

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa, selain mementingkan kepentingan manajemen dan investor untuk meningkatkan keberhasilan dan akuntabilitas dalam suatu bisnis, perusahaan juga dituntut untuk tetap memerhatikan kepentingan *stakeholder*. Perusahaan bukanlah badan yang beroperasi hanya untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* dalam hal ekonomi, lingkungan dan sosial. Teori *stakeholder* merupakan konsep manajemen strategis yang dapat membantu perusahaan atau badan usaha memperkuat hubungan dengan pihak eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitifnya. Teori ini mulai dikembangkan oleh Freeman (1984) yang menilai adanya hubungan antara perusahaan dan kelompok yang berbeda selain pemegang saham.

Kemudian, Carrol (1991) menyatakan bahwa terdapat kaitan alami antara CSR dengan *stakeholder* perusahaan. Sehingga, dari teori *stakeholder* ini menyatakan bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka semakin baik bisnis korporasinya. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Jadi, teori *stakeholder* ini membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak, yang berbasis pada pandangan suatu organisasi dan lingkungannya yang saling memengaruhi secara kompleks dan dinamis.

2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori Legitimasi merupakan teori pengungkapan sosial dan lingkungan yang merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan usaha dan dapat dijadikan sarana untuk menyusun strategis terutama dalam hal memosisikan diri di tengah lingkungan masyarakat. Menurut Gray, *et al.*, (1996), bahwa teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Sedangkan menurut O'Donovan (2002), legitimasi dapat dilihat dari apa yang diberikan masyarakat untuk perusahaan.

Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan yang diperoleh, tetapi harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan pihak berkepentingan. Menurut Belkaoui & Karpik (1989), otorisasi dari manajer mudah diperoleh pada perusahaan besar melalui kegiatan sosial. Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula usaha yang dilakukan untuk memperoleh legitimasi melalui pengungkapan SR secara luas. Adanya interaksi antara perusahaan dengan masyarakat merupakan salah satu kegiatan yang dapat dicapai dalam melaksanakan dan mengungkapkan SR. Sesuai dengan teori legitimasi menyatakan bahwa dalam ukuran perusahaan, semakin banyak aktiva yang dimiliki maka menimbulkan dampak sosial lingkungan yang besar pula.

Jadi, legitimasi adalah suatu sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, serta kelompok masyarakat. Legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk betahan hidup (*going concern*).

2.3 Teori *Triple Bottom Line*

Triple Bottom Line dipopulerkan oleh John. Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of 21st Century Business*”. Dalam konsep *Triple Bottom Line* yang didalamnya terdapat faktor ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kemudian, terdapat peneliti yang mempopulerkan temuannya dengan sebutan 3P (*Profit, Planet, People*). Dengan adanya paradigma inilah yang menggambarkan fokus perusahaan di masa akan datang bahwa perusahaan yang ingin tetap beroperasi harus memperhatikan ketiga faktor yaitu *Profit* (keuntungan ekonomi), *Planet* (lingkungan), dan *People* (masyarakat) (Lako, 2011).

Triple Bottom Line biasanya sering disingkat dengan TBL atau 3BL merupakan kerangka akuntansi untuk melaporkan pengaruh sumber daya perusahaan yang didalamnya mengandung tiga pilar keberlanjutan. Norman & MacDonald (2004), menyatakan bahwa tiga pilar tersebut akan berdampak positif terhadap *profit* perusahaan, organisasi non profit, dan pemerintah. Selama beberapa tahun terakhir, konsep pelaporan akuntansi ini semakin menjadi populer dalam manajemen perusahaan, konsultasi, investasi, dan organisasi non profit. Faktor utama yang tidak bisa disangkal bahwa perusahaan tidak akan bisa sukses dalam jangka panjang jika mereka mengabaikan kepentingan kunci pemangku kepentingan. Dengan demikian, konsep ini akan menjadi alat suatu perusahaan supaya lebih transparan dan akuntabel dalam melaporkan kegiatan perusahaan serta dampaknya bagi kondisi sekitar perusahaan beroperasi.

TBL didefinisikan sebagai kerangka akuntansi untuk mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan yang didalamnya terdapat parameter ekonomi, sosial, dan lingkungan. TBL juga digunakan untuk menangkap seluruh rangkaian nilai-nilai, masalah, dan proses yang harus diselesaikan perusahaan untuk meminimalkan dampak yang ditimbulkan akibat kegiatan operasi perusahaan dan menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan (Jennifer & Taylor, 2007). Didalam perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, selain mengejar keuntungan (*profit*) perusahaan juga dituntut untuk berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan, dan pemenuhan kesejahteraan masyarakat. Kemudian, terdapat tiga elemen TBL sebagai berikut. (Wibisono, 2007).

