

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholders* mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya suatu entitas yang beroperasi untuk kebutuhan sendiri tapi juga harus membagikan manfaat bagi *stakeholders*. Dengan seperti itu, kehadiran suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang dilakukan oleh *stakeholders* kepada perusahaan. *Stakeholders* merupakan semua pihak internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh perusahaan secara langsung ataupun tidak langsung (Hadi, 2011).

Teori *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*.

Gray, et al. (1994) dalam Raharjo (2016), menyatakan bahwa:

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar

usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya”.

Menurut Suryono (2011) dalam Idah (2013), perusahaan mampu tumbuh dan berkembang dengan baik kemudian menjadi besar dibutuhkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Para *stakeholder* membutuhkan berbagai informasi terkait dengan aktivitas perusahaan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk memberikan berbagai informasi yang dimiliki untuk menarik dan mencari dukungan dari para *stakeholder*-nya.

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 disebut 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 (Ghozali dan Chariri, 2007 (dalam Sari, 2013)).

Perusahaan melakukan pengungkapan *sustainability report* sebagai bukti bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap lingkungan sosialnya dapat dinilai

hasilnya oleh para pihak yang membutuhkan informasi tersebut. Disamping itu, *sustainability report* merupakan salah satu instrumen yang dapat digunakan oleh suatu organisasi baik pemerintah maupun perusahaan dalam berdialog dengan masyarakat ataupun *stakeholder*-nya sebagai salah satu upaya penerapan pendidikan pembangunan berkelanjutan (Luthfia, 2012 (dalam Idah 2013)).

2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

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 (Luthfia, 2012).

Berdasarkan teori ini, suatu perusahaan beroperasi dengan izin dari masyarakat, dimana izin ini dapat ditarik jika masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya. Legitimasi sangat penting bagi perusahaan, mengingat keberadaan perusahaan berada di lingkungan sosial atau komunitas sosial yang harus berinteraksi dengan masyarakat di lingkungan perusahaan. Hal ini juga berkaitan dengan kelangsungan perusahaan sendiri.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Dowling dan Pfeffer (dalam Ghazali dan Chariri, 2007), teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi yang mengatakan:

“Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan”.

Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Usaha perusahaan mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Luthfia, 2012).

Ghozali dan Chariri (dalam Idah, 2013) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial bahwa semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki.

Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Dowling dan Prefer (dalam Ghozali dan Chariri, 2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi sebagai berikut:

“Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Oleh karena itu, untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan pengungkapan laporan yang berorientasi pada sosial dan lingkungan seperti halnya *sustainability report*. Legitimasi dari masyarakat dapat memberikan penilaian baik terhadap perusahaan.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Perusahaan

Menurut Undang-Undang No. 13 Tahun 2003, perusahaan adalah:

- a. “Setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain;
- b. Usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.”

Menurut Nanu Hasanuh (2011:2), perusahaan adalah: “... wadah atau organisasi untuk mencapai tujuan bersama pendirinya dengan melakukan kegiatan ekonomis yaitu memproduksi barang dan jasa dalam suatu masyarakat”.

Menurut Alexandria (2009:2), perusahaan adalah: “... unit kegiatan ekonomi yang dikelola dan dijalankan dengan cara mengubah sumber daya ekonomi menjadi produk dan jasa untuk kebutuhan masyarakat untuk memperoleh laba atau keuntungan”.

Sedangkan Menurut Hery (2016:2), perusahaan adalah: "... sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk (barang atau jasa) kepada para pelanggannya".

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan adalah sebuah organisasi berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum yang melakukan kegiatan produksi untuk menghasilkan laba atau keuntungan.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Perusahaan

Menurut Rudianto (2013:15), dilihat dari bidang usaha yang digeluti dan produk yang dihasilkan, perusahaan dibedakan menjadi 3 yaitu:

1. "Perusahaan jasa yaitu perusahaan yang produknya adalah yang bersifat nonfisik, seperti perusahaan transportasi, biro wisata, bioskop, konsultan, akuntan, dan sebagainya.
2. Perusahaan dagang yaitu perusahaan yang membeli barang dari perusahaan lain dan menjual kepada pihak yang membutuhkan/konsumen, sebagai contoh: pasar swalayan, distributor elektronik, dan sebagainya.
3. Perusahaan manufaktur yaitu perusahaan yang membeli bahan baku mengolahnya hingga menjadi produk jadi yang siap pakai. Sebagai contoh: produsen mie instan mengolah tepung terigu hingga menjadi mie instan serta produsen pakaian mengolah kain menjadi kemeja."

2.1.3.3 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aset (Kusuma, 2014).

Menurut Prasetyorini (2013:186), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain.

Menurut Ernawati (2015), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualannya, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset, maka semakin besar modal yang ditanam. Sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan.

Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar dan luas untuk mendapat sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri (Puspitasari dan Jogi, 2013).

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan menggunakan total aset atau total penjualan. Besar kecilnya perusahaan juga turut menentukan tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya.

2.1.3.4 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha

menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan.

Dalam UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang berbunyi:

1. “Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.”

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha kecil/ukuran perusahaan kecil sampai ukuran perusahaan besar dapat dilihat dari segi keuangan dalam modal yang dimilikinya adalah:

1. “Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
4. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.”

Sedangkan Menurut Machfoedz, 1994, dalam Febrianty (2011:302), ukuran perusahaan dibagi menjadi 3 jenis antara lain sebagai berikut:

- a. “Perusahaan Besar
Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp 50 Milyar/tahun.
- b. Perusahaan Menengah
Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp 1 Milyar dan kurang dari Rp 50 Milyar/tahun.
- c. Perusahaan Kecil
Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp 1 Milyar/tahun.”

2.1.3.5 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Harahap (2013:23), yang dimaksud pengukuran ukuran perusahaan adalah: “... ukuran perusahaan diukur dengan *logaritma natural* (Ln)

dari rata-rata total aktiva (total aset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu.”

Menurut Werner R. Murhadi (2013), *firm size* diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk *logaritma natural*. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *log natural*, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

Menurut Prasetyorini (2013), ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan yang diukur dengan *logaritma natural* dari total aktiva. Sehingga ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aktiva})$$

Sedangkan Menurut Niresh dalam Rasyid (2014), ukuran perusahaan dapat diukur dengan total penjualan. Sebuah perusahaan diharapkan mempunyai penjualan yang terus meningkat, karena ketika penjualan semakin meningkat perusahaan dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi dengan begitu laba perusahaan akan meningkat yang selanjutnya akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Penjualan})$$

Oleh karena itu, Menurut Sudirham (2011), *logaritma natural* adalah logaritma dengan menggunakan basis bilangan e. Bilangan e ini, seperti halnya bilangan π , adalah bilangan nyata dengan desimal tak terbatas. *Natural log* dalam penelitian ini dirumuskan dalam $\ln(x)$ atau $\ln(\text{Total Aset})$.

