

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Stanford Research Institut (SRI) adalah lembaga yang pertama kali menggunakan konsep *stakeholder*. Lembaga ini mendefinisikan *stakeholders* sebagai kelompok yang mampu memberikan dukungan terhadap keberadaan sebuah organisasi. *Stakeholder* adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization* (Luk, Yau, Tse, Alan, Sin, Leo, dan Raymond, dalam Nor Hadi. 2011 : 93). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan .

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*Shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut

tanggung jawab sosial (*Social responsibility*). Fenomena seperti ini terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002) dalam buku Nor Hadi (2011:93). Untuk itu, tanggungjawab perusahaan yang semula hanya di ukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal. Selain itu, Jones, Thomas, dan Andrew (1999) dalam Nor Hadi (2011:94) menyatakan bahwa pada hakikatnya *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi, antara lain :

- 1) *The corporation has relationship many constituency groups (stakeholders) that effect and are affected by its decisions.*
- 2) *The theory is concerned with nature of these relationship in terms of both processes and outcomes for the firm and its stakeholder.*
- 3) *The interest of all (legitimate) stakeholder have intristic value, and no set of interest is assumed to dominate the others.*
- 4) *The theory focuses on managerial decission making.*

Perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam, dalam Nor Hadi. 2011: 94-95). Dalam pengambilan keputusan, para *stakeholder* membutuhkan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terkait dengan aktivitas yang telah dilakukan. Perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan informasi

yang berintegritas, agar para *stakeholder* tetap menaruh kepercayaan terhadap perusahaan. Menurut sifatnya pengungkapan informasi dibagi menjadi dua, yaitu wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*). Pengungkapan informasi yang bersifat wajib adalah laporan keuangan, informasi ini dibutuhkan oleh *stakeholder* yang mempengaruhi maupun yang dipengaruhi oleh kegiatan ekonomi perusahaan. Sedangkan pengungkapan yang bersifat sukarela dibutuhkan oleh *stakeholder* yang berpengaruh maupun tidak berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi perusahaan.

Laporan sukarela yang sedang berkembang saat ini adalah *sustainability report* (laporan keberlanjutan). Melalui pengungkapan *sustainability report* (pengungkapan sosial dan lingkungan) perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih cukup dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.

2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan faktor strategi bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan untuk ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang semakin maju. *Legitimacy theory* menjelaskan bahwa organisasi secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan *legitimasi*. Berdasarkan teori ini,

perusahaan dapat beroperasi dengan izin masyarakat, dimana izin tersebut tidak bersifat tetap sehingga perusahaan harus dapat beradaptasi terhadap keinginan dan tuntutan masyarakat.

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) dalam buku Nor Hadi (2011:87) *legitimasi* organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat . Dengan demikian , *legitimasi* merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Teori *legitimasi* menegaskan bahwa perusahaan, terus berupaya untuk memastikan jika operasi perusahaan yang dilakukan masuk dalam bingkai dan norma masyarakat atau lingkungan perusahaan berada (Imam dan Sekar, 2014:5).

Perusahaan dapat dikatakan telah mendapatkan legitimasi apabila keberadaan dan kinerjanya telah mendapat status dari masyarakat atau lingkungan dimana mereka beroperasi (Imam dan Sekar, 2014). Pengungkapan atas tanggung jawab sosial perusahaan juga harus diolah dengan baik agar dapat diterima oleh masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan dalam pencapaian tujuannya guna keberlangsungan hidup perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh kenyataan bahwa eksistensi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh *legitimasi* itu sendiri sehingga berbagai macam cara dilakukan oleh

perusahaan untuk mencapainya (Sakina, 2014:40). Perusahaan juga harus mengevaluasi nilai-nilai sosialnya dengan menyesuaikan nilai sosial yang ada. Hal tersebut yang membuat konsep *legitimasi* menjadi sangat penting dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang menyangkut dengan organisasi sosial, komunitas masyarakat dan lingkungan sangat diperlukan. Perusahaan dapat mengungkapkan informasi tersebut dalam *sustainability report* sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik. Tujuannya untuk mendapatkan *legitimasi* masyarakat dan menjelaskan bagaimana dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan.

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Definisi Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin rinci informasi yang disampaikan manajer dalam memberikan informasi kepada para *stakeholder*, hal ini berguna untuk meyakinkan *stakeholder* perusahaan. Beberapa penelitian mengungkapkan adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan, dan merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Fauzan : 2012). Menurut Kasmir (2013:114) :

“*Rasio Profitabilitas* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.”

Sartono (2010:122) menyatakan bahwa: “Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, assets maupun laba bagi modal sendiri”. Jati (dalam Suryono dan Prastiwi, 2011) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kebebasan dan fleksibilitas yang diberikan kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara luas kepada para pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas maka akan semakin tinggi pula luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing antar perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profit tinggi, cenderung akan membuka cabang atau lini baru sehingga dapat memperbesar keuntungan investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya.

2.1.3.2 Tujuan Penggunaan Profitabilitas

Tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2012:197):

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

2.1.3.3 Manfaat Penggunaan Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Sementara itu manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas menurut Kasmir (2012:198) adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
2. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
3. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan laba sendiri.
4. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.3.4 Metode Pengukuran Profitabilitas

Ada beberapa rumus yang biasa dipergunakan untuk mengukur rasio *profitabilitas* . (Martono dan Harjito, 2010:59), sebagai berikut:

1. *Gross profit margin*
2. *Net profit margin*
3. *Return on investment* atau *return on assets* dan
4. *Return on equity*.

1. *Gross Profit Margin*

Merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih. Rumus yang digunakan untuk menghitung *gross profit margin*:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

2. *Net Profit Margin*

Margin laba bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan penjualan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

3. *Return On Investment atau Return On Assets*

Rasio ROI atau ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva (*assets*) yang dipergunakan .

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

4. *Return On Equity*

Return on Equity (ROE) atau sering disebut Rentabilitas Modal Sendiri dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Rasio *profitabilitas* digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio *profitabilitas* yang sering digunakan yaitu

Return on Assets (ROA), Return on Investment (ROI), Return on Equity (ROE), Gross Profit Margin dan Net Profit Margin.

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu diketahui. Hery (2016:193).

Dari semua rasio profitabilitas, penulis hanya akan menggunakan rasio *Return On Asset (ROA)*, karena mengacu pada profitabilitas (*profitability*) dan efisiensi operasional (*operational efficiency*). ROA sering digunakan untuk membandingkan performa bisnis dibandingkan kompetitor dan industri sejenis. ROA dihitung dengan cara : Penghasilan bersih / total aset. Dimana total aset adalah gabungan antara utang (*liability*) dan modal (*equity*).

