

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Pada bab kajian pustaka ini, ditemukan teori-teori dan konsep-konsep yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian. Dalam bab ini akan mengemukakan beberapa teori yang relevan dengan topik penelitian.

2.1.1 Teori Pendukung

2.1.1.1 Stakeholder Theory

Kata stakeholder sendiri mulanya digunakan pertama kali oleh SRI (Stanford Research Institute), yaitu didasarkan “those groups without whose support the organization would cease to exist” (Freeman, 1983). Maknanya lebih kurang merujuk pada eksistensi organisasi atau perusahaan yang sangat ditentukan dari dorongan para kelompok yang mempunyai korelasi dengan perusahaan tersebut (Bukhori & Sopian, 2017). Stakeholder secara singkat didefinisikan sebagai individu yang memiliki kepentingan atau perhatian pada masalah tertentu. Namun, Grimble dan Wellard melihat stakeholder berdasarkan peran dan kekuatan mereka. Menurut definisi tersebut, pemangku kepentingan adalah hubungan yang didasarkan pada kepentingan tertentu. Oleh karena itu, membicarakan teori pemangku kepentingan berarti membahas kepentingan berbagai pihak

Menurut teori stakeholder, suatu perusahaan harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya daripada hanya bertindak untuk kepentingannya sendiri. Oleh karena itu, dukungan yang diberikan oleh stakeholder sangat memengaruhi keberadaan suatu perusahaan. Menurut Gray, Kouhy, dan Adams, upaya bisnis adalah untuk mendapatkan dukungan dari stakeholder karena kelangsungan hidup bisnis bergantung pada mereka. Semakin banyak stakeholder yang berpengaruh, semakin besar upaya perusahaan untuk menyesuaikan diri. Teori stakeholder menekankan akuntabilitas organisasi di luar kinerja keuangan atau ekonomi. Menurut teori ini, organisasi akan memilih untuk secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual mereka lebih dari yang diperlukan untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh stakeholder.

Adapun maksud dari adanya teori ini memberikan suatu gambaran ataupun landasan yang mendasari Sustainability Report Disclosure. Sementara itu, menurut Freeman (2010) dalam Yulianty dan Nugrahanti, (2020). mendefinisikan stakeholders sebagai berikut:

“Sebagai kelompok atau individu yang secara signifikan mempengaruhi dan atau dipengaruhi kesuksesan dan kegagalan dalam pencapaian tujuan tertentu sebuah organisasi. Sedangkan Stakeholders Theory digambarkan sebagai respon manajer kepada lingkungan bisnis yang ada.”

Teori stakeholder terdiri dari dua bidang: etika (moral) dan manajemen. Bidang etika berpendapat bahwa setiap stakeholder memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan bahwa manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh stakeholder. Teori stakeholder juga berpendapat bahwa keberadaan suatu perusahaan membutuhkan dukungan dari

stakeholder, sehingga tindakan perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan mereka juga. Perusahaan harus lebih beradaptasi dengan stakeholder yang lebih kuat. Selanjutnya, komunikasi sosial dan lingkungan dianggap sebagai wacana antara perusahaan dan pihak berwenang.

2.1.1.2 Legitimacy Theory

Menurut teori legitimasi, organisasi secara konsisten mencari cara untuk memastikan operasi mereka sesuai dengan batas dan norma masyarakat. Menurut teori legitimasi, jika manajemen percaya bahwa ini akan memenuhi harapan masyarakat, suatu perusahaan akan melaporkan aktivitasnya secara sukarela. Teori legitimasi bergantung pada gagasan bahwa perusahaan memiliki "kontrak sosial" dengan masyarakat di mana ia beroperasi. Kontrak sosial menjelaskan banyak harapan masyarakat tentang cara organisasi beroperasi. Harapan sosial ini tidak stabil; sebaliknya, mereka berubah seiring berjalannya waktu. Ini berarti bahwa bisnis harus bertindak sesuai dengan lingkungan tempat mereka bekerja.