A. Pengertian Aset

Pengertian aktiva menurut Al Haryono Jusup (2012:28), adalah: "...sumber-sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan yang biasa dinyatakan dalam satuan uang".

Menurut Kasmir (2012:39), aktiva adalah: "... harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu".

Menurut Rudianto (2012:28), pengertian aktiva yaitu: "... sumber daya yang dimiliki perusahaan. *Asset* merupakan kumpulan dari berbagai kekayaan yang dimiliki perusahaan yang akan digunakan untuk memperoleh penghasilan selama tahun berjalan maupun tahun-tahun berikutnya."

Aset adalah kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan akibat dari peristiwa yang terjadi di masa lalu dan diharapkan akan memberikan manfaat ekonomis dimasa yang akan datang (Effendi, 2013:12).

Sedangkan menurut Mamduh M.Hanafi (2003:24), adalah: "... aktiva adalah sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan darinya manfaat ekonomi dimasa depan diharapkan akan diraih oleh perusahaan."

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa aset/aktiva adalah harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang terjadi di masa lalu, yang kemudian digunakan untuk memperoleh penghasilan selama periode tertentu, dan diharapkan akan memberikan manfaat ekonomi dimasa yang akan datang.

B. Jenis-Jenis Aset

Menurut Kasmir (2016: 31), jenis-jenis aktiva adalah sebagai berikut:

1. Aktiva Lancar

Aktiva lancar merupakan "... harta atau kekayaan yang segera dapat diuangkan (ditunaikan) pada saat dibutuhkan dan paling lama satu tahun. Aktiva lancar merupakan aktiva yang paling liquid dari aktiva lainnya. Jika perusahaan membutuhkan uang untuk membayar sesuatu yang segera harus dibayar misalnya utang yang sudah jatuh tempo, atau pembelian suatu barang atau jasa, uang tersebut dapat diperoleh dari aktiva lancar. Komponen yang ada di aktiva lancar terdiri dari antara lain kas, bank, surat-surat berharga, piutang, sediaan, sewa dibayar di muka dan aktiva lancar lainnya. Penyusunan aktiva lancar ini biasanya dimulai dari aktiva yang paling lancar, artinya yang paling mudah untuk dicairkan".

2. Aktiva Tetap

Aktiva tetap merupakan "... harta atau kekayaan perusahaan yang digunakan dalam jangka panjang lebih dari satu tahun. Secara garis besar aktiva tetap dibagi dua macam, yaitu: aktiva tetap yang berwujud (tampak fisik), seperti: tanah, bangunan, mesin, kendaraan, dan lainnya, dan aktiva tetap yang tidak berwujud (tidak tampak fisik) merupakan hak yang dimiliki perusahaan, contoh: hak paten, merek dagang, goodwill, lisensi dan lainnya".

3. Aktiva lainnya.

Aktiva lainnya merupakan "... harta atau kekayaan yang tidak dapat digolongkan ke dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap. Komponen yang ada dalam aktiva lainnya adalah seperti: bangunan dalam proses, piutang jangka panjang, tanah dalam penyelesaian dan lainnya.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2013:124) aktiva dikelompokkan menjadi beberapa jenis antara lain:

1. “Aktiva Lancar (*Current Assets*)
2. Investasi Jangka Panjang
3. Aktiva Tetap Berwujud (*Fixed Assets*)
4. Aktiva Tetap Tidak Berwujud (*Intangible Assets*)
5. Aktiva Lain-Lain

Masing-masing jenis aktiva tetap tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Aktiva Lancar (*Current Assets*), yaitu kas dan sumber-sumber ekonomis lainnya yang dapat dicairkan menjadi kas, dijual atau habis dipakai dalam rentang waktu satu tahun sejak tanggal neraca atau selama satu siklus kegiatan normal perusahaan. Termasuk dalam aktiva lancar antara lain adalah kas dan piutang usaha.
2. Investasi Jangka Panjang, merupakan bentuk penyertaan di perusahaan lain dalam jangka panjang baik untuk memperoleh pendapatan tetap (berupa bunga) dan pendapatan tidak tetap (dividen).
3. Aktiva Tetap Berwujud (*Fixed Assets*), adalah sumber-sumber ekonomis yang berwujud yang cara memperolehnya sudah dalam kondisi siap untuk dipakai atau dengan membangun lebih dulu. Contoh dari aktiva tetap berwujud adalah kendaraan dan tanah.
4. Aktiva Tetap Tidak Berwujud (*Intangible Assets*), yang termasuk di dalam aktiva tidak berwujud antara lain hak paten.
5. Aktiva Lain-lain, adalah aktiva-aktiva yang tidak dapat dikelompokkan ke dalam aktiva lancar, investasi jangka panjang, aktiva tetap berwujud dan aktiva tetap tidak berwujud. Contoh dari aktiva lain-lain misalnya titipan kepada penjual untuk menjamin kontrak, uang muka pada pejabat perusahaan dan lain-lain.”

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Laba

Menurut Kasmir (2015: 45), laba adalah: “... selisih dari jumlah pendapatan dan biaya, dengan hasil jumlah pendapatan perusahaan lebih besar dari jumlah biaya”.

Menurut Suwardjono (2008:464), definisi laba adalah: “... dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti

laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)".

Menurut Hery (2016: 15), laba adalah: "... kenaikan dalam ekuitas (aset bersih) entitas yang ditimbulkan oleh transaksi periperal (transaksi di luar operasi utama atau operasi sentral perusahaan) atau transaksi insidental (transaksi yang keterjadiannya jarang) dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa menurut keadaan-keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik."

Sedangkan menurut Dwi Martani, dkk (2012:113), pengertian laba adalah: "... pendapatan yang diperoleh apabila jumlah *financial* (uang) dari aset neto pada akhir periode (di luar dari distribusi dan kontribusi pemilik perusahaan) melebihi aset neto pada awal periode".

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa laba adalah selisih dari jumlah pendapatan dan biaya. Jumlah pendapatan dalam aset neto yang diperoleh perusahaan pada akhir periode melebihi aset neto awal periode.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Laba

Salah satunya ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah mencari perolehan laba, karena laba pada dasarnya hanya sebagai ukuran efisiensi suatu perusahaan.

Menurut Kasmir (2011:303), jenis-jenis laba adalah sebagai berikut:

1. "Laba kotor (*gross profit*) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.

2. Laba bersih (*net profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.”

2.1.4.3 Fungsi Laba

Chariri dan Ghozali (2001) dalam Fiatmoko (2015:27) mengatakan bahwa informasi tentang laba perusahaan dapat digunakan sebagai:

- a. “Sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang tertanam dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembalian.
- b. Sebagai pengukur prestasi manajemen.
- c. Sebagai dasar penentuan besarnya penggunaan pajak.
- d. Sebagai alat pengendalian alokasi sumber daya ekonomi suatu negara.
- e. Sebagai dasar kompensasi dan pembagian bonus.
- f. Sebagai alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
- g. Sebagai dasar untuk kenaikan kemakmuran.
- h. Sebagai dasar pembagian deviden.”