2.1.4 Leverage

2.1.4.1 Definisi Leverage

Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini juga menyangkut struktur keuangan perusahaan, struktur keuangan adalah bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya. Biasanya, aktivitas perusahaan didanai dengan hutang jangka pendek dan modal pemegang saham. *Leverage* adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya yang dapat diperoleh melalui pihak ketiga yaitu pihak selain investor jika perusahaan tersebut dilkuidasi (Hadaningsih 2007) dalam (Hasanah dkk

2014:14). Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang (Kasmir, 2010:113). Tingkat *leverage* yang tinggi berarti perusahaan mempunyai proporsi utang yang besar. Semakin besar utang perusahaan , maka akan semakin besar pula resiko yang dihadapi oleh investor sehingga investor akan meminta keuntungan yang lebih tinggi.

Menurut Fahmi (2010:179) “Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *solvabilitas* atau *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang bila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Sartono (2010:120) mengatakan bahwa: “Financial *leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya”. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut.

2.1.4.2 Tujuan Penggunaan rasio *leverage*

Berikut ini ada beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* menurut Kasmir (2012:153), yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. untuk menilai seberapa besae pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

2.1.4.3 Manfaat Penggunaan Rasio *Leverage*

Manfaat rasio solvabilitas atau *leverage* ratio menurut Kasmir (2012:154)

adalah:

1. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.1.4.4 Metode Pengukuran *Leverage*

Ada beberapa rumus yang biasa dipergunakan untuk mengukur rasio

Leverage, Fahmi (2010:155) :

1. *Debt to Asset Ratio*
2. *Debt to Equity Ratio*
3. *Long Term Debt to Equity Ratio*
4. *Time Interest Earned Ratio*
5. *Fixed Charge Coverage*

1. “*Debt to Asset Ratio* (Debt Ratio)

Merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau sebagian besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rumusan untuk mencari *debt to asset ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Total Asset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rumus untuk mencari *debt to equity ratio* :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Modal}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Time Interest Earned Ratio*

Menurut J. Fred Weston *Time Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C. Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*. Jumlah kali perolehan bunga atau *time interest earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Secara umum semakin tinggi rasio, semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar bunga pinjaman dan dapat menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru dari kreditor. Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Rumus untuk menghitung *time interest earned ratio*:

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

5. *Fixed Charge Coverage*

Fixed charge coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Rumus untuk menghitung *fixed charge coverage* adalah:

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT+Bunga+Kewajiban Sewa/Lease}}{\text{Bunga + Kewajiban Sewa/Lease}}$$

Dari semua rasio *leverage*, penulis hanya akan menggunakan rasio *Debt to Asset Ratio* karena rasio ini menunjukkan sejauh mana utang dapat ditutupi oleh aktiva lebih besar rasionya lebih aman (*solvable*). Rasio ini mengukur berapa besar aktiva yang dibiayai oleh kreditor. Semakin tinggi debt rasio semakin besar jumlah

modal pinjaman yang digunakan di dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, karyawan yang banyak, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, dan struktur kepemilikan yang lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, kompleksitas dan dasar kepemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil sehingga perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Suryono dan Prastiwi, 2011). Menurut Fery dan Jones dalam Widiyanto (2011) mengenai ukuran perusahaan : “Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva.”

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan

informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Ukuran perusahaan dapat diukur dari aset yang dimiliki perusahaan. Aset adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha di kemudian hari. Perusahaan yang besar, umumnya memiliki jumlah aset yang besar pula.. Menurut Lech (2013: 57) ukuran perusahaan dapat ditunjukkan dengan total asset, jumlah pegawai dan total penjualan .Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dapat dilihat dari total aset . Aset atau aktiva adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha dikemudian hari. Aset adalah manfaat ekonomi dimasa depan yang mungkin diperoleh di masa depan, atau dikendalikan oleh perusahaan tertentu sebagai hasil transaksi atau kejadian masa lalu, Kieso, et al (2008, h.193). Total aset adalah keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar.

2.1.5.2 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Widiyanto (2011) ukuran perusahaan dapat diukur dengan log of total assets. Log of total assets ini digunakan untuk mengurangi perbedaan

signifikan antara ukuran perusahaan yang besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Log of Total Aset}$$

2.1.6 *Corporate Governance*

2.1.6.1 *Definisi Corporate Governance*

Dalam dunia bisnis, praktik *corporate governance* telah menjadi hal utama dan menjadi pusat perhatian para manajer. Istilah “*corporate governance*” pertama kali diperkenalkan oleh *Cadbury Committee*, Inggris di tahun 1992 yang menggunakan istilah tersebut dalam laporannya dan kemudian dikenal sebagai *Cadbury Report*. *Forum for Corporate Governance in Indonesia-FCGI* (2006) mengambil definisi *Corporate Governance* dari *Cadbury Committee of United Kingdom* dalam Soekrisno Agoes (2013:101) yang apabila diterjemahkan adalah:

“...seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan”.

Corporate governance menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah:

“*Corporate Governance is the system by which business corporation are directed and controlled. The corporate governance structure specific the distribution of the right an responsibilities among different participants in the corporation such as board, manager, shareholders, and other*

stakeholders, and spells put the rules and procedures for making decisions on corporate affairs. By doing this, it also provide the structure through wich the company objectives are set, and the means of attaining those objectives and monitoring performance.”

Definisi tersebut dapat diartikan bahwa *corporate governance* membahas mengenai suatu sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang digunakan untuk mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan sehingga dapat mendorong kinerja perusahaan untuk bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. *Corporate governance* mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan, dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan. Inti dari *corporate governance* adalah memastikan pihak-pihak yang berperan dalam perusahaan melaksanakan tugasnya sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya.

Kebijakan mengenai tata kelola perusahaan pada masa mendatang harus memperhatikan kebutuhan para *stakeholder*. Pengungkapan yang sedang menjadi trend saat ini adalah pengungkapan tidak hanya sebatas dari aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Pengungkapan tersebut dikenal dengan *sustainability report* atau laporan keberlanjutan yang berdasarkan triple bottom line yang direkomendasikan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai pengukuran *corporate governance* terhadap *sustainability report* dewan komisaris independen.

2.1.6.2 Dewan Komisaris Independen

Salah satu prinsip *Corporate Governance* menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah menyangkut peranan dewan komisaris. Bentuk dewan komisaris tergantung pada sistem hukum yang dianut. Terdapat dua sistem hukum yang berbeda, yaitu:

1. Sistem satu tingkat atau *one tier system*

Sistem satu tingkat berasal dari sistem hukum Anglo Saxon. Pada sistem satu tingkat, perusahaan mempunyai satu dewan direksi yang merupakan kombinasi antara manajer atau pengurus senior (direktur eksekutif) dan direktur independen yang bekerja dengan prinsip paruh waktu (non direktur eksekutif). Negara-negara yang menerapkan sistem ini adalah Amerika Serikat dan Inggris.

