan 1,062 dan *sustainability reporting* 1,012. Semua nilai VIF variabel independen < 10 sehingga tidak saling memengaruhi dan tidak ada indikasi bias dalam model [16].

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Variance Influence Factor	Kriteria Standar	Kesimpulan
Kinerja lingkungan	1,062	VIF < 10	Tidak terjadi Multikolinieritas
Pengungkapan <i>sustainability reporting</i>	1,012	VIF < 10	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data diolah, 2026

Autokorelasi tidak akan terjadi jika residual adalah acak dan akan terjadi autokorelasi bila residual tidak acak. Pengujian autokorelasi dengan *run test* dan hasil menunjukkan *test value* 0,079 dan nilai signifikansi 0,973 > 0,05 sehingga disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Pengujian heteroskedastisitas dengan uji *spearman's rho*. Berdasarkan tabel 3 nilai signifikansi semua variabel > 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil pengujian statistik.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized Residual Sig.	Keterangan
Kinerja lingkungan	0,232	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Sustainability reporting</i>	0,254	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2026

Koefisien determinasi (R^2) melalui nilai *adjusted R Square* sebesar 0,529, artinya nilai perusahaan sebesar 52,9% ditentukan kinerja lingkungan dan *sustainability reporting*, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain. Uji kelayakan model melalui uji F sebesar 0,000 < 0,05 sehingga disimpulkan model yang diformulasikan dalam persamaan regresi sudah tepat.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dengan melihat nilai signifikansi untuk menunjukkan pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil pengujian pengujian masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Regresi dan MRA

Pengaruh Antar Variabel	Koefisien	Nilai t	Nilai ρ	Keterangan
Kinerja lingkungan → Nilai perusahaan	0,375	2,751	0,045*)	Signifikan
Pengungkapan SR → Nilai perusahaan	0,308	2,980	0,033*)	Signifikan
Kinerja lingkungan → Nilai perusahaan (Moderat 1)	0,341	2,254	0,001*)	Signifikan
Pengungkapan SR → Nilai perusahaan (Moderat 2)	0,272	2,503	0,007*)	Signifikan

*) signifikansi secara statistik pada level ρ sebesar 5%

Sumber: Data diolah, 2026

Hipotesis 1 menyatakan lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis lingkungan berpengaruh positif dengan nilai signifikansi $0,045 < 0,05$. Hipotesis 1 teruji secara statistik.

Hipotesis 2 menyatakan pengungkapan SR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis pengungkapan SR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan besaran nilai signifikansi $0,033 < 0,05$. Hipotesis 2 teruji secara statistik.

Hipotesis 3 menyatakan profitabilitas memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian besaran nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ berarti profitabilitas memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis 3 teruji secara statistik.

Hipotesis 4 menyatakan profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ menunjukkan profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan dan hipotesis 4 teruji secara statistik.

Pembahasan

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, berarti semakin baik kinerja lingkungan maka semakin tinggi nilai perusahaan di mata investor. Temuan menegaskan bahwa pasar modal memberikan respons positif terhadap perusahaan yang mampu mengelola dampak lingkungan secara bertanggung jawab. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik dipersepsikan memiliki risiko lingkungan dan regulasi yang lebih rendah serta komitmen yang lebih kuat terhadap keberlanjutan usaha sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan harga saham. Hasil ini sejalan dengan teori stakeholder, legitimasi, dan sinyal bahwa kinerja lingkungan sebagai indikator penting kualitas manajemen dan keberlanjutan perusahaan. Kinerja lingkungan yang baik meningkatkan legitimasi sosial dan reputasi perusahaan, serta menjadi sinyal positif bagi investor mengenai prospek jangka panjang perusahaan. Kinerja lingkungan tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Pengaruh positif kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kinerja lingkungan telah menjadi faktor penting dalam penilaian investor. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik misalnya yang memperoleh peringkat PROPER hijau atau emas dipersepsikan memiliki risiko lingkungan yang lebih rendah, kepatuhan regulasi yang lebih baik, serta komitmen terhadap keberlanjutan usaha jangka panjang. Persepsi ini mendorong peningkatan kepercayaan investor yang tercermin dalam kenaikan harga saham dan nilai perusahaan. Investor mengenai kualitas manajemen dan tata kelola perusahaan. Investor menafsirkan kinerja lingkungan yang baik sebagai indikator bahwa perusahaan memiliki sistem manajemen risiko yang baik dan prospek keberlanjutan yang lebih tinggi sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya: [17]; [18] yang menemukan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menemukan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung memiliki reputasi yang lebih baik, risiko yang lebih rendah, dan daya tarik investasi yang lebih tinggi. Konsistensi hasil ini memperkuat argumen bahwa aspek lingkungan merupakan determinan penting nilai perusahaan. Tidak sejalan dengan [19]; [20].

Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian pengungkapan SR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan keberlanjutan perusahaan, semakin besar pula nilai perusahaan di mata investor. Hasil ini konsisten dengan teori dan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya transparansi non-keuangan bagi persepsi investor. Perusahaan yang mengungkapkan kinerja keberlanjutannya diyakini dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder, serta memperkuat reputasi perusahaan melalui penerapan program tanggung jawab sosial dan pengelolaan risiko yang terbuka dan transparan [21].

Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap seluruh pihak yang berkepentingan, tidak hanya pemegang saham tetapi juga konsumen, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Pengungkapan SR memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan komitmen terhadap kepentingan stakeholder non-keuangan. Investor dan pemangku kepentingan lainnya menilai perusahaan yang transparan dan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan lebih mampu bertahan dalam jangka panjang. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor, yang tercermin dalam kenaikan nilai perusahaan.

Menurut teori legitimasi, perusahaan perlu memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial agar operasionalnya dianggap sesuai dengan norma dan nilai masyarakat. Pengungkapan SR berfungsi sebagai sarana legitimasi karena perusahaan menunjukkan bahwa aktivitas operasionalnya memperhatikan aspek keberlanjutan.

Investor dan masyarakat menilai perusahaan yang mengungkapkan sustainability reporting secara jelas dan komprehensif lebih kredibel sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan.

Dari sudut pandang teori sinyal, pengungkapan SR berfungsi sebagai sinyal positif bagi pasar dan investor mengenai kualitas manajemen perusahaan, tata kelola yang baik, serta prospek keberlanjutan usaha. Investor menafsirkan pengungkapan ini sebagai indikasi bahwa perusahaan memiliki risiko lebih rendah, strategi jangka panjang yang matang, dan prospek pertumbuhan yang stabil. Sinyal positif ini mendorong investor meningkatkan penilaian terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat.

Temuan ini menegaskan bahwa pengungkapan SR merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan karena mencerminkan manajemen yang bertanggung jawab, transparan, dan berorientasi jangka panjang. Hasil penelitian sejalan dengan beberapa studi sebelumnya: [11]; [12]; [22]; [23]; [13]; [24]. Hasil temuan tidak mendukung temuan sebelumnya: [19]; [25]; [26]; [27]; [28].

Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Profitabilitas

Hasil penelitian bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Mengindikasikan bahwa pengaruh positif kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan menjadi lebih kuat pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Kinerja lingkungan yang baik akan lebih dihargai oleh pasar apabila perusahaan juga mampu menunjukkan kinerja keuangan yang optimal.

Sesuai teori stakeholder, perusahaan dituntut memenuhi kepentingan seluruh pemangku kepentingan, baik finansial maupun non-finansial. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai ekonomi sehingga memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari investor dan stakeholder lainnya. Ketika perusahaan yang profitabel juga memiliki kinerja lingkungan yang baik, maka upaya pengelolaan lingkungan tersebut dipersepsikan sebagai strategi yang berkelanjutan dan bukan sekadar beban biaya. Hal ini mendorong investor untuk memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat.

Menurut teori sinyal, profitabilitas merupakan sinyal kuat mengenai kinerja dan prospek perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar terkait efisiensi operasional dan stabilitas keuangan. Ketika sinyal tersebut dikombinasikan dengan kinerja lingkungan yang baik, investor menafsirkan bahwa perusahaan mampu mengelola aspek ekonomi dan lingkungan secara seimbang. Sinyal ganda ini memperkuat persepsi positif investor dan meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

Dari sudut pandang teori legitimasi, perusahaan yang profitabel memiliki legitimasi ekonomi yang kuat di mata masyarakat dan investor. Kinerja lingkungan yang baik pada perusahaan yang profitabel dianggap lebih kredibel karena didukung oleh kemampuan finansial yang memadai. Dengan demikian, aktivitas lingkungan tidak dipersepsikan sebagai upaya simbolis (*greenwashing*), melainkan sebagai komitmen nyata perusahaan terhadap keberlanjutan. Hal ini memperkuat legitimasi sosial perusahaan dan berdampak positif pada nilai perusahaan.

