

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Menurut teori *stakeholder* yang dibuat oleh Freeman pada tahun 1984, pemegang saham bukan satu-satunya pihak yang penting bagi perusahaan, semua pihak yang berhubungan atau terpengaruh oleh kegiatan perusahaan, seperti karyawan, pemasok, dan lembaga pemerintah, dianggap sebagai pemangku kepentingan (Yolanda & Dwi, 2024). Pandangan ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih inklusif dalam menjalankan strategi bisnis, termasuk dalam penerapan prinsip *sustainability* yang mempertimbangkan dampaknya terhadap seluruh pemangku kepentingan.

Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* kepentingan yang menekankan pentingnya menjalin serta menjaga hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak yang terlibat, karena setiap keputusan dan aktivitas perusahaan dapat berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat. Dengan mengintegrasikan prinsip *sustainability*, perusahaan diharapkan dapat mencapai tujuan, meningkatkan kinerja, serta menciptakan nilai jangka panjang bagi para pemegang saham (Yolanda & Dwi, 2024).

2.1.2 *Sustainability Disclosure*

Sustainability report memberikan manfaat bagi perusahaan dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing di pasar dan sangat berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan (Hapsari, 2023). *Sustainability report*, berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan suatu laporan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menunjukkan pengaruh ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dihasilkan dari kegiatan operasional sehari-hari. Istilah ekonomi sosial, dan lingkungan disebut dengan *triple bottom line reporting*. GRI memiliki isi yang memungkinkan membantu bisnis dan organisasi menjadi lebih transparan dan bertanggung jawab atas dampaknya terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan untuk melaporkan keberlanjutan (Elizabeth & Handoko, 2021). Dalam penelitian ini standar GRI yang digunakan adalah seri 200 untuk aspek ekonomi, seri 300

untuk aspek lingkungan, dan seri 400 untuk aspek sosial.

2.1.3 *Firm Age*

Umur perusahaan didefinisikan sebagai jumlah waktu yang berlalu dari saat perusahaan didirikan atau *listing* di bursa efek hingga saat perusahaan benar-benar beroperasi (Hamdani, 2020). Karena umur perusahaan menunjukkan masih dapat bertahan, umur dapat digunakan sebagai indikator untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut masih dapat bersaing dengan pesaingnya (Hasan & Meidiyustiani, 2023).

Perusahaan yang memiliki *listing age* yang lebih lama biasanya mempunyai tanggung jawab dan tekanan yang lebih besar kepada para investor dan *stakeholder* untuk mengungkapkan informasi yang diperlukan, termasuk informasi tentang *intellectual capital*. *Firm age* diukur berdasarkan sejak perusahaan pertama kali terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI), karena perusahaan yang telah terdaftar lebih lama cenderung memiliki pengalaman, tanggung jawab, dan tekanan yang lebih besar dalam mengungkapkan informasi yang relevan bagi investor dan pemangku kepentingan, termasuk informasi tentang *intellectual capital* (Tri & Leny, 2025).

Firm age diukur waktu sejak perusahaan pertama kali menawarkan sahamnya kepada publik melalui proses *Initial Public Offering* (IPO). Pengukuran umur *listing* didasarkan pada selisih antara tahun observasi dengan tahun perusahaan melakukan pencatatan saham perdana di bursa efek. Lamanya perusahaan tercatat di pasar modal ini dianggap mencerminkan tingkat kematangan dan pengalaman perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya secara terbuka dan transparan (Satwika & Sari, 2021).

Mufidah (2024) perusahaan yang baru didirikan atau yang belum lama beroperasi sering kali belum mencapai stabilitas dalam hal keuntungan. Tingkat utang, nilai aset, dan nilai ekuitas pada perusahaan dengan siklus hidup yang panjang biasanya berbeda dibandingkan dengan perusahaan yang masih baru. Sehingga menurut Setyana & Nurcahyono (2024) usia perusahaan yang lebih matang umumnya berkorelasi dengan reputasi yang lebih baik dan informasi yang lebih luas, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan margin

keuntungan yang lebih tinggi. Semakin lama suatu perusahaan berdiri, investor sebagai penanam modal lebih percaya padanya dibandingkan dengan yang baru berdiri karena diharapkan aset yang lebih besar akan menghasilkan laba yang lebih besar dan mampu bertahan. Selain itu, jangka waktu berdiri perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Hasan & Meidiyustiani, 2023).

2.1.4 Firm Size

Menurut Setyana & Nurcahyono (2024) ukuran perusahaan berguna untuk memudahkan pendanaan dari pasar modal dan menentukan kekuatan penawaran suatu kontrak keuangan, karena perusahaan besar biasanya memiliki aset yang lebih besar. Berdasarkan beberapa definisi, dapat disimpulkan bahwa ukuran suatu perusahaan adalah seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi struktur modalnya. Selain itu, ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah aset yang dimilikinya: semakin banyak aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar perusahaan tersebut (Nuridah, 2023).