2. Sistem dua tingkat atau *two tier system* (FCGI, 2001).

Sistem dua tingkat berasal dari sistem hukum kontinental Eropa. Pada sistem dua tingkat, perusahaan mempunyai dua badan terpisah, yaitu dewan pengawas (dewan komisaris) dan dewan manajemen (dewan direksi). Dewan direksi bertugas mengelola dan mewakili perusahaan sesuai dengan pengarahan dan pengawasan dewan komisaris. Dewan direksi diangkat dan setiap waktu dapat diganti oleh badan pengawas (dewan komisaris). Tugas utama dewan komisaris adalah bertanggungjawab mengawasi tugas-tugas

manajemen. Indonesia termasuk negara yang mengadopsi sistem dua tingkat ini.

Dewan komisaris bertugas dan bertanggung jawab untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan GCG sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 yang menjelaskan bahwa komisaris bertugas mengawasi kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi. Pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris adalah dengan menilai tindakan yang dilakukan oleh direksi apakah sesuai dengan pedoman atau kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika terjadi penyimpangan perlu dilakukan tindakan untuk memperbaikinya. Untuk dapat melakukan penilaian tersebut harus tersedia sumber informasi yang diperlukan.

Dalam keanggotan dewan komisaris terdapat komisaris independen. Keberadaan komisaris independen akan membantu dalam memberikan pengawasan dan pengendalian terhadap jalannya perusahaan dalam penerapan *corporate governance* apakah telah berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Komisaris independen adalah dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi

kemampuannya untuk bertindak independen atau semata-mata untuk kepentingan masyarakat (KNKG,2006:29).

Dalam Pedoman umum *Good Corporate Governance* (2006:13) pengertian komisaris independen adalah:

“Anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan.”

Menurut Pohan (2008) dalam Annisa dan Kurniasih (2012) komisaris independen didefinisikan sebagai:

“Seorang yang tidak terafiliasi dalam segala hal dengan pemegang saham pengendali, tidak memiliki hubungan afiliasi dengan direksi atau dewan komisaris serta tidak menjabat sebagai direktur pada suatu perusahaan yang terkait dengan perusahaan pemilik menurut peraturan yang dikeluarkan oleh BEI, jumlah komisaris independen proporsional dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham yang tidak berperan sebagai pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya tiga puluh persen (30%) dari seluruh anggota komisaris, disamping hal itu komisaris independen memahami undang-undang dan peraturan tentang pasar modal serta diusulkan oleh pemegang saham yang bukan merupakan pemegang saham pengendali dalam Rapat Umum Pemegang Saham.”

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa komisaris independen adalah komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau dengan cara lain yang berhubungan langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan.

Menurut Surya dan Yustivandana (2006) dalam Ratnasari (2011), komisaris independen bersama dewan komisaris memiliki tugas-tugas utama meliputi

1. Menilai dan mengarahkan strategi perusahaan, garis-garis besar rencana kerja, kebijakan pengendalian risiko, anggaran tahunan dan rencana usaha; menetapkan sasaran kerja; mengawasi pelaksanaan dan kinerja perusahaan; serta memonitor penggunaan modal perusahaan, investasi, dan penjualan aset. Tugas ini terkait dengan tanggung jawab serta mendukung usaha untuk menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen (*accountability*);
2. Menilai sistem penetapan penggajian pejabat pada posisi kunci dan penggajian anggota Dewan Direksi, serta menjamin suatu proses pencalonan anggota Dewan Direksi yang transparan (*transparency*) dan adil (*fairness*);
3. Memonitor dan mengatasi masalah benturan kepentingan pada tingkat manajemen, anggota Dewan Direksi dan anggota Dewan Komisaris, termasuk penyalahgunaan asset dan manipulasi transaksi perusahaan. Tugas ini memberikan perlindungan terhadap hak-hak para pemegang saham (*fairness*);
4. Memonitor pelaksanaan *governance*, dan melakukan perubahan jika diperlukan;
5. Memantau proses keterbukaan dan efektivitas komunikasi dalam perusahaan untuk menyediakan tersedianya informasi yang tepat waktu dan jelas.

2.1.6.3 Metode Pengukuran Dewan Komisaris Independen

Menurut Sari (2013), proporsi komisaris independen diukur berdasarkan persentase jumlah dewan komisaris independen terhadap jumlah total dewan komisaris yang ada. Pengukuran ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris yang ada}} \times 100\%$$

2.1.7 *Sustainability Report*

2.1.7.1 **Pembangunan Keberlanjutan (*Sustainable Development*)**

Brutland report merupakan suatu dokumen awal yang membahas mengenai konsep awal dari *sustainability*. Dokumen tersebut membahas mengenai dua masalah utama yakni pembangunan dan lingkungan. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai kebutuhan versus sumber daya, atau sebagai jangka panjang versus jangka pendek. Pengertian *sustainability* yang diadopsi dari United Nations (dalam *Agenda for Development*) yakni pembangunan yang wawasan multidimensional dalam mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi.

Pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan terhadap lingkungan akan saling tergantung dan memperkuat komponen-komponen yang ada pada pembangunan berkelanjutan Adapun tujuan dari *sustainable development* adalah menyeimbangkan antara dua kepentingan sekaligus, yaitu pembangunan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Dua tujuan ini saling mendukung dan tidak dapat berdiri sendiri. *Sustainable development* tercapai ketika perusahaan telah berpijak dalam konsep *triple bottom line*.

Pembangunan yang sekarang sedang marak adalah pembangunan yang hanya bersifat sementara. Dengan tuntutan globalisasi, Indonesia mengikuti perkembangan jaman tanpa melihat prospek kedepan. Perkembangan masyarakat yang serba instan dan asal jadi, budaya konsumtif telah mendarah daging pada

sebagian besar masyarakat Indonesia. Sedang sebenarnya, hakikat pembangunan adalah pembangunan yang berkelanjutan yang tidak parsial, instan dan pembangunan kulit. Maka, dengan adanya konsep *Sustainable Development* yang kemudian disebut SD akan berusaha memberikan wacana baru mengenai pentingnya melestarikan lingkungan alam demi masa depan, generasi yang akan datang.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) berbeda dengan laporan keuangan. Selain sebagai pendukung pembangunan berkelanjutan, laporan ini diungkapkan sebagai bentuk komitmen perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan berada. *Sustainability report* menjadi media informasi bagi para *stakeholder* internal maupun eksternal untuk menilai apakah manajemen suatu perusahaan sudah menjalankan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya. Jadi, adanya *sustainability report* sebagai pelengkap laporan keuangan perusahaan sangatlah penting bagi para *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri.

Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun negatif terhadap lingkungan, masyarakat dan ekonomi. Pelaporan keberlanjutan merupakan proses yang membantu organisasi dalam menetapkan sasaran, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan terhadap

ekonomi global berkelanjutan. Pelaporan keberlanjutan merupakan salah satu yang menggabungkan *profitabilitas* jangka panjang dan tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap lingkungan.

Menurut GRI (2006), pelaporan keberlanjutan dapat menjadi platform untuk menyampaikan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial dan tata kelola organisasi, yang menunjukkan dampak positif dan negatif. Aspek yang dianggap penting oleh organisasi, terkait dengan harapan dan kepentingan para pemangku kepentingan, mendukung pelaporan keberlanjutan. Pemangku kepentingan dapat mencakup mereka yang berinvestasi pada organisasi serta mereka yang memiliki hubungan lain dengan organisasi. Pelaporan keberlanjutan membantu organisasi untuk menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan dalam rangka membuat operasi mereka lebih berkelanjutan.

Sebagai awal munculnya konsep pembangunan berkelanjutan adalah karena perhatian kepada lingkungan. Terutama sumber daya alam yang tidak bisa diperbaharui sedang eksploitasi terhadapnya dilakukan terus menerus. Pengertian dari tidak mengurangi dan mengorbankan kebutuhan generasi yang akan datang adalah pembangunan yang dilakuakn dimasa sekarang itu jangan sampai merusak lingkungan, boros terhadap SDA dan juga memperhatikan generasi yang akan datang. Generasi yang akan datang juga jangan terlalu dimanjakan dengan tersedianya semua fasilitas. Tetapi mereka juga harus di beri kesempatan untuk

berekspresi menuangkan ide kreatifnya untuk mengolah dan mengembangkan alam dan pembangunan.

Dari berbagai pengertian pembangunan berkelanjutan diatas dapat disimpulkan bahwa pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah sebuah upaya pembangunan yang meliputi aspek ekonomi, sosial, lingkungan bahkan budaya untuk kebutuhan masa kini tetapi tidak mengorbankan atau mengurangi kebutuhan generasi yang akan datang. Meliputi aspek ekonomi, pembangunan berkelanjutan berkaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi dan bagaimana mencari jalan untuk memajukan ekonomi dalam jangka panjang, tanpa menghabiskan modal alam. Namun konsep “pertumbuhan ekonomi” itu sendiri bermasalah, karena sumberdaya bumi itu sendiri terbatas.

Aspek sosial, maksudnya pembangunan yang berdimensi pada manusia dalam hal interaksi, interrelasi dan interdependensi. Yang erat kaitannya juga dengan aspek budaya. Tidak hanya pada permasalahan ekonomi, pembangunan berkelanjutan untuk menjaga keberlangsungan budaya dari sebuah masyarakat supaya sebuah masyarakat tetap bisa eksis untuk menjalani kehidupan serta mempunyai sampai masa mendatang.

Pembangunan berkelanjutan merupakan konsep yang ambigu, dimana pandangan yang luas berada di bawah naunganya. konsep ini memasukkan pemahaman keberlanjutan lemah, keberlanjutan kuat, dan ekologi mendalam.

konsep yang berbeda juga menunjukkan tarik ulur yang kuat antara eko (lingkungan) sentrisme dan antropo (manusia) sentrisme. Oleh karena itu konsep ini lemah didefinisikan dan mengundang debat panjang mengenai definisinya.

2.1.7.2 Konsep *Triple Bottom Line*

Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang memperhatikan dan mengukur performa tidak hanya dari sudut finansial saja tetapi juga dari sudut lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan. Perusahaan dituntut oleh berbagai pihak dari *stakeholder* untuk lebih transparansi dan akuntabel dalam kegiatan yang berhubungan dengan *sustainable* perusahaan. Menurut Warsono dkk (2009:32), istilah Triple Bottom Line dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997. Perusahaan juga dituntut untuk tidak hanya fokus pada pencapaian profit, namun juga fokus pada *people* dan *planet*. Ketiga hal ini sering disebut dengan *triple bottom line*.

1. *Profit*

Setiap perusahaan pasti bertujuan untuk mendapatkan profit. Perusahaan dapat berkelanjutan jika mendapatkan profit secara terus menerus. Dengan profit yang didapatkan perusahaan, perusahaan dapat tetap *going concern*. Namun dalam kenyataannya, saat ini perusahaan tidak dapat *going concern* hanya dengan mengedepankan profit saja, namun juga *people* dan *planet* yang

terlibat dalam proses dan dampak atas aktivitas perusahaan yang sering dilalaikan oleh perusahaan.

2. *People*

Perusahaan memerlukan *people* baik investor, karyawan, supplier, konsumen, masyarakat, maupun lembaga masyarakat. Perusahaan memerlukan investor untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan. Untuk menarik para investor, perusahaan harus dapat memenuhi keinginan investor dan memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi agar para investor tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Karyawan sebagai pendukung proses produksi memerlukan perhatian perusahaan atas pengelolaan lingkungan kerja yang baik. Karyawan memerlukan perhatian atas gaji, pelatihan, pendidikan, dan jaminan-jaminan. Mengelola hubungan yang baik dengan supplier, konsumen, dan masyarakat sekitar dapat meningkatkan pencitraan baik bagi perusahaan.

Perusahaan yang memiliki hubungan yang baik dengan supplier dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan keterikatan sehingga dapat memperlancar proses pemesanan bahan baku dan pelunasan utang dagang. Hubungan yang baik perusahaan dengan konsumen serta kualitas produk yang baik dapat berdampak pada tingkat loyalitas konsumen terhadap produk-produk perusahaan. Semakin baik hubungan perusahaan dengan konsumen maka akan

semakin loyal konsumen tersebut terhadap perusahaan karena merasa diperhatikan dan terlibat dalam kegiatan yang diadakan perusahaan.

Perusahaan dan masyarakat sekitar harusnya dapat berhubungan dengan baik. Kegiatan operasi perusahaan dengan pengelolaan yang tidak baik dapat mengganggu masyarakat sekitar, masyarakat sekitar yang terusik akan melakukan protes yang dapat menghambat kegiatan operasional perusahaan. Dengan pencitraan baik, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan yang berlipat. Dengan perusahaan fokus terhadap lingkungan sekitar, berbagai lembaga masyarakat yang peduli terhadap lingkungan hidup akan mendukung kegiatan dan keberlangsungan perusahaan.

3. *Planet*

Perusahaan juga harus memperhatikan *planet* (lingkungan) karena perusahaan dapat beroperasi dengan mengambil sumber daya alam yang ada di dalamnya. Perusahaan yang menggunakan sumber daya alam secara serampangan dapat menyebabkan menipisnya SDA yang ada. Rusaknya lingkungan tidak hanya disebabkan penggunaan SDA secara serampangan, namun juga karena tercemarnya lingkungan sebagai akibat dari kurangnya kemampuan perusahaan untuk mengolah limbah dari kegiatan operasional perusahaan. Kerusakan lingkungan yang berimbas pada ketersediaan SDA sebagai bahan baku produk dapat menurunkan pendapatan perusahaan.