1. Keuntungan (*Profit*)

Perusahaan didirikan untuk memperoleh keuntungan. Indikator utama keuntungan yang diraih perusahaan khususnya perusahaan publik dilihat dari harga saham, maka dapat diamati bahwa setiap perusahaan cenderung mengutamakan kepuasan para pemegang saham dan meraih harga saham yang tinggi. Biasanya untuk mendapatkan tujuan ini, perusahaan akan melakukan efisiensi biaya dan meningkatkan produktivitas. Efisiensi biaya perusahaan dapat dicapai dengan menghemat penggunaan sumber daya perusahaan, misalnya adalah bahan baku dan menghemat biaya seminimal mungkin. Sedangkan peningkatan produktivitas dapat dicapai salah satunya dengan mengurangi aktivitas yang tidak efisien dan melakukan perbaikan manajemen kerja.

2. Masyarakat (*People*)

Masyarakat merupakan pemangku kepentingan yang memegang peranan penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan harus berkomitmen untuk memberikan kesajahteraan terhadap masyarakat. Hal ini dilakukan mengingat dampak operasional perusahaan yang kadang dapat merugikan masyarakat sekitar, sehingga perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk melakukan berbagai kegiatan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

3. Lingkungan (*Planet*)

Seluruh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan berhubungan dengan lingkungan. Lingkungan mempunyai keterkaitan yang besar dengan perusahaan. Namun, dalam kenyataannya masih banyak perusahaan yang kurang peduli dengan lingkungan sekitar karena mereka menganggap lingkungan tidak memberikan keuntungan secara langsung. Pelaku bisnis kadang hanya memikirkan keuntungan yang akan mereka peroleh tanpa melakukan usaha untuk menjaga dan melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan perusahaan dapat memperoleh keuntungan secara tidak langsung terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, dan ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin.

2.4 Teori Piramida *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep piramida CSR yang dikembangkan oleh Carrol (1991), menyatakan bahwa CSR adalah puncak piramida yang erat terkait dan bahkan identik dengan tanggung jawab filantropis. Tujuan dari tanggung jawab filantropis adalah untuk

meningkatkan kualitas hidup semua, artinya selain perusahaan harus memperoleh laba, taat dengan hukum, berperilaku etis (bagian lain dari piramida), dan harapan dari masyarakat pada waktu tertentu. Perusahaan merupakan unit dasar dari kegiatan ekonomi yang memiliki tanggungjawab terhadap alam. Sehingga, perusahaan dituntut supaya dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat atas kegiatan yang telah dilakukan perusahaan. Tanggung jawab yang dimiliki pemilik dan pegawai perusahaan yaitu adanya istilah *non-fiduciary responsibility* kepada perusahaan dan publik.

Terkait dengan konsep piramida CSR, terdapat dua tanggung jawab yang paling mendasar bagi suatu perusahaan. Pertama adalah tanggung jawab ekonomi, dengan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan barang dan jasa memperoleh keuntungan insentif atas efisiensi melalui kegiatannya. Kedua, yaitu tanggungjawab hukum, yaitu adanya harapan mampu menjalankan bisnisnya sesuai aturan yang berlaku umum dengan diikuti tanggungjawab beretika. Berikut merupakan gambar piramida CSR, (Carrol, 1991).



Gambar 1. Piramida Corporate Social Responsibility
Sumber: Carrol (1991)

Teori piramida yang sudah terbentuk di tahun 1991 masih ditinjau kembali karena domain piramida lebih penting daripada pangkal piramida. Sehingga tidak sesuai dengan teori jenis prioritas piramida yang sudah terbentuk di awal (Schwartz & Carrol, 2003). Kemudian, terdapat usulan konsep CSR dengan 3 model (tanggungjawab ekonomi, hukum, dan etika) yang digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2. Model Tiga Domain CSR
Sumber: Schwartz & Carrol (2003)

Terdapat perbedaan urutan lapisan CSR untuk negara berkembang dengan teori yang dikemukakan oleh Carrol (1991). Di negara berkembang tanggungjawab ekonomi masih mendapat tekanan dari tanggungjawab *philanthropy*, hukum dan etika berada di puncak tertinggi. Hal ini dikarenakan budaya tradisonal secara langsung dapat meningkatkan kondisi ekonomi di negara, sedangkan tekanan untuk memenuhi hukum lebih sedikit dibandingkan dengan negara maju. Berikut gambar piramida khusus CSR negara berkembang (Wayne, 2006).