Profitabilitas memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan melalui beberapa mekanisme berikut: (1) kapasitas finansial yang lebih besar: perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki sumber daya yang cukup untuk mengimplementasikan program lingkungan secara konsisten dan berkelanjutan, seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan penggunaan bahan ramah lingkungan. Kinerja lingkungan yang optimal meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik minat investor. (2) kepercayaan investor yang lebih tinggi: investor cenderung lebih mempercayai perusahaan yang memiliki kinerja keuangan baik. Ketika perusahaan tersebut juga menunjukkan kinerja lingkungan yang baik, investor menilai perusahaan memiliki risiko jangka panjang yang lebih rendah, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. (3) efektivitas komunikasi kinerja lingkungan: profitabilitas yang tinggi membuat informasi mengenai kinerja lingkungan lebih kredibel dan mudah diterima pasar. Investor menilai bahwa perusahaan mampu mengintegrasikan strategi lingkungan ke dalam model bisnis tanpa mengorbankan kinerja keuangan.

Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Profitabilitas

Hasil penelitian profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan. Temuan mengindikasikan bahwa pengaruh positif pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan menjadi lebih kuat ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Informasi keberlanjutan yang diungkapkan perusahaan akan lebih dihargai oleh pasar apabila didukung kinerja keuangan yang baik. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berperan sebagai *pure/quasi* moderator yang meningkatkan kekuatan hubungan antara pengungkapan SR dan nilai perusahaan [16]. Pengungkapan SR saja belum tentu cukup untuk meningkatkan

nilai perusahaan secara optimal, namun dampaknya menjadi signifikan dan lebih kuat ketika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi.

Investor menilai bahwa perusahaan yang profitabel memiliki kapasitas finansial yang memadai untuk mengimplementasikan praktik keberlanjutan secara konsisten. Pengungkapan SR pada perusahaan yang profitabel dipersepsikan bukan sekadar formalitas atau simbolis, melainkan sebagai refleksi dari komitmen nyata terhadap keberlanjutan usaha jangka panjang. Berdasarkan teori stakeholder [3], perusahaan yang mampu memenuhi kepentingan ekonomi dan non-ekonomi stakeholder secara bersamaan akan memperoleh dukungan yang lebih besar dari pasar. Profitabilitas mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kepentingan ekonomi pemegang saham, sementara pengungkapan SR mencerminkan perhatian terhadap kepentingan sosial dan lingkungan. Ketika kedua aspek tersebut berjalan beriringan, stakeholder menilai perusahaan memiliki kinerja yang seimbang dan berkelanjutan. Hal ini memperkuat kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Menurut teori sinyal [5], profitabilitas merupakan sinyal kuat mengenai kualitas manajemen dan prospek perusahaan. Ketika perusahaan yang profitabel juga mengungkapkan SR secara luas dan transparan, pasar menerima sinyal ganda (*double signal*), yaitu sinyal kinerja keuangan yang baik dan sinyal komitmen keberlanjutan. Sinyal ganda ini memperkuat persepsi positif investor terhadap kualitas perusahaan, menurunkan persepsi risiko jangka panjang, dan meningkatkan minat investasi. Dampaknya tercermin pada peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

Dari sudut pandang teori legitimasi [4], perusahaan yang profitabel memiliki legitimasi ekonomi yang lebih kuat. Pengungkapan SR pada perusahaan yang profitabel dianggap lebih kredibel dan autentik karena didukung oleh kemampuan finansial yang memadai. Investor dan masyarakat menilai bahwa perusahaan mampu mengalokasikan sumber daya secara nyata untuk program keberlanjutan, bukan sekadar upaya pencitraan (*greenwashing*). Legitimasi sosial yang diperoleh perusahaan semakin kuat, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan melalui beberapa mekanisme berikut: (1) kredibilitas informasi yang lebih tinggi: pengungkapan SR oleh perusahaan yang profitabel lebih dipercaya oleh investor karena mencerminkan kondisi keuangan yang stabil dan berkelanjutan. (2) kapasitas implementasi keberlanjutan: perusahaan dengan laba tinggi memiliki kemampuan untuk mengimplementasikan program keberlanjutan secara konsisten sehingga pengungkapan SR mencerminkan praktik nyata. (3) penurunan persepsi risiko: investor menilai bahwa perusahaan yang profitabel dan transparan memiliki risiko bisnis dan risiko lingkungan yang lebih rendah sehingga meningkatkan valuasi perusahaan. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian [23].