Perusahaan harus dapat menggunakan SDA dengan efisien yang memastikan ketersediaan SDA untuk generasi selanjutnya dan mengolah limbah dengan efektif agar lingkungan sekitar tidak tercemar.

2.1.7.3 Definisi *Sustainability Report*

Menurut Fauzan (2012) *sustainability report* berarti laporan yang memuat tidak saja informasi kinerja keuangan, tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*). *Sustainability report* adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan terhadap para *stakeholder* (GRI,2006: 3). Menurut Daly dalam Suryono (2011) *sustainability* merupakan suatu keadaan yang dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang tidak terbatas. Menurut Effendi (2009:109), laporan keberlanjutan adalah:

“Laporan keberlanjutan (*sustainable report*) yaitu suatu laporan yang bersifat nonfinansial yang dapat dipakai sebagai acuan oleh perusahaan untuk melihat pelaporan dari dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan”. Dari pernyataan ini diusulkan tiga kaidah operasional dalam mendefinisikan keadaan dari *sustainability*:

1. “Sumber daya alam yang dapat diperbarui seperti ikan, tanah, dan air harus digunakan tidak lebih cepat dari waktu yang dibutuhkan sumber daya alam tersebut untuk diperbarui kembali;

2. Sumber daya alam yang tidak diperbarui seperti bahan bakar dari fosil dan mineral harus digunakan tidak lebih cepat dari kemampuan sumber daya alam yang dapat diperbarui untuk menggantikannya;
3. Polusi dan sampah harus dikeluarkan tidak lebih cepat daripada kemampuan alam untuk menyerapnya, mendaur ulangnya, atau bahkan memusnahkannya.”

Global reporting Initiative (GRI) merupakan salah satu organisasi internasional yang berpusat di Amsterdam Belanda. Aktivitas utamanya difokuskan kepada pencapaian transparansi dan pelaporan suatu perusahaan melalui pengembangan standard an pedoman pengungkapan *sustainability report* (Imam dan Sekar,2014:6). *Sustainability report* yang disusun berdasarkan Kerangka Pelaporan GRI mengungkapkan keluaran dan hasil yang terjadi dalam satu periode tertentu. Pelaporan *sustainability report* dibagi menjadi tiga komponen (Alkington(1997) dalam Fauzan, 2012:2) yaitu : Kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan.

2.1.7.4 Manfaat *Sustainability Report*

GRI mempromosikan dan mengembangkan pendekatan standarisasi pelaporan tersebut untuk menanggapi permintaan terhadap informasi yang terdapat pada *sustainability report* yang akan menguntungkan pelaporan perusahaan dan kepada yang menggunakan informasi laporan sejenis. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (www.oecd.org) manfaat yang didapat dari *sustainability report* antara lain :

1. *Sustainability report* memberikan informasi kepada *stakeholder* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi.
2. *Sustainabilty report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan loyalitas konsumen jangka panjang.
3. *Sustainability report* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
4. *Sustainability report* dapat digunakan sebagai stimulasi leadership thinking dan performance yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. *Sustainability report* dapat mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial.
6. *Sustainability report* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.

7. *Sustainability report* membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan

2.1.7.5 Pengungkapan *Sustainability Report*

Pengungkapan informasi sosial perusahaan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan *sustainability report*. Dimana masih belum ada peraturan yang mewajibkan pengungkapan *sustainability report* di Indonesia. Hal ini jelas berbeda dengan negara-negara di Eropa, dimana praktik pengungkapan *sustainability report* telah diwajibkan untuk semua sektor perusahaan. Sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (revisi 1998) paragraf kesembilan:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna yang memegang peranan penting.”

Berdasarkan PSAK No.1 (revisi 1998) tersebut, maka perusahaan diharapkan untuk dapat mengungkapkan segala informasi yang berkaitan dengan tindakan sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Hal tersebut diperkuat dengan Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, ketentuan yang dimaksud termuat dalam pasal 74 (1) yang berbunyi: ”Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber

daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan“. Dalam kaitannya dengan *sustainability development*, tidak hanya ada isu tunggal saja yang terdapat di dalamnya melainkan isu ekonomi, isu sosial serta isu lingkungan.

Sebagian besar bentuk pengungkapan *sustainability report* perusahaan diungkapkan melalui website perusahaan, dengan media ini siapa saja dapat mengakses sehingga mereka mengetahui bagaimana bentuk tanggung jawab yang telah dilakukan perusahaan. Berdasarkan pengamatan *sustainability report* mengandung narrative text, foto, tabel dan grafik yang memuat penjelasan mengenai pelaksanaan *sustainability* perusahaan.

Sustainability reporting dapat didesain oleh manajemen sebagai cerita retoris untuk membentuk image (pencitraan) pemakainya melalui pemakaian *narrative text* . Menurut Sari (2013), untuk mendukung adanya pembangunan berkelanjutan, *sustainability report* digunakan sebagai salah satu media informasi perusahaan kepada *stakeholder* internal maupun eksternal untuk menilai apakah manajemen suatu perusahaan menjalankan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya

2.1.7.6 Prinsip-Prinsip *Sustainability Report*

Sustainability report sebagai pelengkap laporan keuangan perusahaan sangatlah penting bagi para *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri. Adapun prinsip-prinsip menurut GRI (2006) adalah sebagai berikut:

1. Keseimbangan
Sustainability report sebaiknya mengungkapkan aspek positif dan negatif dari kinerja perusahaan untuk dapat memungkinkan penilaian yang masuk akal terhadap keseluruhan kinerja.
2. Dapat Diperbandingkan
Sustainability report berisi isu-isu dan informasi yang ada sebaiknya dipilih, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten. Informasi tersebut harus disajikan dengan seksama sehingga memungkinkan para stakeholder untuk menganalisis perubahan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu.
3. Kecermatan
Informasi yang dilaporkan dalam *sustainability report* harus cukup akurat dan rinci sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja perusahaan.
4. Ketepatan Waktu
Pelaporan *sustainability report* tersebut harus terjadwal serta informasi yang ada harus selalu tersedia bagi para *stakeholder* ketika dibutuhkan dalam mengambil kebijakan.
5. Kesesuaian
Informasi yang diberikan dalam *sustainability report* harus sesuai dengan pedoman dan dapat dimengerti serta dapat diakses oleh stakeholder. *Stakeholder* harus dapat menemukan informasi yang diperlukan dengan mudah.
6. Dapat Dipertanggungjawabkan
Informasi dan proses yang digunakan dalam penyusunan laporan harus dikumpulkan, direkam, dikompilasi, dianalisis, dan diungkapkan dengan tepat sehingga dapat menetapkan kualitas dan materialitas informasi dari *sustainability report*.”