2.1.4.4 Pengertian Profitabilitas

Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2015:76) pengertian rasio profitabilitas adalah: “... rasio ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualannya, dari aset-aset yang dimilikinya, atau dari ekuitas yang dimilikinya”.

Menurut Afriyanti (2011), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Profitabilitas menggambarkan keberhasilan operasional perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:196), rasio profitabilitas merupakan: "... rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan".

Sedangkan menurut Munawir (2014:33), yang dimaksud rentabilitas atau profitabilitas adalah: "...menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktiva secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut".

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan dari total aktiva, penjualan, maupun modal yang dimiliki selama periode tertentu.

2.1.4.5 Tujuan Penggunaan Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan tidak hanya bagi pemilik perusahaan ataupun manajemen perusahaan, tetapi juga bagi pihak yang ada di luar perusahaan, terutama bagi pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2015:197), tujuan penggunaan rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

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;
7. dan tujuan lainnya.”

2.1.4.6 Manfaat Penggunaan Profitabilitas

Adapun manfaat rasio profitabilitas baik bagi pemilik perusahaan ataupun manajemen perusahaan maupun bagi pihak yang ada di luar perusahaan. Menurut Kasmir (2015:197), manfaat penggunaan rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Manfaat lainnya.”

2.1.4.7 Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2012:81-82), rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas antara lain:

1. *Net Profit Margin* adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Net Profit Margin* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Return On Asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. *Return On Asset* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3. *Return On Equity* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. *Return On Equity* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

4. *Gross Profit Margin* adalah rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan melahirkan laba yang akan menutupi biaya-biaya tetap atau biaya operasi lainnya. *Gross Profit Margin* dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara.

Menurut I Made Sudana (2011:22), berikut adalah cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan:

1. "*Return On Assets (ROA)*"
2. "*Return On Equity (ROE)*"
3. "*Profit Margin Ratio*"
4. "*Basic Earning Power*"

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar,

dan sebaliknya. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Asset}}$$

2. Return On Equity (ROE)

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Equity}}$$

3. Profit Margin Ratio

Profit Margin Ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit Margin Ratio* dibedakan menjadi:

a. Net Profit Margin

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. NPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Sales}}$$

b. Operating Profit Margin

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba. OPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{OPM} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Sales}}$$

c. Gross Profit Margin

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh

bagian produksi. GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit}}{\text{Sales}}$$

4. *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

2.1.5 *Leverage*

2.1.5.1 **Pengertian Hutang**

Utang sering disebut juga sebagai kewajiban, dalam pengertian sederhana dapat diartikan sebagai kewajiban keuangan yang harus dibayar oleh perusahaan kepada pihak lain. Untuk menentukan suatu transaksi sebagai kemampuan untuk menafsirkan transaksi atau kejadian yang menimbulkannya.

Menurut Kasmir (2015:50), hutang adalah: "... kewajiban atau utang perusahaan kepada pihak lain yang harus segera dibayar".

Menurut Achmad Tjahjono (2009:152), hutang adalah: "... kewajiban suatu perusahaan yang timbul dari transaksi pada waktu yang lalu dan harus dibayar dengan kas, barang atau jasa di masa yang akan datang".

Menurut Reeve, et al yang dialihbahasakan oleh Damayanti Dian (2012:53), utang adalah: "... kewajiban untuk membayar sesuatu yang dicatat sebagai kewajiban kepada perusahaan, bank, atau individu yang memberikan pinjaman".

Sedangkan menurut Munawir (2010:18), utang adalah: "... semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana utang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor".

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa hutang adalah kewajiban suatu perusahaan yang timbul dari transaksi yang terjadi pada masa lalu bisa berupa sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor, dan kewajiban atau utang tersebut harus segera dibayar oleh perusahaan.

2.1.5.2 Jenis-Jenis Hutang

Jenis hutang dapat dibagi menjadi dua:

1. Hutang Jangka Pendek (*Short-term Liabilities*)

Menurut Fahmi (2013:163), hutang jangka pendek (*short-term liabilities*) adalah sebagai berikut:

"*Short-term liabilities* (hutang jangka pendek) sering disebut juga dengan hutang lancar (*current liabilities*). Penegasan hutang lancar karena sumber hutang jangka pendek dipakai untuk mendanai kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya mendukung aktivitas perusahaan yang segera dan tidak bisa ditunda. Dan hutang jangka pendek ini umumnya harus dikembalikan kurang dari satu tahun:

- a. Hutang dagang (*account payable*) adalah pinjaman yang timbul karena pembelian barang-barang dagang atau jasa kredit.
- b. Hutang wesel (*notes payable*) adalah proses tertulis dari perusahaan tertentu yang akan datang ditetapkan (hutang wesel).

- c. Penghasilan yang ditangguhkan (*deffered revenue*) adalah penghasilan yang sebenarnya belum menjadi hak perusahaan. Pihak lain telah menyerahkan uang lebih dahulu kepada perusahaan sebelum perusahaan menyerahkan barang atau jasanya.
- d. Kewajiban yang harus dipenuhi (*accrual payable*) adalah kewajiban yang timbul karena jasa-jasa yang diberikan kepada perusahaan selama jangka waktu tetapi pembayarannya belum dilakukan (misalnya: upah, bunga, sewa, pension).
- e. Hutang gaji.
- f. Hutang pajak.
- g. Dan lain-lain.”

Sedangkan Menurut Munawir (2010:18), hutang jangka pendek adalah sebagai berikut:

“Kewajiban keuangan perusahaan yang pelunasannya atau pembayarannya akan dilakukan dalam jangka pendek (satu tahun sejak tanggal neraca) dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan. Macam-macam hutang lancar (hutang jangka pendek) adalah sebagai berikut:

- a. Hutang dagang, hutang yang timbul karena adanya pembelian barang dagang secara kredit.
- b. Hutang wesel, adalah hutang yang disertai dengan janji tertulis (yang diatur dengan undang-undang) untuk melakukan pembayaran sejumlah tertentu di masa yang akan datang.
- c. Hutang pajak, baik pajak untuk perusahaan yang bersangkutan maupun pajak pendapatan karyawan yang belum disetorkan ke kas negara.
- d. Hutang jangka panjang yang segera jatuh tempo, adalah sebagian (seluruh) hutang jangka panjang yang sudah menjadi hutang jangka pendek, karena harus segera dilakukan pembayaran.
- e. Penghasilan yang diterima dimuka (*deffered revenue*), adalah penerimaan uang untuk penjualan barang atau jasa yang belum direalisasikan.”