Gambar 3. Piramida CSR untuk Negara Berkembang

Sumber: Visser (2006)

Laporan tahunan yang mengungkapkan CSR terdapat beberapa standar kategori yang harus dipatuhi, diantaranya adalah lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan hal lainnya. Kategori tersebut hampir sama dengan standar yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pedoman pengungkapan CSR. Jadi, laporan CSR mengacu pada pengukuran dan informasi mengenai pengaruh perusahaan terhadap pegawai, komunitas sosial dan lingkungan sesuai dengan penjabaran teori piramida CSR, sehingga mampu dipercaya oleh para investor.

2.5 Sustainability Report

Sustainability report atau laporan keberlanjutan merupakan praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk mencapai pembangunan keberlanjutan. Isi dari *sustainability report* terdiri dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang menggambarkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat mengenai aspek-aspek yang dilaporkan serta menyediakan kebutuhan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) sebelum melakukan pengambilan keputusan. *World Business Council for Sustainable*

development (2002), mendefinisikan laporan berkelanjutan sebagai laporan publik suatu perusahaan memberikan informasi posisi dan aktivitas perusahaan terhadap aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial kepada *stakeholder* internal atau eksternal. Pelaporan *sustainability report* dapat dikatakan sebagai istilah lain untuk pelaporan non-keuangan, pelaporan *triple bottom line* (Aziz, 2014).

Kualitas pengungkapan *sustainability report* diukur menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI pertama kali terbentuk pada tahun 1999 di Bouston, Amerika Serikat. Terdapat banyak pembaharuan dari pedoman GRI yang terus mengalami perbaikan dan kelengkapan laporan keberlanjutan. Berikut manfaat *sustainability report* berdasarkan pada kerangka GRI (Aziz, 2014).

1. Sebagai alat ukur bagi kinerja suatu perusahaan dengan melihat hukum, norma, undang-undang, standar kinerja dalam seluruh kegiatan operasionalnya dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial.
2. Dapat dijadikan komitmen suatu perusahaan supaya selalu melaksanakan kewajibannya sebagai organisasi yang mementingkan pembangunan keberlanjutan.
3. Dapat digunakan sebagai pembandingan dengan perusahaan lain.

Kualitas pengungkapan *sustainability report* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan standar GRI-G4. Pedoman GRI-G4 terdiri dari 91 item yang harus diungkapkan. Dalam GRI-G4 pengungkapan *sustainability report* dibagi menjadi 3 kategori, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial, berikut merupakan penjabaran dari ketiga kategori menurut GRI-G4 (Susanti & Alvita, 2019).

1. Ekonomi dimensi keberlanjutan ekonomi, berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi bagi pemangku kepentingan, dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global.
2. Lingkungan dimensi keberlanjutan lingkungan, berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem. Kategori lingkungan meliputi dampak terkait dengan *input* (energi dan air) dan *output* (emisi, efluen, dan limbah). Termasuk juga keanekaragaman hayati, transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produk dan jasa, serta kepatuhan dan biaya lingkungan.
3. Sosial dimensi keberlanjutan sosial, membahas tentang dampak yang dimiliki organisasi terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi. Terdapat beberapa kategori dibidang sosial, sebagai berikut.

- a. Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja.

Indikator praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan meliputi lapangan pekerjaan, kondisi pekerjaan, relasi buruh dengan manajemen, keselamatan dan kesehatan kerja, pelatihan, pendidikan, pengembangan keryawan, serta keberagaman dan peluang.

- b. Hak asasi manusia.

Indikator kinerja Hak Asasi Manusia menentukan bahwa setiap organisasi harus selalu memerhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Salah satunya yaitu, dengan memerhatikan asas kesetaraan yang meliputi praktik investasi dan pengadaan, praktik

manajemen, penerapan prinsip nondiskriminasi, kebebasan mengikuti perkumpulan, praktik pengamanan, dan akhlak masyarakat adat.

c. Masyarakat.

Indikator kinerja masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan reaksi dari instansi sosial kaitannya dengan kepedulian dan pengelolaan isu-isu seperti komunitas, korupsi, kebijakan publik, serta perilaku anti kompetitif seperti anti-*trust* dan monopoli.

d. Tanggung jawab atas produksi.

Indikator kinerja tanggung jawab atas produk mencakup aspek seperti kesehatan, keselamatan dari pengguna produk dan pelanggan pada umumnya, produk dan jasa, komunikasi untuk pemesanan, serta *customer privacy*.