Menurut teori legitimasi, organisasi harus terus menunjukkan bahwa mereka bertindak sesuai dengan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan dalam laporan perusahaan. Pengungkapan dapat digunakan oleh organisasi untuk menunjukkan kepada manajemen bahwa nilai-nilai sosial penting atau untuk mengarahkan kembali perhatian masyarakat pada dampak negatif dari tindakan organisasi. Menurut studi terdahulu, penilaian pengungkapan lingkungan laporan tahunan sukarela menunjukkan bahwa organisasi menanggapi tekanan publik dengan melaporkan informasi lingkungan dan sosial. Teori legitimasi

menempatkan persepsi publik dan pengakuan publik sebagai dorongan utama pengungkapan informasi laporan keuangan.

Sementara itu, Teori legitimasi Legitimacy theory Menurut Pujiningsih (2020) menyatakan bahwa,

“Teori Legitimasi ini berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin legitimate.”

Penjelasan lainnya terkait dengan teori legitimasi yaitu menurut Suhartini dan Megasyara adalah sebagai berikut:

“Teori legitimasi menjelaskan bahwa setiap perusahaan atau organisasi berhubungan erat dengan masyarakat sehingga perusahaan harus patuh pada norma-norma dalam sosial masyarakat karena jika perusahaan menjalankan operasinya sesuai dengan norma sosial akan membuat perusahaan semakin legitimate.”

Legitimasi adalah kunci untuk kemajuan perusahaan ke depan. Karena norma dan nilai-nilai sosial menciptakan dan menekankan batasan, menurut Dowling dan Pletter, perusahaan harus mendapatkan legitimasi dari semua pihak yang terlibat. Reaksi terhadap batasan tersebut meningkatkan pentingnya analisis perilaku organisasi dengan mempertimbangkan lingkungan. Berbicara tentang teori legitimasi organisasi di negara berkembang. Dia mengatakan bahwa jika perusahaan dapat menerapkan motif maksimalisasi keuntungan, itu akan lebih jelas tentang alasan mereka untuk memenuhi tanggung jawab sosial. Yang kedua adalah bahwa legitimasi organisasi dapat mencakup elemen budaya yang memengaruhi tekanan institusi dalam berbagai situasi.

2.1.2 Visibilitas Media

2.1.2.1 Pengertian Visibilitas Media

Visibilitas Media adalah istilah yang mengacu pada transparansi informasi perusahaan dan tujuannya untuk dikenal oleh publik serta berkomunikasi dengan investor (Humanitisri & Ghozali, 2019). Salah satu cara perusahaan untuk memberikan informasi keberlanjutan perusahaannya kepada publik yaitu melalui media. Media disini dapat berupa platform daring dan jejaring sosial. Platform daring memiliki peran penting dalam mengungkapkan tindakan perusahaan terkait dengan aspek ekonommi, lingkungan, dan sosial (Tizmi et al., 2022).

Ketika suatu perusahaan memiliki reputasi yang baik dan besar, maka perusahaan tersebut mengalami tekanan yang lebih besar dalam mempertahankan reputasinya yang kuat, seperti memenuhi tuntutan pemangku kepentingan dengan mengekspresikan dan terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya (Yu & Liang, 2020). Salah satu penelitian sebelumnya menyatakan bahwa visibilitas media merupakan faktor penentu eksternal yang secara konsisten terbukti memiliki dampak positif signifikan terhadap pengungkapan SR (Dienes et al., 2016).

Hal ini selaras dengan penelitian Gavana dkk. (2017) yang menyatakan bahwa visibilitas media meningkatkan pengungkapan sukarela perusahaan dan menunjukkan bahwa visibilitas media berdampak signifikan terhadap SR.

Berikut beberapa pengertian mengenai visibilitas media menurut para ahli:

Menurut Dr. Cynthia Carter dan Dr. Linda Steiner dalam bukunya yang berjudul; Critical Readings: Media and Gender (2003): Mereka menyatakan bahwa:

“Visibilitas media mengacu pada seberapa sering dan seberapa jelas suatu isu atau topik muncul dalam media massa, yang mencerminkan perhatian yang diberikan oleh media terhadap isu tersebut dan bagaimana isu tersebut dipersepsikan oleh masyarakat.”

Menurut Humanitisri & Ghozali (2019) visibilitas media adalah:

“Media visibility adalah istilah yang mengacu pada transparansi informasi perusahaan dan tujuannya untuk dikenal oleh publik serta berkomunikasi dengan investor.”