2. Hutang Jangka Panjang (*Long-term Liabilities*)

Hutang jangka panjang merupakan kewajiban yang jangka waktu pembayarannya (jatuh tempo) lebih dari 1 tahun dari tanggal neraca. Menurut Fahmi (2013:163), hutang jangka panjang (*long-term liabilities*) adalah:

“*Long-term liabilities* (hutang jangka panjang) sering disebut dengan hutang tidak lancar (*non-current liabilities*), penyebutan hutang tidak

lancar karena dana yang dipakai dari sumber hutang ini dipergunakan untuk membiayai kebutuhan yang bersifat jangka panjang. Alokasi pembiayaan jangka panjang biasanya bersifat tangible asset (asset yang bisa disentuh), dan memiliki nilai jual yang tinggi dan jika suatu saat dijual kembali. Karena itu penggunaan dana hutang jangka panjang ini dipakai untuk kebutuhan jangka panjang, seperti pembangunan pabrik, pembelian tanah dan gedung, dan lain-lain. Adapun yang termasuk ke dalam kategori hutang jangka panjang (*Long-term liabilities*) ini adalah:

- a. Hutang obligasi.
- b. Wesel bayar.
- c. Hutang perbankan yang kategori jangka panjang.
- d. Dan lain-lain.”

Sedangkan hutang jangka panjang menurut Baridwan (2000:220,365)

dalam Rudi Irawan (2012) yaitu:

“Hutang yang jatuh temponya lebih dari satu tahun atau satu periode akuntansi. Jatuh temponya dapat terjadi dalam 1,5 tahun atau 2 tahun, 5 tahun atau lebih dari itu. Hutang jangka panjang biasanya timbul karena adanya kebutuhan dana untuk pembelian tambahan aktiva tetap, menaikkan jumlah modal kerja permanen, membeli perusahaan lain atau mungkin juga untuk melunasi hutang-hutang yang lain. Secara garis besar hutang jangka panjang digolongkan pada dua golongan yaitu:

- a. Hutang Hipotik

Hutang yang timbul berkaitan dengan perolehan dana dari pinjaman yang dijamin dengan harta tetap. Dalam perjanjian biasanya harta yang dijadikan jaminan berupa tanah atau gedung. Jika peminjam tidak melunasi pada waktunya, pemberi pinjaman dapat menjual jaminan tersebut yang kemudian diperhitungkan dengan hutang.

- b. Hutang Obligasi

Surat hutang yang diterbitkan oleh suatu perusahaan yang berisi kesediaan untuk membayar sejumlah uang di masa mendatang beserta sejumlah bunga sesuai dengan yang dijanjikan.”

2.1.5.3 Pengertian *Leverage*

Beberapa perusahaan membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaannya, sumber dana tersebut bisa berupa pinjaman dari

kreditor atau menjual sahamnya ke publik. Sumber dana dari kreditor tersebut kemudian menimbulkan kewajiban perusahaan untuk melunasi pinjaman dan bunga kepada kreditor.

Menurut Kasmir (2010:112), yang dimaksud solvabilitas atau *leverage* adalah: "... rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya, berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh kewajibannya (baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang)".

Menurut Sudana (2011:157), *leverage* digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. *Leverage* merupakan penggunaan aktiva tetap atau sumber dana dimana atas penggunaan dana tersebut, perusahaan harus menanggung biaya tetap atau membayar beban tetap.

Pengertian rasio *leverage* menurut Harahap (2015:306), adalah: "... rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian. Rasio ini dapat digunakan untuk melihat seberapa resiko keuangan perusahaan."

Sedangkan Fahmi (2014:127), mengatakan *leverage* adalah: "... rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori akan masuk dalam kategori *extream leverage* (utang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang sangat tinggi dan sulit melepaskan beban utang tersebut."

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh utang dan kewajibannya berupa sumber dana yang diberikan kreditor seperti pinjaman.

2.1.5.4 Tujuan Penggunaan *Leverage*

Menurut Kasmir (2014:153) berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

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 besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menilai dan 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."

2.1.5.5 Manfaat Penggunaan *Leverage*

Menurut Kasmir (2014:153) berikut adalah beberapa manfaat perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

1. “Untuk menganalisis kemampuan posisi 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 pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis dan 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.”

2.1.5.6 Metode Pengukuran *Leverage*

Menurut Kasmir (2015:156) rasio yang digunakan dalam menghitung rasio *leverage* suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. *Debt to Total Assets Ratio (Debt Ratio)*

Rasio ini merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Total Assets Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Apabila *Debt Ratio* semakin tinggi, sementara proporsi total aktiva tidak berubah maka hutang yang dimiliki perusahaan semakin besar. Total hutang semakin besar berarti rasio *financial* atau rasio kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman semakin tinggi. Sebaliknya apabila *debt ratio* semakin kecil maka hutang yang dimiliki perusahaan juga akan semakin kecil dan ini berarti risiko *financial* perusahaan mengembalikan pinjaman juga semakin kecil.

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 yang digunakan adalah:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Debt to Equity Ratio (DER) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menutup sebagian atau seluruh hutangnya baik jangka panjang maupun jangka pendek dengan dana yang berasal dari total modal dibandingkan besarnya utang. Oleh karena itu, semakin rendah DER akan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Semakin besar proporsi utang yang digunakan untuk struktur modal suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula jumlah kewajibannya.

3. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

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. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Sedangkan menurut Fahmi (2015:72) rasio *leverage* secara umum adalah sebagai berikut:

1. *Debt To Total Assets* atau *Debt Ratio*

Dimana Rasio ini disebut juga sebagai rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total asset. Adapun rumus *debt to total assets* atau *debt ratio* adalah:

$$\text{Debt to Total Assets} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan:

Total Liabilities = Total Utang
Total Assets = Total Aset

2. *Debt to Equity Ratio*

Mengenai *debt equity ratio* ini Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mendefinisikannya sebagai “Ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor”. Adapun rumus *debt equity ratio* adalah:

$$\text{Debt to Equity Assets} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders Equity}}$$

Keterangan:

Total Shareholder Equity = Total Modal Sendiri

3. *Time Interest Earned*

Time Interest Earned disebut juga dengan rasio kelipatan. Adapun rumus *time interes earned* adalah:

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax (EBIT)}}{\text{Interest Expense}}$$

Keterangan:

Earning Before Interest and Tax (EBIT) = Laba Sebelum bunga dan Pajak
Interest Expense = Beban Bunga

4. *Cash Flow Choverage*

Rumus *Cash flow coverage* adalah:

$$\text{Cash Flow Choverage} = \frac{\text{Aliran Kas Masuk} + \text{Depreciation}}{\frac{\text{Fixed Cost Dividend Saham Preferen}}{(1 - \text{Tax})} + \frac{\text{Dividen Saham Preferen}}{(1 - \text{Tax})}}$$

Keterangan:

Depreciation = Depresiasi atau Penyusutan
Fixed Cost (FC) = Beban Tetap
Tax = Pajak

5. *Long Term Debt to Total Capitalization*

Long term debt to total capitalization disebut juga dengan utang jangka panjang/total kapitalisasi. *Long term debt* merupakan sumber dana pinjaman yang bersumber dari utang jangka panjang, seperti obligasi dan sejenisnya. Adapun rumus *long-term debt to total capitalization* adalah:

$$\text{Long Term Debt to Total Capitalizatio} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Long Term Debt} + \text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Keterangan:

Long-term debt = Utang Jangka Panjang

6. *Fixed Charge Coverage*

Fixed charge coverage disebut juga dengan rasio menutup beban tetap. Rasio menutup beban tetap adalah ukuran yang lebih luas dari kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetap dibandingkan dengan rasio kelipatan pembayaran bunga karena termasuk pembayaran beban bunga tetap yang berkenaan dengan sewa guna usaha. Adapun rumus *fixed charge coverage* adalah:

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{Laba Usaha} + \text{Beban bunga}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Beban sewa}}$$

7. *Cash Flow Adequacy*

Cash flow adequacy disebut juga dengan rasio kecukupan arus kas. Kecukupan arus kas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menutup pengeluaran modal, utang jangka panjang, dan pembayaran dividen setiap tahunnya”. Adapun rumus *cash flow adequacy* adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Flow Adequacy} = \frac{\text{Arus Kas dari Aktivitas Operasi}}{\text{Pengeluaran Modal} + \text{Pelunasan Utang} + \text{Bayar Dividen}}$$

2.1.6 *Sustainability Disclosure*

2.1.6.1 *Pengungkapan (Disclosure)*

2.1.6.1.1 *Pengertian Pengungkapan (Disclosure)*

Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau menyembunyikan. Bila dikaitkan dengan pengungkapan informasi, *disclosure* mengandung pengertian bahwa pengungkapan informasi tersebut harus memberikan penjelasan yang cukup dan bisa mewakili keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Dengan demikian, informasi harus lengkap, jelas, akurat dan dapat dipercaya dengan mencitrakan kondisi yang sedang dialami perusahaan, baik informasi keuangan maupun non-keuangan, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan (Sri Yuni, 2015).

Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) mengatakan pengungkapan sebagai berikut:

“Disclosure means supplying information in the financial statements themselves, the notes to the statements, and the supplementary disclosure associated with the statements. It does not extend to public or private statements by made management or information provided outside the financial statement.”

Menurut Chariri dan Gozali (2007), kata pengungkapan (*disclosure*) memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, *disclosure* memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha.

Sedangkan dalam suwardjono (2014:578) pengertian pengungkapan (*disclosure*) adalah: “... penyediaan informasi dalam laporan keuangan, termasuk laporan sendiri, catatan atas laporan, dan pengungkapan tambahan yang terikat dengan laporan keuangan, itu tidak mencakup pernyataan publik atau swasta yang dibuat oleh manajemen atau informasi menyediakan di luar laporan keuangan.”

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan (*disclosure*) adalah pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dengan tidak menutupi atau tidak menyembunyikan informasi yang ada, baik informasi keuangan maupun non-keuangan. Informasi yang diungkapkan tersebut harus memberikan penjelasan yang cukup dan mewakili keadaan dalam perusahaan.

2.1.6.1.2 Konsep Pengungkapan (*Disclosure*)

Menurut Chariri dan Ghozali (2007), terdapat 3 (tiga) konsep mengenai luas pengungkapan laporan keuangan, yaitu:

1. “Pengungkapan yang cukup (*Adequate Disclosure*)
Pengungkapan yang cukup adalah pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.
2. Pengungkapan yang Wajar
Pengungkapan yang wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan.
3. Pengungkapan yang lengkap (*Full Disclosure*)
Pengungkapan yang lengkap menyajikan semua informasi yang relevan. Bagi beberapa pihak, pengungkapan lengkap ini diartikan sebagai penyajian informasi yang berlebihan, sehingga tidak bisa dikatakan layak (Hendriksen dan Brenda, 1992). Informasi yang berlebih-lebihan adalah berbahaya karena penyajian informasi dengan detail terlalu banyak justru akan menyembunyikan informasi yang penting dan membuat laporan keuangan menjadi sukar diinterpretasikan.”

2.1.6.1.3 Tujuan Pengungkapan (*Disclosure*)

Menurut Belkaoui dan Riahi (2011:338), tujuan dari pengungkapan dinyatakan sebagai berikut:

1. “Untuk menguraikan hal-hal yang diakui dan memberikan pengukuran yang relevan atas hal-hal tersebut di luar pengukuran yang digunakan dalam laporan keuangan.
2. Untuk menguraikan hal-hal yang diakui dan untuk memberikan pengukuran yang bermanfaat bagi hal-hal tersebut.
3. Untuk memberikan informasi yang akan membantu investor dan kreditor menilai resiko dan potensial dari hal-hal yang diakui dan tidak diakui.
4. Untuk memberikan informasi penting yang memungkinkan pengguna laporan keuangan melakukan perbandingan dalam satu tahun dan diantara beberapa tahun.
5. Untuk memberikan informasi mengenai arus kas masuk atau arus kas keluar di masa depan.

6. Untuk membantu para investor menilai pengembalian dari investasi mereka.”

Sedangkan menurut Suwardjono (2014:580), tujuan pengungkapan yaitu sebagai berikut:

1. “Tujuan Melindungi
Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai yang naïf perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi suatu pos statemen keuangan. Dengan kata lain, pengungkapan dimaksudkan untuk melindungi perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan kurang terbuka.
2. Tujuan Informatif
Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut. Tujuan ini biasanya melandasi penyusunan standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.
3. Tujuan Kebutuhan Khusus
Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang memuat pengungkapan secara rinci.”

2.1.6.2 Pengertian Keberlanjutan

Menurut *US Environmental Protection Agency*, salah satu organisasi Amerika Serikat yang mengurus bidang lingkungan, keberlanjutan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia secara langsung maupun tidak langsung pada lingkungan alam (Rusdiono, 2017).

Keberlanjutan dapat diartikan segala hal yang berkaitan dengan kapasitas ekosistem dan sebagai *input-output* dari konsumsi energi dan sumber daya. Keberlanjutan dianggap pengambilan keuntungan terhadap lingkungan oleh sekelompok dan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan sekarang dengan memperdulikan kelangsungan hidup generasi selanjutnya. Keberlanjutan memiliki arti produk dan jasa bukan hanya bersaing dari segi keunggulan gambar, kecepatan produksi, kekuatan, kemasan, dan lain-lain. Produk dan jasa tersebut juga harus bersaing dari segi pengurangan konsumsi, sumber daya, biaya pengiriman, polusi udara, pengikisan tanah, dan lain-lain yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan ((Paul Hawken, 1993:139) dalam Rusdiono 2017).

Pembangunan dapat disebut berkelanjutan apabila memenuhi kriteria ekonomis, bermanfaat secara sosial, dan menjaga kelestarian lingkungan hidup (Mukhlis, 2009).