Sustainability report akan menjadi salah satu media untuk mendeskripsikan pelaporan dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial seperti halnya konsep *Triple Bottom Line*. Jadi, semakin lengkap informasi yang diungkapkan oleh perusahaan, maka menjadikan *sustainability report* dinilai lebih berkualitas. Laporan *sustainability report* dapat dikatakan berkualitas apabila para *stakeholder* telah mendapatkan manfaat serta informasi aktual dari pengungkapan tersebut.

2.5.1 Pengukuran Indeks *sustainability report* (SR)

Pengukuran pada indeks *sustainability report* (SR) yang digunakan untuk mengetahui kelengkapan informasi yang telah disajikan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan *checklist*. Susunan item pengungkapan yang disarankan

oleh standar pengungkapan yaitu sistem *checklist*. *Checklist* disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan masing-masing jenis yang telah disediakan kolom untuk menjawab mengenai status pengungkapannya pada laporan keuangan tahunan perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan pada umumnya menginginkan konsep *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pedoman dalam penyusunan laporan SRnya. Melalui kegiatan *sustainability report* yang dikenal dengan *triple bottom line* (*economic, social, and environmental*) dengan harapan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah keuangannya. Berikut merupakan perhitungan SR yang dilakukan dengan menggunakan indeks SR (Suharyani., *et al.*, 2019).

1. Membuat daftar (*checklist*) pengungkapan *sustainability report* (SR).

Item yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar item yang berasal dari *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar yang digunakan yaitu GRI-G4, terdiri dari 91 item yang harus diungkapkan. Dalam GRI-G4 pengungkapan *sustainability report* dibagi menjadi 3 kategori, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial, seperti yang sudah dijelaskan di atas.

2. Menentukan indeks *sustainability report* (SR) untuk setiap perusahaan sampel.

Pada dasarnya dilakukan pengecekan dan perhitungan SR *parameters* menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item SR dalam instrument penelitian diberi nilai 0 sampai dengan 2. Dengan keterangan bahwa diberikan nilai 0 apabila tidak ada pengungkapan, diberikan nilai 1 apabila sekedar ada namun tidak lengkap, dan nilai 2 apabila ada pengungkapan serta lengkap. Kemudian, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor dalam setiap pengungkapan *sustainability report* (SR) di perusahaan.

2.6 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran besarnya keuntungan yang diperoleh dari transaksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2014), profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen perusahaan secara keseluruhan, yang dilihat dari tingginya laba perusahaan dalam satu periode. Hal ini dapat ditunjukkan oleh laba yang diperoleh dari hasil penjualan dan pendapatan investasi. Profitabilitas memegang peranan penting dalam memberikan kepercayaan kepada perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan guna melegitimasi dan menciptakan nilai positif dari masyarakat maupun investor. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mampu mendorong manajemen untuk memberikan kebebasan, fleksibilitas, dan melakukan pengungkapan kepada pemegang saham atas program SR yang dilakukan.

Dalam penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA), yang merupakan satu bentuk rasio profitabilitas untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, serta mengukur persentase laba bersih terhadap total aktiva perusahaan. ROA merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham, apabila ROA semakin tinggi maka semakin baik pula kondisi suatu perusahaan. Rasio ini juga akan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hubungan antara ROA dengan pengungkapan SR dapat dilihat bahwa tingkat penjualan relatif tinggi, pengeluaran biaya relatif lebih rendah, sehingga menghasilkan peningkatan laba bersih. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kinerja operasi yang baik.

2.7 Leverage

Lverage merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Menurut Belkaoui & Karpik (1989), Apabila perusahaan mempunyai *leverage* tinggi, maka kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit dan berupaya melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka harus mengurangi biaya-biaya, termasuk kewajiban biaya untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya dalam pengungkapan SR. Sedangkan menurut Kasmir (2015), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh kewajibannya (jangka pendek dan jangka panjang). Jadi, dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* merupakan hubungan antara perusahaan dengan modal sendiri maupun aktiva, yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membiayai utangnya. Tingginya tingkat *leverage*, maka semakin besar juga perusahaan melanggar perjanjian kredit.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk rasio *leverage* adalah *Debt Equity Ratio* (DER). Rasio DER ini menekankan peran utang yang sangat penting untuk menunjukkan persentase aktiva perusahaan. Rasio ini menyediakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi kondisi pengurangan aktiva kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada kreditor. Dengan demikian, perhitungan DER berfungsi untuk melihat tingkat *leverage* yang tinggi diharapkan mampu memberikan pengungkapan informasi yang luas dan efektif, termasuk pengungkapan SRnya. Sehingga, hal ini dapat

digunakan sebagai pengambilan keputusan dan menghilangkan keraguan para pemegang saham terhadap pemenuhan hak-hak sebagai kreditur.