2.1.7.7 Indikator Sustainability Report

Sustainability report dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut. Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam *sustainability report* maka semakin bagus kualitas dari *sustainability report* tersebut Menurut Khomsiyah (2009:25), *sustainability report* dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut.

Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam *sustainability report* maka semakin bagus kualitas dari *sustainability report* tersebut. Pengungkapan *sustainability report* diukur dari pengungkapan yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan berdasarkan indikator GRI yang diungkapkan dalam *sustainability report* perusahaan. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah GRI Guidelines Versi 3 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar disclosure. *Sustainability report* menggunakan standar dari GRI berisi 6 indikator yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Adapun item yang digunakan dalam pengungkapan *sustainability report* adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Indeks Pengungkapan *Sustainability Report* Berdasarkan GRI Indikator

INDIKATOR KINERJA	ASPEK
EKONOMI	Aspek: Kinerja Ekonomi
	EC1 : Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan,

EKONOMI	donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
	EC2 : Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
	EC3 : Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
	EC4 : Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
	Aspek : Kehadiran Pasar
	EC5 : Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
	EC6: Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
	EC7 : Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
	Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung
	EC8 : Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
EC9 : Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.	
LINGKUNGAN	Aspek: Material
	EN 1 : Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
	EN2 : Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.
	Aspek: Energi
	EN3 : Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
	EN4 : Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
	EN5 : Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
	EN6 : Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai

LINGKUNGAN	akibat dari inisiatif tersebut.
	EN7: Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
	Aspek: Air
	EN8 : Total pengambilan air per sumber.
	EN9 : Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
	EN10 : Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
	Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)
	EN11 : Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
	EN12 : Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
	EN13 : Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
	EN14 : Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
	EN15 : Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Species) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
	Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah
	EN16 : Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
	EN17 : Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
	EN18 : Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca

LINGKUNGAN	dan pencapaiannya.
	EN19 : Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
	EN20 : NO _x , SO _x dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
	EN21 : Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
	EN22 : Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
	EN23 : Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
	EN24 : Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
	EN25 : Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
	Aspek: Produk dan Jasa
	EN26 : Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
	EN27 : Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
	Aspek: Kepatuhan
	EN28 : Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
	Aspek: Pengangkutan/Transportasi
	EN 29 : Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
Aspek: Menyeluruh	
EN30 : Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan	

TENAGA KERJA	Aspek: Pekerjaan
	LA1 : Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
	LA2 : Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
	LA3 : Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
	LA15 : Rasio Karyawan yang kembali dikerjakan setelah keluar dari perusahaan menurut jenis kelamin
	Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen
	LA4 : Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
	LA5 : Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
	Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan
	LA6 : Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
	LA7 : Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
	LA8 : Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
	LA9 : Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
	Aspek: Pelatihan dan Pendidikan
LA 10 : Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.	
LA11 : Program untuk pengaturan keterampilan dan	

TENAGA KERJA	pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
	LA12 : Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
	Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara
	LA13 : Komposisi badan pengelola/pengusaha dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
	LA14 : Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan. LA15: Jaminan Kembali Kerja
HAK ASASI MANUSIA	Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan
	HR1 : Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
	HR2 : Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
	HR3 : Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
	Aspek: Nondiskriminasi
	HR4 : Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
	Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul
	HR5 : Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Aspek: Pekerja Anak	

HAK ASASI MANUSIA	HR6 : Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
	Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib
	HR7 : Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
	Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan
	HR8 : Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
	Aspek: Hak Penduduk Asli
	HR9 : Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
	Aspek: Penilaian
	HR10 : Persentase dan jumlah total pelaksanaan penilaian atau peninjauan yang berhubungan dengan hak asasi manusia.
	Aspek : Remediasi
HR11 : Jumlah keluhan mengenai hak asasi manusia yang telah diselesaikan oleh mekanisme keluhan.	
SOSIAL	Aspek: Komunitas
	SO1 : Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
	SO9 : Operasi yang berpotensi atau memberikan dampak negatif kepada komunitas lokal.
	SO10: upaya pencegahan dan peringatan terhadap penerapan potensi operasi yang berpotensi memberikan dampak negatif.
	Aspek: Korupsi
SO2 : Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki	

SOSIAL	risiko terhadap korupsi.
	SO3 : Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
	SO4 : Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
	Aspek: Kebijakan Publik
	SO5 : Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
	SO6 :Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
	Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing
	SO7 : Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
	Aspek: Kepatuhan
SO8 : Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.	
PRODUK	Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan
	PR1 : Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
	PR2 : Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
	Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa
	PR3 : Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
	PR4 : Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
PR5 : Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan	

PRODUK	termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
	Aspek: Komunikasi Pemasaran
	PR6 : Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
	PR7 : Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
	Aspek: Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan
	PR8 : Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
	Aspek: Kepatuhan
PR9 : Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.	

2.1.7.8 Tujuan Pembuatan *Sustainability Report*

Menurut Jalal (2010) dalam Idah (2013), pembuatan dan penyebaran sustainability report (Laporan Keberlanjutan) memiliki tujuan sebagai berikut:

1. “Meningkatkan reputasi terkait dengan transparansi dan akuntabilitas.
2. Menjangkau berbagai pemangku kepentingan, agar mereka bisa mendapatkan informasi yang benar, sehingga perlu disebarluaskan melalui berbagai cara (internet, media cetak, *stakeholder convening*, dan sebagainya).
3. Membantu perusahaan untuk mengambil keputusan manajemen dalam memperbaiki kinerja pada indikator yang masih lemah.
4. Membantu investor untuk mengetahui kinerja perusahaan secara lebih menyeluruh.”

2.1.7.9 Metode Pengukuran *Sustainability Report*

Pengungkapan *sustainability report* masih bersifat sementara (*voluntary*) artinya belum ada standar baku yang memuat cara pengungkapannya sehingga hal ini dikembalikan kepada kebijakan dari pihak manajemen masing-masing perusahaan. *Sustainability report* dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporan tersebut. Semakin banyak indikator yang diungkapkan dalam *sustainability report* maka semakin bagus kualitas dari *sustainability report* tersebut.

Menurut Cooke (1989) dalam Dian (2014) rumus perhitungan pengungkapan *Sustainability Report* adalah sebagai berikut :

$$SDI = \frac{TSD}{MSD}$$

Keterangan:

SDI = *Sustainability Disclosure Index*

TSD = *Total Sustainability Disclosure* (Jumlah item yang diungkapkan dalam *sustainability report*)

MSD = *Maximum Sustainability Disclosure* (Jumlah indikator yang terdaftar dalam GRI yaitu 84 item)

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian mengenai praktik pengungkapan *sustainability report* telah banyak mengalami perkembangan. Penelitian-penelitian sebelumnya telah mencoba menelaah lebih luas mengenai praktik pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan dengan variasi jenis perusahaan yang berbeda-beda. Di Indonesia sendiri, penelitian mengenai praktik pengungkapan *sustainability report* masih tergolong pada fase awal.