Konsep keberlanjutan menurut Whitehead (2006) dalam (Umi, 2016) adalah sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang setidaknya tetap memiliki kekayaan alam yang sama dengan generasi yang ada pada saat ini. Ia menjelaskan bahwa keberlanjutan tidak berarti kemudian memerlukan penghematan sumber daya yang sedemikian khusus, melainkan hanya memastikan kecukupan sumber daya (kombinasi dari sumber daya manusia, fisik, dan alam) untuk generasi mendatang, sehingga membuat standar hidup mereka setidaknya sama baiknya dengan generasi saat ini. Terkait dengan hal tersebut, maka perlu adanya pengungkapan sebuah informasi terkait aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi sebagai bentuk transparansi dalam pelaporan kinerja perusahaan.

Perusahaan harus mengumpulkan, mengendalikan, dan melaporkan ke pihak internal maupun eksternal tentang informasi keberlanjutan yang mereka miliki dalam *sustainability report*.

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa keberlanjutan adalah pengambilan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan terhadap lingkungan untuk memenuhi kebutuhan sekarang dengan memperdulikan kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia pada generasi yang akan datang. Pembangunan dapat dikatakan berkelanjutan jika perusahaan memenuhi kriteria ekonomis, bermanfaat secara sosial, dan menjaga kelestarian lingkungan hidup.

2.1.6.3 Pengertian Pengungkapan *Sustainability Report*

Menurut GRI (*Global Reporting Initiative*) (2013), *sustainability report* (laporan keberlanjutan) adalah laporan yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi tentang dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari. *Sustainability Report* juga sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. *Sustainability report* juga menyajikan nilai-nilai organisasi dan model tata kelola dan menunjukkan hubungan antara strategi dan komitmennya untuk ekonomi global yang berkelanjutan.

Menurut (GRI, 2006) dalam Safitri (2015), *Sustainability report* adalah praktik pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi

dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan terhadap para *stakeholder* internal dan eksternal.

Sustainability reporting adalah informasi keuangan dan non-keuangan yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan mengenai kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan yang dijalankan perusahaan (Segger, 2003) dalam Dewi (2015).

Menurut Elkington (1997) dalam Tarigan (2014), *sustainability report* merupakan 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 bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*).

Wibowo dan Faradiza (2014) menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat memberikan bukti nyata bahwa proses produksi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan isu sosial dan lingkungan.

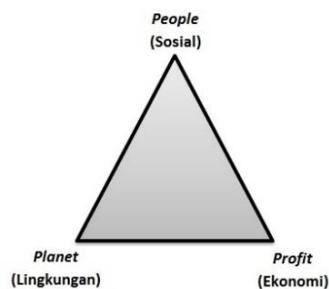
Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan *sustainability report* adalah laporan yang diterbitkan oleh perusahaan atau organisasi yang memuat informasi keuangan maupun non-keuangan mengenai kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap aktivitas yang dijalankan. Laporan tersebut diterbitkan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan dan perusahaan dapat tumbuh secara berkesinambungan.

2.1.6.4 Konsep *Triple Bottom Line*

Konsep *sustainability report* berpijak pada konsep *triple bottom line* yang dikembangkan oleh Elkington dalam Natalia (2016:4) yang menjelaskan *triple bottom line* sebagai berikut:

“The three lines of the triple bottom line represent society, the economy and the environment. Society depend on the global ecosystem, whose health represents the ultimate bottom line. The three lines are not stable; they are in constant flux, due to social political, economic and environmental pressures, cycle and conflicts.”

John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya “*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segi tiga sebagai berikut:



Gambar 2.1

Triple Bottom Line

Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *finansialnya* saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Wibisono 2007:33).

Menurut Wibisono (2007), *Triple bottom line* (3P) diuraikan sebagai berikut:

1. “*Profit* (Keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

2. *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

3. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Namun sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak adanya keuntungan langsung didalamnya. Maka, kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.”

2.1.6.5 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.”

2.1.6.6 Manfaat *Sustainability Disclosure*

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Dian (2015), menjelaskan manfaat yang didapat dari *sustainability report* antara lain:

1. “Memberikan informasi kepada *stakeholders* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) sehingga meningkatkan prospek perusahaan dan membantu mewujudkan transparansi.
2. Membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan *customer loyalty* jangka panjang.
3. Menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
4. Digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. Mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial.
6. Mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
7. Membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.”

2.1.6.7 Prinsip-Prinsip *Sustainability Disclosure*

Pengungkapan *Sustainability Report* yang sesuai dengan GRI-G4 (*Global Reporting Initiative*) harus memenuhi beberapa prinsip. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

A. “Prinsip-Prinsip untuk Menentukan Konten Laporan

Prinsip-prinsip untuk menentukan konten laporan *Sustainability Report* (GRI G4) tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pelibatan Pemangku Kepentingan

Organisasi harus mengidentifikasi para pemangku kepentingannya, dan menjelaskan bagaimana organisasi telah menanggapi harapan dan kepentingan wajar dari mereka.

Pemangku kepentingan yang berinvestasi di organisasi serta yang memiliki hubungan dalam bentuk lain dengan organisasi. Harapan dan kepentingan yang wajar dari pemangku kepentingan merupakan acuan utama dalam banyak pengambilan keputusan dalam menyiapkan laporan.

2. Konteks Keberlanjutan

Laporan harus menyajikan kinerja organisasi dalam konteks keberlanjutan yang lebih luas. Informasi mengenai kinerja harus disertakan sesuai konteks. Pertanyaan yang mendasari pelaporan keberlanjutan adalah bagaimana sebuah organisasi berkontribusi, atau bertujuan untuk memberikan kontribusi di masa mendatang, terhadap peningkatan atau penurunan kondisi, pengembangan, dan tren ekonomi, lingkungan, serta sosial di tingkat lokal, regional, atau global. Hanya melaporkan tentang kecenderungan dalam kinerja individual (atau efisiensi organisasi) tidak dapat menjawab pertanyaan mendasar ini. Oleh karena itu, laporan harus berupaya untuk menyajikan kinerja dalam kaitannya dengan konsep keberlanjutan yang lebih luas. Hal ini termasuk mengenai pembahasan kinerja organisasi dalam konteks keterbatasan-keterbatasan dan permintaan yang terletak pada sumber daya lingkungan atau sosial di tingkat sektor, lokal, regional, maupun global.

3. Materialitas

Laporan harus mencakup aspek yang:

- a. Mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan dari organisasi; atau
- b. Secara substansial memengaruhi asesmen dan keputusan pemangku kepentingan

Organisasi dihadapkan dengan beragam topik yang dapat dilaporkan. Topik-topik yang relevan adalah yang secara wajar dapat dianggap penting untuk mencerminkan dampak ekonomi,

lingkungan dan sosial organisasi atau memengaruhi keputusan pemangku kepentingan, dan oleh karena itu sudah seharusnya berpotensi pantas disertakan dalam laporan. Materialitas adalah ambang batas di mana aspek menjadi cukup penting untuk dilaporkan.

4. Kelengkapan

Laporan harus berisi cakupan aspek *Material* dan *Boundary*, cukup untuk mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan, serta untuk memungkinkan pemangku kepentingan dapat menilai kinerja organisasi dalam periode pelaporan.