2.1.2.2 Manfaat Visibilitas Media

Visibilitas media yang mengacu pada seberapa mudah merek atau individu ditemukan dan dikendali di berbagai platform media, memiliki banyak manfaat penting, seperti yang ditekankan oleh para ahli berikut:

1. Meningkatkan Kesadaran Publik: Visibilitas media membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu penting, baik yang bersifat sosial, politik, ekonomi, atau lingkungan. Dengan adanya liputan yang luas dan terus-menerus dalam media, isu-isu ini menjadi lebih dikenal dan memicu diskusi serta tindakan lebih lanjut dari masyarakat dan pemangku kepentingan.
2. Mendorong Perubahan Sosial: Media memiliki potensi besar untuk mempengaruhi opini publik dan mendorong perubahan sosial. Dengan memberikan visibilitas yang cukup terhadap isu-isu yang memerlukan perhatian, media dapat membantu menciptakan tekanan untuk reformasi atau perubahan kebijakan yang lebih baik.

3. Mengedukasi dan Memperluas Pemahaman: Visibilitas media dapat berperan dalam mengedukasi masyarakat tentang isu-isu kompleks, ilmiah, atau sosial yang relevan. Ini membantu memperluas pemahaman publik dan mendorong dialog yang lebih mendalam mengenai masalah-masalah tersebut.
4. Mengarahkan Perhatian dan Prioritas: Dengan memberikan liputan yang luas terhadap suatu isu, media dapat membantu mengarahkan perhatian publik dan kebijakan pada masalah-masalah yang dianggap penting dan mendesak untuk diselesaikan.
5. Membentuk Opini dan Sikap Publik: Media memiliki kekuatan untuk membentuk opini dan sikap publik terhadap berbagai isu. Visibilitas yang tinggi dalam media dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang suatu isu atau orang tertentu, yang pada gilirannya dapat memengaruhi tindakan dan kebijakan.
6. Mempromosikan Transparansi dan Akuntabilitas: Dengan memberikan liputan yang transparan terhadap berbagai masalah, media membantu mempromosikan keterbukaan dan akuntabilitas dalam berbagai institusi dan organisasi, termasuk pemerintah dan perusahaan.

2.1.2.3 Indikator Pengukuran Visibilitas Media

Visibilitas media adalah istilah yang mengacu pada transparansi informasi Perusahaan dan tujuannya yang dikenal oleh public serta berkomunikasi dengan investor (Humanitstri & Ghozali, 2019). Untuk mengetahui visibilitas media Perusahaan dapat diukur dengan mencari biaya intensitas iklan yang dikeluarkan Perusahaan (Maryana & Carolina, 2021). Adapun rumusnya yaitu:

$$\text{INTENSITAS IKLAN} = \frac{\text{Biaya iklan/promosi}}{\text{Total Pendapatan}}$$

Gambar 2. 1 Pengukuran Visibilitas Media

2.1.3 Digital Banking

2.1.3.1 Pengertian Digitisasi, Digitalisasi, dan Digital Banking

Rambahan digital banking sangat dipengaruhi oleh kian tingginya intensitas penggunaan perangkat teknologi dalam kehidupan sehari-hari manusia. Perangkat teknologi yang dimaksudkan antara lain adalah telepon seluler (mobile phone or handphone) dan komputer, yang keduanya memungkinkan terjadinya koneksi internet. Masifnya penggunaan kedua perangkat tersebut mendorong praktik digital banking yang kian intensif pula. Sundaram, Thomas, dan Agilandeswari (2019) menyatakan bahwa “The internet brought a diffusion of technology in the banking arena. Two of the personal devices which aid this phenomenon are the computer (website) and smartphone (web application).” Akan tetapi, sekalipun pengguna telepon seluler dan internet di Indonesia tercatat sangat

besar jumlahnya, tetapi harus diakui bahwa pemanfaatannya untuk hal-hal yang bersifat produktif, termasuk transaksi keuangan, belumlah semasif yang diharapkan.