Kebanyakan penelitian-penelitian di Indonesia, lebih mengarah untuk meneliti bagaimana praktik pengungkapan *sustainability report* berdasarkan standar yang dikembangkan Global Reporting Initiative (GRI). Beberapa penelitian telah melakukan penelitian yang berkaitan dengan *profitabilitas*, *leverage*, ukuran perusahaan, dewan komisaris independen dan komite audit dan pengungkapan *sustainability report*. Penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda dan penelitian tersebut dapat digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hari Suryono dan Andri Prastiwi (2011)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governance	Terdapat pengaruh positif signifikan yang ditimbulkan oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dewan direksi, dan

		(GCG) terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report (SR) (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan yang Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2009)	komite audit. Sedangkan variabel seperti likuiditas, leverage, aktivitas, dan governance committee tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan sustainability report suatu perusahaan.
2	Ratnasari (2011)	Pengaruh Corporate Governance Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Dalam Sustainability Report	Corporate governance tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan sustainability report. Variabel leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap luas pengungkapan sustainability report.
3.	Mega Putri Yustia Sari (2013)	Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report	Variabel profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan sustainability report. Variabel komite audit dan dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan sustainability report. Sedangkan variabel likuiditas, leverage, aktivitas perusahaan, ukuran perusahaan dan dewan direksi tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan sustainability report perusahaan.
4.	Adistira Sri Aulia (2013)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Sustainability Reporting dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia	Variabel size dan type memiliki pengaruh terhadap sustainability reporting disclosure. Sedangkan variabel profitabilitas dan leverage tidak memiliki pengaruh terhadap sustainability reporting disclosure.
5.	Chintya Dwi Putri (2013)	Pengaruh Corporate Governance dan	Proporsi dewan komisaris independen dan ukuran perusahaan

		Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Sustainability Report (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2008-2011)	tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam sustainability report. Kepemilikan asing berpengaruh signifikan negatif, sedangkan umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam sustainability report.
6.	Azwir Nasir, Elfi Ilham, dan Vadela Irna (2014)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar	Variabel Return on Asset, Debt to Equity Ratio, dan Governance Committee berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan (sustainability report), sedangkan current ratio, inventory turnover, size, komite audit, dan dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan (sustainability report).
7.	Fadhila Adhipradana (2014)	Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report	Variabel-variabel total aset (TA), total karyawan (TK), dan governance committee (GC) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sustainability report. Sementara profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), dividend payout ratio (DPR), komite audit, dewan komisaris, kepemilikan manajemen maupun kepemilikan asing bagi perusahaan tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sustainability report.
8.	Faizatul Hasanah, Heri Yanto, Bestari Dwi Handayani (2014)	Model Pengembangan Good Corporate Governance dan Sustainability Report Pada Perusahaan yang	Leverage memiliki pengaruh negative terhadap profitabilitas, sementara komite audit dan good corporate governance memiliki pengaruh positif terhadap

		Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	profitabilitas. Dewan direksi berpengaruh positif terhadap leverage dan good corporate governance. Leverage berpengaruh negative terhadap good corporate governance, sementara dewan direksi dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap good corporate governance. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap dewan direksi dan komite audit. Leverage memiliki pengaruh negatif terhadap sustainability report, sedangkan good corporate governance memiliki pengaruh positif terhadap sustainability report.
--	--	-----------------------------------	--

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sehingga dapat meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi rasio profitabilitas, maka semakin tinggi pula informasi yang diberikan oleh manajer. Hal ini dikarenakan pihak manajemen ingin meyakinkan investor mengenai profitabilitas dan kompetensi manajer. Pada saat tingkat profitabilitas rendah, para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut (Rusdianto, 2013:46). Hasil penelitian Fadila

Adhipradana (2013), menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Selain itu, penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) menemukan hubungan positif antara profitabilitas dengan inisiatif manajer dalam mengungkapkan *sustainability report*. Pengungkapan *sustainability report* ini dilakukan dalam rangka pertanggungjawaban kepada *stakeholder* untuk mempertahankan dukungan mereka dan juga untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Selain itu pengungkapan *sustainability report* juga dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan para *stakeholder*, yang ingin memperoleh keyakinan tentang bagaimana profit dihasilkan perusahaan. Informasi ini terutama penting bagi *stakeholder* selain investor dan kreditor yang biasanya dimotivasi oleh kepentingan ekonomi atau financial.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Leverage adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada kreditor. Menurut Jensen (2002) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin tinggi risiko perusahaan. Hal ini akan berpengaruh pada nilai perusahaan, sehingga mengurangi kemakmuran pemilik (Safitri, 2013:23) dalam Rusdianto (2013:45).

Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan menanggung biaya pengawasan yang tinggi sehingga akan menyediakan informasi yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap tingkat kelengkapan pengungkapan perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) dalam Sari (2013) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan menanggung *monitoring cost* yang juga tinggi. Menurut Suryono dan Prastiwi (2011), perusahaan akan cenderung untuk mengeluarkan biaya yang lebih besar dalam proses pengumpulan dan pengelolaan informasi dalam rangka penciptaan laporan, sehingga perusahaan akan memilih untuk mengurangi tingkat pengungkapan laporan terutama yang bersifat sukarela seperti *Sustainability Report*.

Menurut Widiyanto (2010) semakin tinggi tingkat *leverage*, maka ada kecenderungan perusahaan berusaha untuk melaporkan *profitabilitasnya* agar tetap tinggi. Hal ini dikarenakan tingkat *profitabilitas* yang tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga dapat meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dari para *stakeholder-nya*. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, menganggap perlu memberikan laporan tanggung jawab sosial, sehingga ada “good news” tentang kinerja perusahaan, sehingga dapat menarik para *stakeholder* untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang sehat dan baik. Pengungkapan informasi

sosial dan lingkungan dapat dilakukan perusahaan salah satunya melalui pembuatan *sustainability report*.