Kelengkapan terutama mencakup dimensi cakupan, batasan, dan waktu. Konsep kelengkapan juga dapat digunakan untuk merujuk pada praktik pengumpulan informasi dan apakah penyajian informasi tersebut wajar dan sesuai.

B. Prinsip- Prinsip untuk Menentukan Kualitas Laporan

Adapun prinsip-prinsip kualitas informasi dalam laporan *Sustainability Report* (GRI G4) adalah sebagai berikut:

1. Keseimbangan

Laporan harus mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kinerja organisasi untuk memungkinkan dilakukannya asesmen yang beralasan atas kinerja organisasi secara keseluruhan.

Keseluruhan penyajian konten laporan harus memberikan gambaran yang objektif tentang kinerja organisasi. Laporan harus menghindari format pemilihan, penghilangan, atau penyajian yang terlalu berlebihan atau tidak tepat dalam memengaruhi keputusan atau asesmen dari pembaca laporan.

2. Komparabilitas

Organisasi harus memilih, mengumpulkan, dan melaporkan informasi secara konsisten. Informasi yang dilaporkan harus disajikan dengan cara yang memungkinkan para pemangku kepentingan menganalisis perubahan kinerja organisasi dari waktu ke waktu, dan yang dapat mendukung analisis relatif terhadap organisasi lain.

Komparabilitas diperlukan untuk mengevaluasi kinerja. Pemangku kepentingan yang menggunakan laporan harus dapat membandingkan informasi yang dilaporkan mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap kinerja organisasi di masa lalu, terhadap tujuan organisasi, dan pada tingkat yang memungkinkan, terhadap kinerja organisasi lain.

3. Akurasi

Informasi yang dilaporkan harus cukup akurat dan terperinci bagi para pemangku kepentingan untuk dapat menilai kinerja organisasi.

Respon atas DMA dan Indikator ekonomi, lingkungan, dan sosial dapat disampaikan melalui berbagai cara, mulai dari tanggapan kualitatif sampai pengukuran kuantitatif yang detail. Karakteristik yang menentukan keakuratan bervariasi sesuai dengan sifat informasi dan pengguna informasi tersebut.

4. Ketepatan Waktu

Organisasi harus membuat laporan dengan jadwal yang teratur sehingga informasi tersedia tepat waktu bagi para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang tepat.

Manfaat informasi terkait erat dengan kapan informasi tersebut disajikan kepada para pemangku kepentingan sehingga mereka dapat mengintegrasikannya secara efektif dalam pengambilan keputusan. Waktu penerbitan mengacu pada keteraturan pelaporan serta kedekatannya dengan peristiwa aktual yang dijelaskan dalam laporan.

5. Kejelasan

Organisasi harus membuat informasi tersedia dengan cara yang dapat dimengerti dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan yang menggunakan laporan.

Informasi harus disajikan dengan cara yang dapat dipahami oleh para pemangku kepentingan yang memiliki pemahaman yang wajar mengenai organisasi dan aktivitasnya.

6. Keandalan

Organisasi harus mengumpulkan, mencatat, menyusun, menganalisis, dan mengungkapkan informasi serta proses yang digunakan untuk menyiapkan laporan agar dapat diuji, dan hal itu akan menentukan kualitas serta materialitas informasi.

Para pemangku kepentingan harus memiliki keyakinan bahwa laporan dapat diuji untuk dapat menetapkan kebenaran isinya dan sejauh mana prinsip-prinsip pelaporan telah diterapkan dengan benar.”

2.1.6.8 Indikator *Sustainability Disclosure*

Sustainability report dapat dinilai dari seberapa banyak indikator-indikator yang dapat diungkapkan dalam laporannya. Semakin banyak indikator yang diungkapkan, maka semakin baik kualitas dari *sustainability report* yang dibuat oleh perusahaan.

Pengungkapan *Sustainability Report* diukur dari pengungkapan yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative (GRI) G4 Guidelines*, yang meliputi 3 kategori yaitu ekonomi, lingkungan, dan social mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator secara keseluruhan terdapat 91 item penilaian *sustainability report*.

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

Tabel 2.1

Indeks Pengungkapan *Sustainability Report* Berdasarkan GRI G-4

No.	Aspek	Indeks	Indikator
Kategori Ekonomi			
1.	Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
2.		EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
3.		EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
4.		EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
5.	Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
6.		EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
7.	Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
8.		EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak

9.	Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
Kategori Lingkungan			
10.	Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
11.		EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
12.	Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
13.		EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
14.		EN5	Intensitas energy
15.		EN6	Pengurangan konsumsi energi
16.		EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
17.	Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
18.		EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
19.		EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
20.	Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa dan dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
21.		EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
22.		EN13	Habitat yang dilindungi atau dipulihkan
23.		EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN Red List dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
24.	Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
25.		EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
26.		EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
27.		EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
28.		EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
29.		EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
30.		EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya

31.	Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32.		EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
33.		EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
34.		EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel ² Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
35.		EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan air limpasan dari organisasi
36.	Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
37.		EN28	Prosentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
38.	Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
39.	Transporasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
40.	Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
41.	Asesmen Pemasok atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
42.		EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
43.	Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kategori Sosial:			
Sub Kategori:			
Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja			
44.	Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
45.		LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
46.		LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender

47.	Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
48.	Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
49.		LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja menurut daerah dan gender
50.		LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
51.		LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
52.		LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
53.	Pelatihan dan Pendidikan	LA10	Program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
54.		LA11	Peresentase karyawan yang menerima reuiu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
55.	Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia keanggotaan kelomok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
56.	Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
57.	Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
58.		LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
59.	Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub Kategori: Hak Asasi Manusia			
60.	Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia

61.		HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi termasuk persentase karyawan yang dilatih
62.	Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
63.	Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melakukan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
64.	Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
65.	Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
66.	Praktik Pengamatan	HR7	Persentase petugas pengaman yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
67.	Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
68.	Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan revidu atau asesmen dampak hak asasi manusia
69.	Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
70.		HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
71.	Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Sub Kategori: Masyarakat			
72.	Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
73.		SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
74.	Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi

75.		SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
76.		SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
77.	Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/ penerima manfaat
78.	Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti-persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
79.	Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
80.	Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
81.		SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan
82.	Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub Kategori: Tanggung Jawab atas Produk			
83.	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
84.		PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
85.	Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
86.		PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa menurut hasil
87.		PR5	Hasil survey untuk mengukur kepuasan pelanggan
88.	Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
89.		PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil

90.	Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data
91.	Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk jasa

2.1.6.9 Metode Pengukuran *Sustainability Disclosure*

Sustainability reporting diukur dengan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI). Menurut Dian (2015), tahap pertama adalah pemberian skor pada setiap indikator kinerja yang terdapat pada *sustainability report*. Skor 0 diberikan jika indikator kinerja tidak diungkapkan dan skor 1 diberikan jika indikator kinerja diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item tersebut dijumlahkan untuk memperoleh total skor. Rumus perhitungan *Sustainability Disclosure* adalah sebagai berikut:

$$SRDI = \frac{V}{M}$$

Keterangan:

SRDI = *Sustainability Report Disclosure Index* Perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan Perusahaan

M = Jumlah item yang diharapkan (91 item)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Sustainability Disclosure*

Besar kecilnya perusahaan, akan mempengaruhi informasi yang diungkapkannya untuk keberlangsungan kegiatan perusahaan. Ukuran perusahaan

turut menentukan tingkat kepercayaan bagi para investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan, perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Prasetyorini, 2013:186).