2.8 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu penetapan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin tinggi total aset yang dimiliki perusahaan, maka dapat mengindikasikan bahwa perusahaan tergolong dalam perusahaan besar. Menurut Sari (2017), pada umumnya perusahaan besar memiliki penjualan besar, aktiva yang besar, sistem informasi yang baik, *skill* karyawan yang baik, sehingga terwujudnya tingkat pengungkapan yang luas, termasuk dengan pengungkapan SRnya. Seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan, yang dapat dilihat dari besarnya aktiva lancar maupun tidak lancar. Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 terdapat beberapa klasifikasi ukuran perusahaan, sebagai berikut.

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha dengan kriteria usaha sebagaimana telah diatur dalam undang-undang ini (berdasarkan jumlah aset maksimal 50 juta dan omset usaha maksimal 300 juta).
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri oleh perorangan atau badan usaha (bukan perusahaan). Kriteria diatur menurut UU yaitu aset harus 50 juta s.d 500 juta dan omset 300 juta s.d 2,5 miliar.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan yang dimiliki). Kriteria diatur menurut undang-undang yaitu aset harus 500 juta s.d 10 miliar dan omset 2,5 miliar s.d 10 miliar.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih lebih besar dari usaha menengah.

Ukuran perusahaan dapat diukur atau dilihat dengan menggunakan ukuran aktiva sebagai logaritma dari total aktiva, yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur besarnya ukuran perusahaan. Logaritma digunakan untuk memperkecil aset dibandingkan variabel keuangan lainnya. Selain itu juga dapat menggunakan total aktiva, penjualan, atau modal dari perusahaan. Perusahaan yang besar memiliki saham yang tersebar luas, sehingga lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan serta terjamin dalam pengungkapan SR-nya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dinilai dari *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan, dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk memperoleh legitimasinya dari pemangku kepentingan. Hal tersebut dapat dilakukan penerapan tanggungjawab sosial dan lingkungan yang dilaporkan di SR, sehingga pelaksanaan tanggungjawab tersebut dapat digunakan untuk menjaga nama baik dan juga perkembangan perusahaan semakin mudah.

2.9 Dewan Komisaris

Dewan komisaris yaitu dewan atau organ perseroan yang bertugas untuk memberikan serta melakukan pengawasan secara umum maupun khusus sesuai dengan anggaran dasar dan juga memberikan nasehat kepada direktur perusahaan

(dewan direksi). Dewan komisaris merupakan sejumlah anggota yang tidak terafiliasi dengan manajemen perusahaan yang dapat memengaruhi kemampuannya untuk bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan atau bersifat independen. Semakin besar jumlah dewan komisaris, maka semakin memudahkan pengendalian dan pengawasan yang dilakukan terhadap *top management* atau CEO, dengan memperhatikan apakah manajemen perusahaan telah bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan termasuk dalam hal pengungkapan SR. Hal tersebut membuat dewan komisaris semakin aktif dalam menjalankan fungsinya, dan mencegah terjadinya pengendalian yang terlalu banyak dan tidak sesuai dengan tujuan perusahaan. Fungsi yang baik dan dapat berjalan dapat membantu untuk menekan manajemen melakukan pengungkapan SR dalam laporan tahunannya (Adelia, 2020).

Komite Nasional Kebijakan Governance / KNKG (2006), mendefinisikan dewan komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional. Untuk pengukuran dewan komisaris dapat dilihat dari jumlah dewan komisaris yang tercatat dalam perusahaan. Pada intinya, dewan komisaris memiliki peran dan fungsi penting dalam memastikan perusahaan melaksanakan pengungkapan SR. Semakin banyak jumlah dewan komisaris, maka perusahaan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan SR.

2.10 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang menguji beberapa faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan *sustainability report* (SR).

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

| No. | Nama | Variabel dan Metoda | Hasil |
|-----|---------------|--|--|
| 1. | Aini (2020) | <u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan <i>sustainability report</i> X ₁ : ukuran perusahaan X ₂ : Profitabilitas X ₃ : Umur perusahaan X ₄ : <i>Leverage</i> Z : GCG <u>Metode Analisis:</u> Uji analisis regresi linier berganda | Menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan SR. Kemudian, untuk profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan SR. Untuk GCG, menemukan hasil bahwa proksi komite audit dan dewan komisaris dapat memediasi, sedangkan untuk proksi dewan direksi tidak dapat memediasi terhadap SR. |
| 2. | Adelia (2020) | <u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan SR X ₁ : Ukuran dewan komisaris <u>Metode Analisis:</u> Uji analisis regresi linier berganda | Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> (SR). |

(Dilanjutkan...)