4. Conclusion

Kinerja lingkungan yang baik mampu meningkatkan nilai perusahaan karena meningkatkan legitimasi sosial, memberikan sinyal positif kepada investor, serta memperkuat kepercayaan pasar. Kinerja lingkungan merupakan faktor strategis yang mendukung keberlanjutan dan peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Temuan penelitian memberikan implikasi bahwa manajemen perusahaan perlu menjadikan kinerja lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis, bukan sekadar pemenuhan regulasi. Investasi dalam pengelolaan lingkungan, efisiensi energi, dan pengurangan limbah tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi melalui peningkatan nilai perusahaan. Pengungkapan SR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mendukung teori stakeholder, teori legitimasi, dan teori sinyal, serta konsisten dengan hasil penelitian empiris sebelumnya. Perusahaan yang meningkatkan kualitas pengungkapan SR dapat memperoleh nilai perusahaan yang lebih tinggi melalui peningkatan kepercayaan investor, reputasi yang lebih baik, dan persepsi positif pasar. Profitabilitas memperkuat pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi dan kinerja lingkungan yang baik cenderung memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Temuan ini mendukung teori stakeholder, teori sinyal, dan teori legitimasi, serta konsisten dengan hasil penelitian empiris sebelumnya. Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa kinerja lingkungan dan profitabilitas merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan tidak cukup hanya memiliki kinerja lingkungan yang baik, tetapi juga harus mampu menjaga profitabilitas agar manfaat dari kinerja lingkungan tersebut dapat diakui dan dihargai oleh pasar. Profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan SR terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan SR akan lebih efektif meningkatkan nilai perusahaan ketika didukung oleh tingkat profitabilitas yang tinggi. Temuan ini mempertegas bahwa keberhasilan

strategi keberlanjutan sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan kinerja keuangan yang sehat dan berkelanjutan. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi keberlanjutan perusahaan sebaiknya tidak dipisahkan dari strategi keuangan. Pengungkapan SR memberikan nilai tambah yang optimal apabila mampu menjaga dan meningkatkan profitabilitasnya. Bagi investor, hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi kinerja keuangan dan transparansi keberlanjutan merupakan indikator penting dalam menilai nilai perusahaan.