Kadar pemahaman masyarakat mengenai digital banking diyakini masih beragam, mulai dari yang sangat mengenal, cukup mengenal, hingga yang tidak atau belum mengenal, dan bahkan tidak peduli. Kondisi ini dilatarbelakangi oleh beberapa faktor penyebab, seperti tingkat dan bidang pendidikan, lingkungan pekerjaan, usia, akses informasi, kendala fisik, dan lain sebagainya. Padahal, saat ini, tidak jarang para nasabah bank atau konsumen layanan publik dihadapkan pada situasi yang tidak lagi bersifat sukarela, melainkan mengharuskan digunakannya layanan digital banking. Misalnya dalam hal pembayaran parkir, jalan tol, atau beberapa jenis tagihan, seperti layanan televisi berbayar, yang sudah tidak lagi menerima pembayaran secara tunai, tetapi hanya menerima uang elektronik.

Tanpa harus memahaminya secara detil dan paripurna, apalagi menguasai teknologinya yang rumit, masyarakat sejatinya sudah memperoleh manfaat yang signifikan dari hadirnya produk dan layanan digital banking. Akan tetapi, tentu saja kemanfaatan yang dimaksud akan menjadi lebih optimal apabila para pengguna digital banking juga memiliki pemahaman yang cukup memadai (*user knowledge*) mengenai perangkat yang sedang atau akan digunakannya.

Lalu, apa sebenarnya yang disebutkan atau dimaksudkan sebagai digital banking? Dasho dkk (2016) menuliskan bahwa tantangan terbesar bagi keseluruhan industri perbankan adalah revolusi digital dan hal ini sangat kompleks bagi bank-bank karena mereka harus berjuang dalam mengimplementasikan dua hal, yaitu (1)

digitization dan (2) digitalization. Terminologi yang pertama dapat dipahami secara intuitif dan selanjutnya telah pula diterjemahkan dengan baik oleh bank-bank ke dalam strategi operasional mereka melalui proliferasi internet.

Dasho dkk (2016) kemudian menguraikan makna dari kedua aspek evolusi digital pada bisnis bank tersebut. Pertama, Digitisasi merupakan suatu optimisasi peluang dengan menggunakan perangkat digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas serta mengoptimalkan beragam sumber daya dan proses yang ada pada suatu bank. Pendekatan ini dapat menghasilkan pengurangan biaya dan meningkatkan fleksibilitas serta kegesitan bank dalam beroperasi.

Kedua, Digitalisasi adalah suatu peluang bisnis dengan menggunakan aset-aset dan kemampuan digital untuk menciptakan layanan-layanan baru yang bernilai bagi para nasabah, sehingga menghasilkan pembeda (new value), inovasi bisnis, dan sumber-sumber pendapatan yang baru bagi bank. Pendekatan ini terutama akan memampukan suatu bank dalam meningkatkan jangkauan layanan (outreach) dan memperoleh nasabah baru.

Kebanyakan bank lebih terfokus atau berhenti hanya untuk menggarap aspek yang digitisasi, tetapi mereka pada dasarnya berpeluang pula untuk mengembangkan aspek yang digitalisasi. Digitalisasi sejatinya lebih dari sekedar menggantikan sistem atau sumber daya yang berbasis analog atau fisik menjadi instrumen-instrumen digital. Akan tetapi, digitalisasi juga menangkap gagasan-gagasan evolusi digital untuk merubah model bisnis serta hubungan di antara nilai nasabah dan pendapatan dari suatu bank.

Shettar (2019) mengemukakan bahwa digital banking dapat dipandang sebagai adopsi dari berbagai teknologi yang paling canggih yang tersedia oleh bank-bank. Menurutnya, inovasi teknologi digital yang baru serta pemikiran yang futuristik telah melahirkan dimensi- dimensi bisnis dan sosial yang sepenuhnya baru. Sedangkan bagi Rajan dan Saranya (2018), digital banking merupakan suatu istilah generik dalam pengembangan layanan dan penyajian produk-produk perbankan melalui jalur-jalur elektronik yang lebih konkrit dan aktual, seperti Automated Teller Machines (ATM), telepon, internet, dan telepon seluler. Ditambahkan, digital banking juga dikenal dengan beberapa istilah lain, seperti electronic banking, cyber banking, home banking, atau virtual banking serta mencakup aktivitas-aktivitas perbankan yang dapat dilakukan di mana saja nasabah berada.