Para investor tertarik menanamkan modalnya dengan melihat perusahaan yang menyajikan informasi yang lebih banyak pada perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. 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 Cowen et al., (1987), dalam Anindita (2014), perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang terkait dengan program sosial perusahaan. *Sustainability report* merupakan laporan yang memberikan informasi terkait program sosial dan lingkungan perusahaan yang dirancang dan direalisasikan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka perusahaan akan semakin terdorong untuk melakukan pengungkapan sukarela atau pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Hal di atas didukung penelitian terdahulu oleh Aditira Sri Aulia (2013), Pujiastuti (2015), dan Naidia Astrinita Wulandari (2017) dengan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *sustainability disclosure*.

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Sustainability Disclosure*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan bisnis yang dilakukannya atau mengukur tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut (Yulindar dan Triyonowati, 2017). Dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, karena mereka ingin meyakinkan para investor terhadap profitabilitas perusahaan (Devita dan Maswar, 2015:5).

Oleh karena itu, dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, perusahaan melakukan pengungkapan keberlanjutan dalam laporannya. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi karena ingin menunjukkan kepada public bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain dengan industri yang sama. Pengungkapan laporan berkelanjutan juga dibuat sebagai bentuk komunikasi serta pertanggungjawaban perusahaan kepada stakeholder untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Perusahaan juga ingin menunjukkan kepada investor bahwa operasi berjalan efisien. Karena melalui

pengungkapan *sustainability report*, perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan yang berpengaruh terhadap kondisi sosial, masyarakat dan lingkungan (Adhipradana, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Mega Putri Yustira Sari (2013), Azwir Nasir (2014), Pujiastuti (2015), dan Umi Aniswatur Roudtul Hasanah (2016) menunjukkan adanya pengaruh profitabilitas terhadap *sustainability disclosure*.

2.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Sustainability Disclosure*

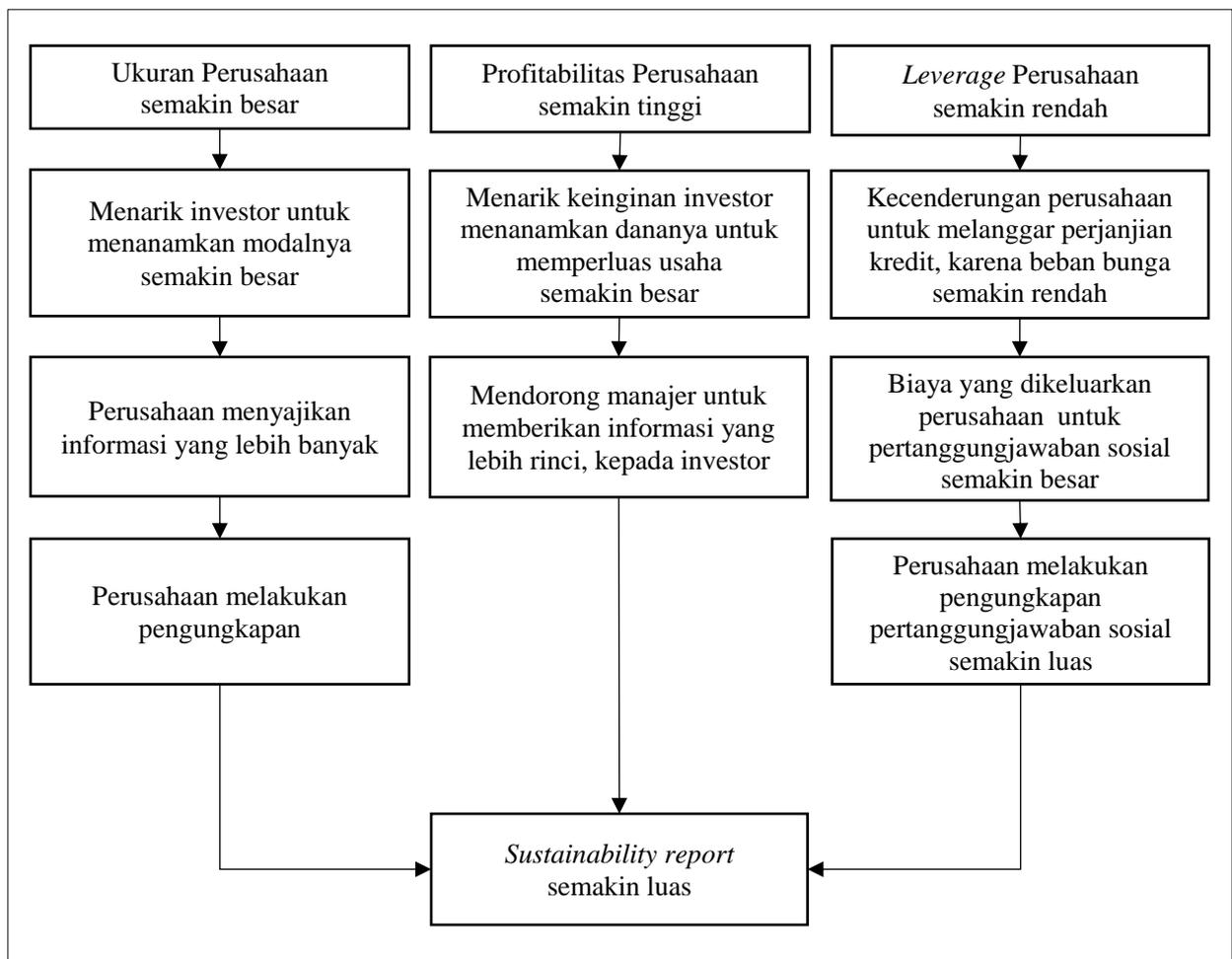
Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang (Rahardjo, 2005). Tingkat *leverage* yang tinggi pada perusahaan juga meningkatkan kecenderungan perusahaan untuk melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Pelaporan laba yang tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman 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 seperti *sustainability report*. (Azwir, Elfi dan Vadela, 2014:6).

Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang rendah akan lebih banyak melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih rendah (Fajar, 2013:46).

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Azwir Nasir (2014), Pujiastuti (2015), dan Ria Aniktia (2015) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *sustainability disclosure*.

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka pemikiran yang diajukan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:63), hipotesis adalah: "... jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan".

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Sustainability Disclosure*.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Sustainability Disclosure*.

H₃ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Sustainability Disclosure*.