(...lanjutan)

| No. | Nama | Variabel dan Metoda | Hasil |
|-----|-----------------------------------|--|---|
| 3. | Susanti & Alvita (2019) | <p><u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan SR X₁: Karakteristik perusahaan</p> <p><u>Metode Analisis:</u> Uji analisis regresi linier berganda</p> | Menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan <i>Sustainability Report</i> . Sedangkan likuiditas, <i>leverage</i> , rasio aktivitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan SR. |
| 4. | Suharyani, <i>et al.</i> , (2019) | <p><u>Variabel Penelitian:</u> Y: <i>sustainability report</i> X₁: Tekanan <i>stakeholder</i> X₂: <i>Corporate Governance</i></p> <p><u>Metode Analisis:</u> Uji analisis isi dan WarpPLS 6.0</p> | Menunjukkan hasil bahwa, tekanan <i>stakeholder</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan SR. Kemudian, untuk <i>Corporate Governance</i> berpengaruh positif signifikan juga terhadap kualitas laporan SR. |
| 5. | Orazalin & Mahmood (2018) | <p><u>Variabel Penelitian:</u> Y: <i>sustainability report</i> X₁: Profitabilitas X₂: Umur perusahaan X₃: SR mandiri X₄: Jenis auditor</p> <p><u>Metode Analisis:</u> Uji data panel</p> | Menunjukkan hasil bahwa umur perusahaan, jenis auditor dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan SR. Secara keseluruhan, hasilnya menunjukkan SR mandiri, umur perusahaan dan jenis auditor merupakan faktor utama dalam PT penyebaran informasi keberlanjutan dalam konteks Rusia. |

(Dilanjutkan...)

(...lanjutan)

| No. | Nama | Variabel dan Metoda | Hasil |
|-----|------------------------------------|--|---|
| 6. | Karaman, <i>et al.</i> , (2018) | <u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan SR X ₁ : Ukuran Perusahaan X ₂ : <i>Leverage</i> X ₃ :Kepemilikan Manajerial X ₄ : Pertumbuhan perusahaan X ₅ : Profitabilitas <u>Metode Analisis:</u> Uji Analisis regresi berganda | Menunjukkan hasil bahwa Ukuran perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> , Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan SR. Pertumbuhan perusahaan dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap SR. |
| 7. | Fuadah, <i>et al.</i> , (2018) | <u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan SR X ₁ : Ukuran dewan X ₂ : Ukuran Perusahaan X ₃ : <i>Leverage</i> X ₄ : Profitabilitas <u>Metode Analisis:</u> Uji analisis regresi berganda | Menunjukkan hasil bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laporan berkelanjutan. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laporan berkelanjutan. Namun, ukuran dewan dan profitabilitas tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan SR. |
| 8. | Bhatia & Tuli (2017) | <u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan SR X ₁ : Ukuran Perusahaan X ₂ : Profitabilitas X ₃ :Pertumbuhan Perusahaan X ₄ : <i>Leverage</i> X ₅ : Kategori perusahaan X ₆ : Umur perusahaan X ₇ : Kebangsaan perusahaan X ₈ : Ukuran dewan X ₉ : Dewan independen | Menunjukkan hasil bahwa Umur perusahaan, Tipe industri, Kebangsaan perusahaan, Dewan independen, ukuran dewan, dan daftar kategori perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan SR. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap SR. |

(Dilanjutkan...)

(...lanjutan)

| No. | Nama | Variabel dan Metoda | Hasil |
|-----|-------------------------------------|--|---|
| | | X ₁₀ : Intensitas pengiklanan X ₁₁ : Tipe industri <u>Metode Analisis:</u> Uji data panel | Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, <i>Leverage</i> , Intensitas pengiklanan, berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> . |
| 9. | Dissanayake, <i>et al.</i> , (2016) | <u>Variabel Penelitian:</u> Y: Pengungkapan SR X ₁ : Ukuran Perusahaan X ₂ : Kelompok Industri X ₃ : Umur perusahaan X ₄ : Pendapatan tahunan X ₅ : ROE <u>Metode Analisis:</u> Uji analisis regresi berganda | Menunjukkan hasil bahwa Ukuran perusahaan dan kelompok industri, dan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laporan berkelanjutan. Kemudian pendapatan tahunan dan ROE berpengaruh negatif terhadap laporan berkelanjutan. |