Hasil penelitian dari Ratnasari (2011) menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability*. Pelaporan laba yang lebih tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga meyakinkan perusahaan dalam memperoleh jaminan dari para *stakeholder*-nya. Perusahaan dalam menggapai laba yang tinggi maka akan mengurangi biaya-biaya, termasuk mengurangi biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan dalam mempublikasikan *sustainability report* memerlukan waktu yang panjang dan biaya yang cukup besar sehingga perusahaan akan mengurangi tingkat pengungkapan laporan yang bersifat sukarela terlebih terpisah dari *annual report*.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Menurut Fery dan Jones dalam Widiyanto (2011) mengatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Salah satu upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai *sustainable growth* adalah dengan melalui pembuatan *sustainability report*. *Sustainability report* digunakan perusahaan untuk memberikan informasi-informasi terkait dengan praktik sosial lingkungan. Pengungkapan laporan ini juga

termasuk bagaimana praktik CSR yang telah dirancang dan direalisasi oleh manajer. Semakin besar suatu perusahaan akan memunculkan pengeluaran yang lebih besar dalam mewujudkan *legitimasi* perusahaan, hal ini disebabkan karena perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Menurut Maria (2010) ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report* pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan masalah kebajikan sosial dan dasarnya adalah voluntary. Keputusan untuk melakukan suatu tanggung jawab sosial dan untuk mengungkapkannya merupakan kebijakan manajemen

Penelitian Idah (2013) dan penelitian Adhipradana (2014) juga berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Idah dan Adhipradana menggunakan logaritma natural total aset sebagai pengukuran ukuran perusahaan. Total aset adalah keseluruhan sumber daya yang dimiliki oleh entitas bisnis atau usaha. Semakin besar total aset perusahaan maka perusahaan tersebut dapat dikategorikan perusahaan besar. Total aset perusahaan yang meningkat berarti kekayaan perusahaan meningkat. Dengan total aset yang besar, perusahaan memiliki daya yang lebih besar untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Pengungkapan informasi sosial pada *sustainability report* merupakan salah satu cara untuk mendapatkan legitimasi masyarakat.

Perusahaan dengan total aset yang meningkat menunjukkan bahwa kekayaan perusahaan meningkat, sehingga dapat lebih banyak kontribusi pada kegiatan sosial untuk mendapatkan legitimasi publik. Dengan semakin banyak kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin banyak pula informasi yang dapat digunakan dalam *sustainability report*.

2.2.4 Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Komisaris independen merupakan pihak yang tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan dewan komisaris, serta dengan perusahaan itu sendiri (KNKG, 2006). Menurut Mulyadi (2002) dalam Sari (2013), dewan komisaris independen bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern. Pengendalian intern yang baik dapat meningkatkan kualitas laporan, maka dari itu perusahaan akan mengungkapkan informasi seluas-luasnya termasuk informasi tambahan seperti *sustainability report*.

Menurut Prasojo (2011) dalam Putri (2013), semakin besar perentase komisaris independen maka akan meningkatkan aktivitas pengawasan terhadap kualitas pengungkapan dan mengurangi usaha menutupi informasi perusahaan. Tricker (1984) dan Hanifa dan Cooke (2005) dalam Ratnasari (2011) menyatakan

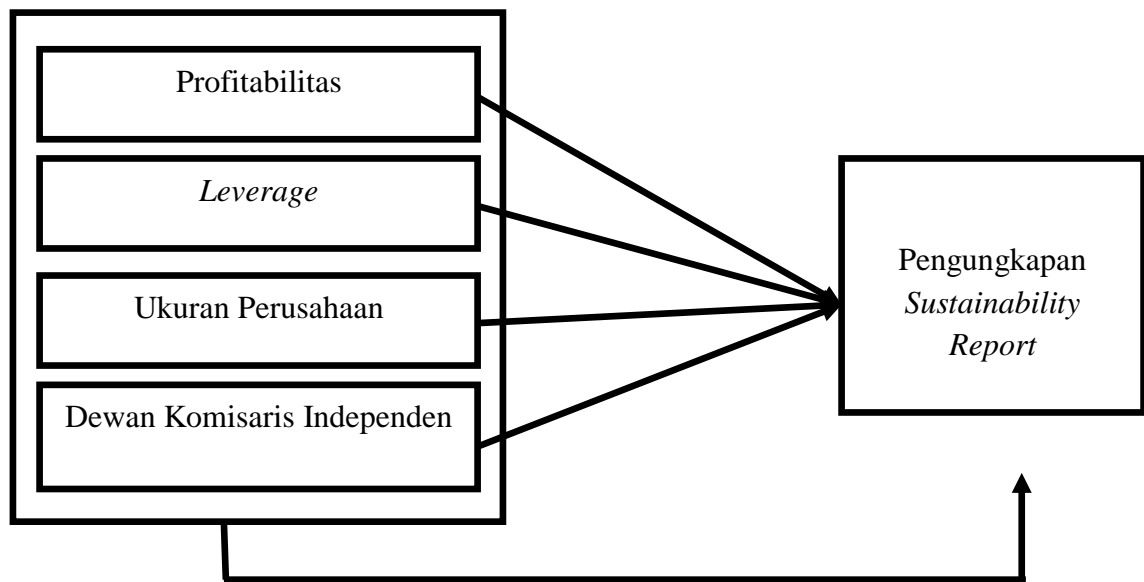
bahwa direktur independen berusaha mempublikasikan aktivitas perusahaan dan memberikan tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan laporan *sustainability* dalam rangka memastikan keselarasan antara keputusan organisasi, tindakan perusahaan dengan nilai-nilai sosial dan legitimasi perusahaan. Penelitian Agrawal dan Knoeber (1996); Baysinger dan Butler (1985) dalam Azis (2014), menemukan bahwa dengan adanya Dewan Komisaris Independen, pengelolaan perusahaan lebih efektif dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Apabila jumlah Komisaris Independen semakin besar atau dominan, hal ini dapat memberikan power kepada Dewan Komisaris untuk menekan manajemen untuk meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Haniffa dan Cooke, 2002) dalam Azis (2014).

Semakin besar komposisi Independensi Dewan Komisaris, maka kemampuan Dewan Komisaris untuk mengambil keputusan dalam rangka melindungi seluruh pemangku kepentingan dan mengutamakan perusahaan semakin objektif. Dengan kata lain, semakin besar komposisi Komisaris Independen, maka Dewan Komisaris dapat bertindak semakin objektif dan mampu melindungi seluruh pemangku kepentingan. Dengan demikian hal ini mendorong kualitas pengungkapan *sustainability report* secara lebih luas.

Hasil penelitian Sari (2013) dapat membuktikan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* yang menyatakan apabila jumlah komisaris independen semakin besar atau dominan, hal

ini dapat memberikan power kepada dewan komisaris untuk menekan manajemen untuk meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan.

Peningkatan kualitas pengungkapan dilakukan oleh pihak manajemen dengan cara mengungkapkan laporan tambahan seperti *sustainability report*. Jika citra perusahaan meningkat, maka hal tersebut menandakan pengawasan yang baik dari dewan komisaris independen dan kerja manajemen yang efektif. Untuk memperoleh hasil empiris lebih jauh mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *sustainability report*. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* antara lain:

1. Hipotesis 1 = Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability report*.
2. Hipotesis 2 = Terdapat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *sustainability report*.
3. Hipotesis 3 = Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*.
4. Hipotesis 4 = Terdapat pengaruh dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *sustainability report*.
5. Hipotesis 6 = Terdapat pengaruh *profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan dewan komisaris independen secara simultan* terhadap pengungkapan *sustainability report*.