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan besar dapat membiayai investasinya dengan mudah karena memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi dan sedikit terjadi asimetris informasi. Hal ini berdasarkan teori *Trade-Off*, semakin besar perusahaan maka perusahaan dapat menggunakan utang lebih banyak karena risiko kebangkrutan perusahaan besar lebih rendah. Risiko kebangkrutan yang rendah pada perusahaan besar menyebabkan biaya penggunaan utang perusahaan besar lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga mendorong perusahaan untuk meningkatkan penggunaan utang yang lebih banyak, sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi struktur modal (Reschiwati et al., 2020). Putri (2023) perusahaan besar sering kali lebih dikenal oleh masyarakat, yang berarti lebih banyak informasi tersedia untuk investor. Pengukuran *Firm Size* pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Ln(Total Asset)} \quad (1)$$

2.1.5 Nilai Perusahaan

Menurut Mufidah et al., (2024) nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor dan sering dikaitkan dengan harga saham dan sangat dipengaruhi oleh

peluang investasi yang tersedia. Nilai ini dapat menunjukkan indikasi seberapa efektif suatu perusahaan mengelola operasinya, mencakup berbagai hal kegiatan usaha (Indra Puspitasari et al., 2024). Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan. Perusahaan mengalami tekanan dari berbagai pihak untuk semakin memperhatikan isu lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan. Komunikasi dan keterbukaan kepada pemegang saham menjadi sangat penting dalam membangun nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan ditunjukkan oleh harga saham yang merupakan cerminan keputusan investasi terhadap pendanaan dan pengelolaan aset. Harga saham yang meningkat mencerminkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan yang bersangkutan di masa mendatang.

Penelitian ini menggunakan indikator Tobin's Q karena Tobin's Q menggambarkan kondisi di mana suatu perusahaan memiliki peluang investasi atau potensi pertumbuhan. Tobin's Q menjadi indikator karena dia memiliki kemampuan untuk menilai pasar yang diwakili oleh harga saham. Di mana kondisi pasar sangat berpotensi memengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan (Usmiawati, 2021).

Menurut Wachyu et al., (2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio Tobin's Q, sebuah rasio yang memberikan penilaian dan informasi mengenai fenomena yang terjadi dalam aktivitas perusahaan. Secara umum, Tobin's Q adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Tobin's Q menunjukkan seberapa efektif dan efisien perusahaan memanfaatkan semua sumber daya, termasuk aset berwujud dan tidak berwujud (Dzahabiyya et al., 2020).

Menurut Muchtar (2021), rumusan Tobin's Q yang dikemukakan oleh Lindenberg dan Ross (1981) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{Market Value of All Outstanding Shares + Debt}{Total Asset} \quad (2)$$

Keterangan:

MVS: hasil kali saham beredar dan harga saham

Total Aset: Nilai buku total aktiva

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO.	Judul	Pengarang	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Effect of liquidity, profitability, and size of companies on firm value</i>	Reschiwati et al. (2020)	Likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Struktur modal tidak memediasi pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	- Objek Penelitian menggunakan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan - Perusahaan perbankan	- Sampel penelitian diambil tahun 2014-2018 - Objek menggunakan likuiditas dan profitabilitas
2.	pengaruh <i>sustainability disclosure, investment opportunity</i> aset dan	Elizabeth & Handoko (2021)	Variabel <i>sustainability report</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa <i>sustainability disclosure</i> tidak terlalu dipertimbangkan oleh pihak eksternal perusahaan dalam melakukan penilaian sebuah perusahaan.	- Objek variabel memakai <i>sustainability disclosure</i> terhadap nilai perusahaan	- <i>Invesment opportunity</i> aset dan profitabilitas - Sampel penelitian diambil tahun 2017 sampai dengan 2019. - Penelitian ini

	profitabilitas terhadap nilai perusahaan		Sedangkan variabel <i>investment opportunity</i> set dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan 0,00 yang artinya dibawah 0,05		menggunakan perusahaan BUMN
3.	pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan ritel	Nuridah (2023)	Profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap struktur modal. Selanjutnya untuk pengujian secara parsial atau disebut dengan uji t, variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Serta variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Variabel Profitabilitas dan Ukuran perusahaan memiliki kontribusi sebesar 41,2% sedangkan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya.	- Menggunakan variabel ukuran perusahaan	- Variabel profitabilitas terhadap struktur modal - Perusahaan ritel
4.	Pengaruh Profitabilitas,	Hasan & Meidiyustiani	Profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap	- Variabel menggunakan	- Perusahaan real estate - Sampel penelitian

	Struktur Aktiva, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-	(2023)	nilai perusahaan, sedangkan struktur aktiva dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	umur perusahaan, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan - menggunakan <i>puposive sampling</i>	diambil tahun 2017-2022 - Variabel profitabilitas, struktur aktiva
--	---	--------	---	---	---