Sumber: Data diolah, 2021

2.11 Urgensi Penelitian

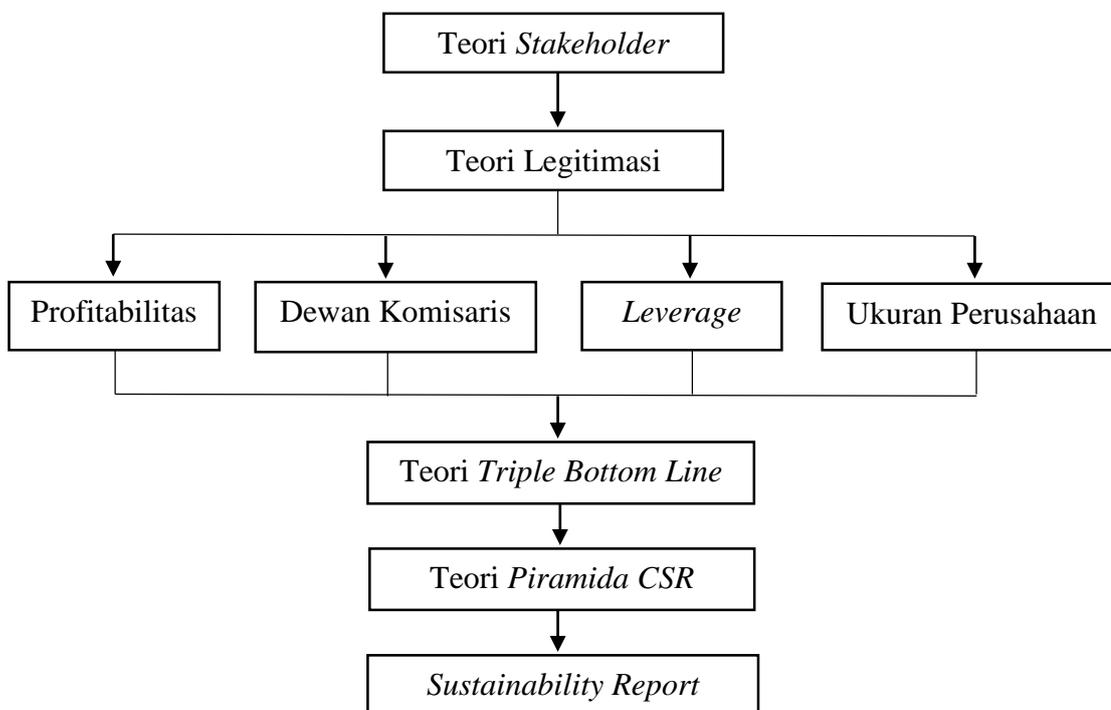
Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Orazalin & Mahmood (2018). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pembaharuan tahun penelitian yang digunakan dari tahun 2018--2019. Penelitian Orazalin & Mahmood (2018), menggunakan sampel industri minyak dan gas Rusia, sedangkan penelitian ini menggunakan sampel sektor pertambangan di Indonesia. Pemilihan periode penelitian berdasarkan isu terbaru dari *sustainability report*, yang mewajibkan setiap perusahaan untuk menyusun

pelaporan tersebut. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori tambahan yaitu teori piramida *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan teori *stakeholder*.

Terdapat perbedaan juga pada variabel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu menggunakan 4 variabel independen diantaranya adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan dewan komisaris. Sedangkan, jurnal acuan menggunakan variabel independen yang terdiri dari indikator pelaporan mandiri, kemampuan finansial, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, usia perusahaan, dan audit eksternal. Penggunaan variabel independen dalam penelitian ini sesuai dengan penemuan gap atau perbedaan hasil dari setiap penelitian sebelumnya, serta menyesuaikan saran dari penelitian-penelitian sebelumnya.

2.12 Rerangka Teoretis

Berikut merupakan gambar rerangka teoretis dalam penelitian ini.