Reference

- [1] S. R. N. Sari, S. Bahri, and N. Fitriani, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi," *J. Ekon. Akunt.*, vol. 3, no. 3, pp. 252–263, 2025.
- [2] S. Bahri, H. Setiono, N. Ainiyah, M. B. Ilmiddaviq, and M. Khanida, *REAKSI PASAR: Perspektif Kinerja Keuangan*. Penerbit Diva: Purbalingga, 2025.
- [3] E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Latest ed. Pitman Boston, 1984.
- [4] M. C. Suchman, "Managing legitimacy: Strategic and Institutional Approaches," *Acad. Manag. Rev.*, vol. 20, no. 3, pp. 571–610, 1995.
- [5] M. Spence, "Job Market Signaling," *Q. J. Econ.*, vol. 87, no. 3, pp. 355–374, 1973.
- [6] Muslichah and S. Bahri, *Akuntansi Manajemen; Teori dan Aplikasi*, 1st ed. Jakarta: Mitra Wacana Media: Jakarta, 2021.
- [7] S. L. Hart and G. Ahuja, "Does it Pay To Be Green? An Empirical Examination of The Relationship Between Emission Reduction and Firm Performance," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–37, 1996.
- [8] Global Reporting Initiative (GRI), "GRI Standards," 2021.
- [9] S. Bahri, A. Hartono, and Norlena, "Memahami Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Social Responsibility," *J. Public Bus. Account.*, vol. 6, no. 1, pp. 59–65, 2025.
- [10] S. A. Waddock and S. B. Graves, "The Corporate Social Performance – Financial Performance Link," *Strateg. Manag. J.*, vol. 18, no. 4, pp. 303–319, 1997.
- [11] M. D. Kusumawati and A. T. Nawangsari, "Pengaruh Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Ekopedia J. Ilm. Ekon.*, vol. 1, no. 4, pp. 2594–2603, 2025, doi: doi.org/10.63822/46yswk77.
- [12] P. M. Muqtadir and Hersugondo, "Pengaruh Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (IHSG) periode Tahun 2018 – 2022)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 13, no. 3, pp. 1–14, 2024, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- [13] T. K. Wardani and N. M. Machdar, "Pengaruh Business Risk , Investment Opportunity Set , dan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening," *J. Kaji. dan Penelit. Umum*, vol. 1, no. 6, pp. 234–248, 2023, doi: <https://doi.org/10.47861/jku-nalanda.v1i6.673>.
- [14] S. A. Al-Tuwaijri, T. E. Christensen, and K. E. Hughes, "The Relations Among Environmental Disclosure, environmental performance, and economic performance," *Accounting, Organ. Soc.*, vol. 29, no. 5–6, pp. 447–471, 2004.
- [15] R. Modjaningrat and S. Bahri, "Bagaimana Return On Asset Dan Cash Ratio Yang Baik Mempengaruhi Kebijakan Dividen," *Humanis*, vol. 17, no. 1, pp. 53–63, 2025.
- [16] S. Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS*. Penerbit Andi: Yogyakarta, 2025.
- [17] Y. D. Anna and D. R. D. RT, "Sustainability Rreporting: Analisis Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan," *J. ASET (Akuntansi Riset)*, vol. 11, no. 2, pp. 238–255, 2019.
- [18] M. F. G. P. Pratama, I. Purnamawati, and Y. Sayekti, "Analisis Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Akunt. Univ. Jember*, vol. 17, no. 2, pp. 110–122, 2019.
- [19] R. Sari, D. F. Rifan, and M. Selvina, "Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report , Kinerja Lingkungan , Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi," *J. Keuang. dan Manaj. Terap.*, vol. 6, no. 1, pp. 444–470, 2025, [Online]. Available: <https://ejournals.com/ojs/index.php/jkmt>
- [20] R. A. N. Septina and W. Idawati, "Pengaruh Laporan Keberlanjutan (Sustainability Reporting) Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Sektor Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021," *J. Accounting, Manag. Islam. Econ.*, vol. 1, no. 1, pp. 69–82, 2023.
- [21] N. Van Linh, D. N. Hung, and T. Q. Binh, "Relationship Between Sustainability Reporting and Firm's Value: Evidence From Vietnam," *Cogent Bus. Manag.*, 2022, doi: <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082014>.
- [22] P. N. Hermie, "Pengaruh Sustainability Reporting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Pengendalian Internal Sebagai Moderasi," *J. Ilm. Dan Karya Mhs.*, vol. 2, no. 2, pp. 31–47, 2024, doi: <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i2.1528>.
- [23] I. B. Prasetyo, "Pengaruh Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi," *JPRO*, vol. 5, no. 1, pp. 142–157, 2024.
- [24] D. Situmorang and I. D. Bimo, "Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi," *J. Manaj.*, vol. 20, no. 1, pp. 1–17, 2023, doi: <https://doi.org/10.25170/jm.v20i1.3281>.
- [25] S. A. Pithaloka and M. Y. R. Pandin, "Pengaruh Sustainability Report, Good Corporate Governance, Dan Profitability Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020 – 2022," *J. Anggar. J. Publ. Ekon. dan Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 227–244, 2024, doi: <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i1.336>.
- [26] A. A. Hasiholan and I. Ghozali, "Pengaruh Sustainability Reporting Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2023)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 14, no. 4, pp. 1–13, 2025.
- [27] D. Wulandari and R. Trisnawati, "Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting , Investment Opportunity Set (IOS), Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Study kasus pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals , basic material , industrial dan energy yang terdaftar di," in *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek*, 2021, pp. 1061–1072.
- [28] N. Afsari, B. Artinah, and Mujannah, "Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Investment Opportunity Set Sebagai Variabel Moderating," *SPREAD*, vol. 10, no. 2, pp. 86–96, 2021.