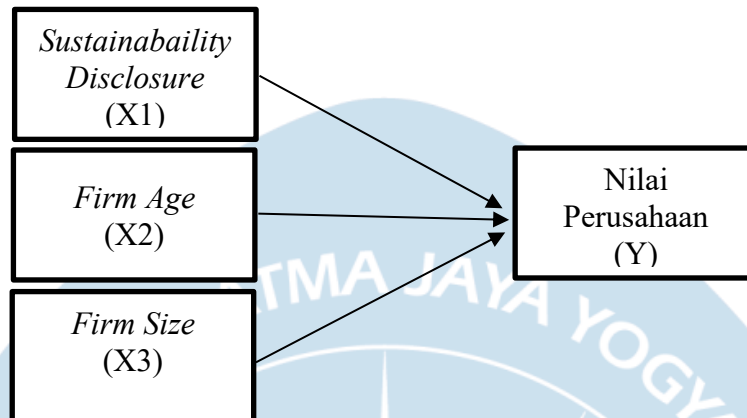
	2022)				
5.	Pengaruh <i>Green Banking Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia	Wachyu et al. (2021b)	Hasil Penelitian menunjukkan adanya pengaruh <i>Green Banking Disclosure</i> yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perbankan syariah.	- Nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q	- <i>Green banking disclosure</i> - Sampel penelitian diambil tahun 2017-2020
6.	Pengaruh <i>Green Banking, Firm Age dan Firm Size</i> Terhadap Nilai	Tiara & Jayanti (2022)	<i>Green banking</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>firm age</i> menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>firm size</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan ketiga variabel yaitu <i>green banking, firm age</i> dan <i>firm size</i>	- Objek penelitian <i>firm age, firm size</i> terhadap nilai perusahaan - Menggunakan Tobin's Q dalam	- Sub Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 - Objek penelitian menggunakan <i>green banking</i>

	Perusahaan		secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	menghitung nilai perusahaan	
7.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Harga Saham	Putri (2023)	Secara simultan variabel Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Harga Saham. Secara parsial Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Harga saham dan Umur Perusahaan berpengaruh terhadap Harga Saham.	- Variabel menggunakan ukuran perusahaan, umur perusahaan	- Variabel kinerja lingkungan terhadap harga saham - Sampel penelitian diambil tahun 2017-2022
8.	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan	Muzayin & Trisnawati (2022)	Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa ukuran, umur dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	- Variabel independen: ukuran perusahaan, umur perusahaan - Variabel dependen: nilai	- Variabel independen menggunakan struktur modal - Perusahaan sektor makanan dan minuman - Sampel penelitian diambil tahun 2017-2019

	Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan			perusahaan	
--	---	--	--	------------	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Menguji pengaruh *sustainability disclosure* terhadap nilai perusahaan perbankan KBMI 3 dan KBMI 4.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kartika Sari (2021) mengatakan bahwa *sustainability disclosure* terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin banyak investor yang membeli saham perusahaan akan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor. Seiring waktu, hal ini dapat mendorong kenaikan harga saham dan memberikan keuntungan bagi para pemegang saham. Kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan dianggap sebagai bentuk tanggung jawab dan keterbukaan kepada pemangku kepentingan, yang diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaan.

H1: *Sustainability disclosure* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan KBMI 3 dan KBMI 4

2.4.2 Menguji Pengaruh *firm age* terhadap nilai perusahaan pada perbankan KBMI 3 dan KBMI 4

Perusahaan yang telah beroperasi dalam jangka waktu yang lama biasanya dipandang lebih stabil dan memiliki reputasi yang baik di mata investor karena mereka biasanya telah berhasil membangun aset yang cukup besar dan jaringan operasional yang kuat, yang membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak uang. Oleh karena itu, para investor sering menggunakan umur perusahaan sebagai

ukuran kepercayaan dan prospek kelangsungan bisnis dalam jangka panjang (Hasan & Meidiyustiani, 2023).

Menurut teori sinyal, perusahaan yang memiliki kualitas tinggi akan memberikan sinyal positif kepada pasar untuk menunjukkan keunggulannya, sehingga pasar dapat membedakan antara perusahaan yang kinerjanya baik dan buruk. Sering kali dianggap sebagai tanda bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan di masa depan adalah ukuran perusahaan yang besar dan terus berkembang (Muzayin & Trisnawati, 2022). Hipotesis ini didukung oleh (Hasan & Meidiyustiani, 2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *firm age* terhadap nilai perusahaan.

H2: *Firm age* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan KBMI 3 dan KBMI 4

2.4.3 Menguji Pengaruh *firm size* terhadap nilai perusahaan perbankan KBMI 3 dan KBMI 4

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tiara et al (2022), Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, terutama karena tingginya total aset yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung memiliki total aset yang lebih besar, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada dalam kondisi yang lebih baik karena pengelolaan aset yang efektif masih memiliki potensi pertumbuhan investasi yang tinggi. Kepercayaan investor terhadap besarnya aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dapat mendorong manajemen untuk menarik lebih banyak modal, yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

H3: *Firm size* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan KBMI 3 dan KBMI 4