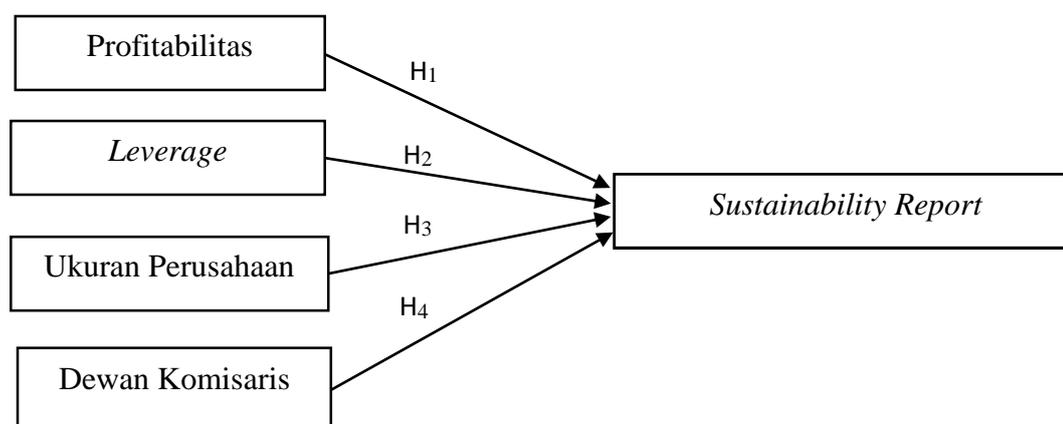


Gambar 4. Rerangka Teoretis

Sumber: Data diolah, 2021

2.13 Desain Penelitian

Desain penelitian ini dapat dilihat dari lima variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dewan komisaris, dan *Sustainability Report*. Sehingga, dapat digambarkan desain penelitian sebagai berikut.



Gambar 5. Desain Penelitian

Sumber: Data diolah, 2020

2.14 Hipotesis Penelitian

2.14.1 Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang digunakan sebagai alat ukur perusahaan dalam menilai keefektifan kinerja perusahaan. Profitabilitas digunakan sebagai indikator kinerja para manajemen dalam mengelola aset dengan melihat laba yang di hasilkan dalam periode tertentu. Selain untuk melihat laba yang dihasilkan, profitabilitas mampu digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan perkembangan bisnis serta memperkuat kondisi keuangan. Selain membutuhkan informasi mengenai pendapatan perusahaan, pemegang saham juga membutuhkan informasi sejauh mana perusahaan dapat membiayai seluruh

kegiatannya baik eksternal maupun internal, termasuk kegiatan SR. Pengukuran profitabilitas menggunakan rasio *return on asset* (ROA), untuk mengetahui perusahaan menghasilkan keuntungan dari setiap penjualan atau mengukur presentase laba bersih. Jadi, dengan melihat nilai ROA yang tinggi maka keadaan kinerja perusahaan baik. Semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan, maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang terperinci termasuk hal pengungkapan SRnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah, *et al.*, (2017) dan Orazalin & Mahmood (2018), menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis pertama sebagai berikut.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

2.14.2 Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

Dengan melihat *leverage* akan menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan, yang menjelaskan variabel seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Menurut Sembiring (2005), menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi, berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya sendiri. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi membuat manajemen perusahaan memfokuskan pada peningkatan laba, dan luasnya pengungkapan tanggungjawab sosial dikurangi demi meminimalisir perhatian *debtholder*.

Pendapat ini didukung oleh Bhatia & Tuli (2017) dan Susanti & Alvita (2019), membuktikan berpengaruh negatif, yang berarti semakin besar *leverage* akan menyusutkan pengungkapan informasi SR untuk menghindari *debtholders*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis kedua sebagai berikut.

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

2.14.3 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

Karakteristik perusahaan berkaitan dengan struktur perusahaan dan ukuran perusahaan yang mampu menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar yang besar maka ukuran perusahaan juga semakin besar. Dalam menilai ukuran perusahaan, total aset sering digunakan untuk melihat besar atau kecil perusahaan tersebut. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak terkait hal-hal dan aktivitas yang dilakukan perusahaan, daripada perusahaan kecil yang memiliki keterbatasan dalam sistem pelaporannya. Dikarenakan perusahaan besar akan mendapat risiko yang lebih besar, sehingga mendapat tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial yang luas dibandingkan perusahaan kecil.

Pendapat ini didukung oleh Karaman, *et al.*, (2018), Khafid, *et al.*, (2015), dan Bhatia & Tuli (2017) membuktikan berpengaruh positif, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan akan meningkatkan luasnya pengungkapan informasi SR. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut.

**H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan
*Sustainability Report***

2.14.4 Pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

Dewan komisaris merupakan organ perseroan yang secara kolektif bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberikan nasehat kepada direksi. Secara umum, total dewan komisaris semakin banyak, maka akan semakin mudah dilakukan pengawasan, pengendalian CEO, serta tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk melakukan pengungkapan. Perusahaan dengan jumlah dewan komisaris besar maka akan mempermudah pengungkapan SR yang lebih luas, karena pengungkapan SR yang luas mampu mengurangi masalah keagenan dan asimetri informasi yang kemungkinan terjadi. Dengan luasnya pengungkapan SR akan sangat membantu para investor untuk mengendalikan kegiatan perusahaan dan membantu dalam pengambilan keputusan.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Adelia (2020) dan Fuadah, *et al.*, (2018), yang membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif, yang berarti bahwa jika ukuran dewan komisaris besar, maka pengungkapan SR akan lebih luas dan terperinci. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis keempat sebagai berikut.

**H4: Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan
*Sustainability Report***