Pada waktunya nanti, akan semakin sulit bagi seseorang untuk menyebutkan layanan pembayaran yang tidak berbasis digital. “Banking in the digital age is now viewed as an onthefly, life style based activity that should make our daily lives convenient” (Infosys, 2019). Tantangan bagi perbankan adalah mengambil bagian dari momen perjalanan nasabah ini dan tetap harus relevan bagi kebutuhan-kebutuhan terkini nasabah. Hanya kemampuan dalam hal inilah yang akan menjamin daya saing dan keberlanjutan bisnis keuangan mereka di masa mendatang. Nasihat yang relevan dan perlu diperhatikan dalam konteks ini adalah “Even the smallest institutions are understanding that the risk of inaction far exceeds the risk of trying new things”.

1990s				
Channel: Branch	Currency: Physical Cash	Sarage: Physical vault, sale deposit box	Transaction mode: Branch transactions	Lending platform: Bank
Today:				
Channel: Omnichannel	Currency: Digital Cash	Sarage: Secure digital strorage, digital record	Transaction mode: Bank's mobile apps, fintects, digital wallets, payment platform	Lending plarform: Emergence of P2P Lending

Gambar 2. 2 Transformasi Perbankan Sejak Tahun 1990an

Sumber: Infosys (2019)

2.1.3.2 Produk dan Layanan Digital Banking

Produk-produk digital banking yang dijalankan oleh perbankan dan mulai semakin dikenali oleh masyarakat karena kemanfaatannya antara lain meliputi: aspek funding, lending, collection, remittance, biller payment, co-branding, quick response code, dan digital core banking. Produk-produk seperti ini dapat merepresentasikan digital banking karena memenuhi aspek digitisasi dan digitalisasi layanan perbankan, dari yang semula hanya dilakukan di kantor-kantor cabang menjadi online serta dapat dilakukan kapan dan di mana saja. Nedumaran dan Baladevi (2018) menuliskan sebgai berikut:

“Online banking, also known as internet banking, e-banking or virtual banking is an electronic payment system that enable customers of a bank or other financial institution to conduct a range of financial transactions through the financial institution’s website. The online banking system will typically connect to or be part of the core banking system operate by a bank

and is in distinction to branch banking which was the conservative way customers accessed banking services”.

Online banking yang memiliki keterbatasan dalam hal layanan setor atau tarik tunai, transfer dana, dan pembayaran tagihan, telah dikembangkan lebih lanjut menjadi mekanisme digital banking yang lebih holistik dan komprehensif. Nasabah dapat melakukan banyak transaksi keuangan dengan semakin mudah, murah, dan cepat yang disertai dengan peningkatan keamanan, termasuk transaksi keuangan yang bersifat lintas bank atau institusi lainnya.

Khanboubi, Boulmakoul, dan Tabaa (2019) menegaskan bahwa digitalisasi layanan keuangan melalui IoT yang menghubungkan banyak obyek tidak dapat dihindari sebagai salah satu peluang yang harus diraih bank agar tetap kompetitif dan bertumbuh. Konsumen saat ini mengharapkan banyak inovasi baru dari bank mereka, khususnya layanan digital terbaru yang menawarkan layanan yang sesuai bagi cara hidup mereka yang baru pula. Loyalitas nasabah sepertinya sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank untuk memenuhi harapan ini. Ketiga peneliti kemudian menyebutkan adanya tujuh tren digital yang telah menggunakan IoT yang memberikan dampak langsung pada layanan keuangan, yaitu *mobile banking, M-banking, crowd-based financing, virtual money, high frequency trading firm, cyber criminality, big data, dan IT analytics*.

“Technology will make banking more personalised and ubiquitous across devices and applications” (KPMG, 2019). Fenomena tersebut dimungkinkan terjadi melalui sejumlah inovasi yang merupakan transisi dari menjadi yang terakhir menuju transformatif. Segala sesuatunya saat ini mengalami akselerasi perubahan

yang seolah-olah tanpa batas dan tanpa akhir. Aspek-aspek perbankan sebagai konsekuensinya menjadi tidak lagi dapat dikenali dari pengalaman kita sehari-hari. Peran yang dimainkan oleh bank mengalami banyak perubahan jalur dan layanan dalam memenuhi kebutuhan hidup nasabahnya. KPMG (2019) mencermati perkembangan hingga 15 tahun ke depan melalui kerangka kerja yang dinamakan Emerging Technology Radar yang mengidentifikasi delapan jenis pengembangan dan kapabilitas teknologi digital yang memiliki potensi terbesar dalam meningkatkan hubungan di antara bank dengan nasabahnya pada tahun 2030 nanti.

1. Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning (MA). AI dan ML akan mengotomasi tugas-tugas yang saat ini membutuhkan intelegensia manusia, sehingga layanan nasabah akan mengalami perubahan, jumlah data yang sangat besar yang dihasilkan oleh IoT dapat dianalisis, dan terjadi peningkatan keamanan data.
2. Distributed Ledger Technology (DLT)/Blockchain. DLT akan mendesentralisasikan atau mendelegasikan pengelolaan data transaksi nasabah dengan menyediakan suatu platform yang lebih terbuka, sedangkan blockchain akan memastikan bahwa sejarah dari semua transaksi yang pernah dilakukan tidak akan pernah dapat dirubah, sehingga memaksa berlangsungnya transparansi dan akuntabilitas di semua bisnis yang melayani konsumen, termasuk perbankan dengan nasabahnya.
3. Biometrics. Passwords dan Personal Identification Number (PIN) yang sekarang masih banyak digunakan diperkirakan akan segera menghilang atau ditinggalkan dan digantikan dengan pendekatan pengamanan secara

biometric, seperti pengenalan wajah atau suara, yang memungkinkan validasi identitas pengguna secara konstan dan real-time serta dapat dilakukan penyusunan profil perilaku nasabah secara lebih akurat.

4. 5G. Akses mobile internet yang sangat cepat ini sebentar lagi akan banyak digunakan oleh konsumen karena berpotensi untuk mencapai kecepatan mengunduh dari internet hingga lebih dari 1 gigabyte perdetik, sehingga dengan segera menyempurnakan pengalaman para pengguna dan menyajikan layanan secara real time.
5. Cloud Computing. Teknologi ini akan menghilangkan kendala-kendala yang selama ini menjadi keterbatasan bagi perangkat keras komputer, khususnya dalam hal penyimpanan dan pemrosesan data, sehingga memungkinkan bank untuk menyediakan kapabilitas pengolahan dalam jumlah yang sangat besar setiap harinya bagi nasabah, dan dapat diakses dari banyak perangkat yang terkoneksi dengan internet.
6. Internet of Things (IoT). Obyek-obyek setiap harinya akan memiliki kemampuan untuk saling terkoneksi pada internet dan menghasilkan data, jauh melebihi kondisi yang ada saat ini, yang memungkinkan beragam produk dan layanan disediakan secara lebih pribadi, sehingga semua aspek kehidupan seorang nasabah tidak perlu lagi saling berbenturan.
7. Augmented Reality (AR)/Virtual Reality (VR). Bank-bank akan mampu menampilkan informasi dunia nyata yang kaya dan lebih lengkap untuk membantu para nasabah dalam membuat keputusan secara lebih efektif serta

menjadi lebih terakses bagi mereka yang mungkin tidak dapat mengunjungi suatu cabang bank karena berbagai alasan, seperti terbatasnya waktu.

8. Quantum Computing. Teknologi ini menyediakan kemampuan (enabler) untuk mengolah dengan sangat cepat volume data dalam jumlah besar yang disediakan melalui IoT, serta akan membantu AI dan ML untuk belajar lebih cepat dalam rangka mencapai tujuan mengotomasi tugas-tugas yang sebelumnya dilakukan oleh pegawai bank secara manual.

2.1.3.3 Sejarah Evolusi Digital Bank 1.0 sampai dengan Digital Bank 4.0

Sesuai dengan perkembangan teknologi, tingkat digitalisasi perbankan juga berubah mengikutinya. Digital Bank 1.0 sudah dimulai kurang lebih 20 tahun yang lalu, yang dinamakan fase e-banking, di mana saat itu dimulai dengan internet banking dengan metode dial-up, contact center bank dapat dihubungi dengan email, informasi produk bank bisa dilihat di web, dan umumnya bank sudah mempunyai sistem IT untuk Customer Relationship Management.

Fase berikutnya adalah Digital Bank 2.0 (tahun 2003- 2008) yang dinamakan fase Multichannel Integration, di mana data pelanggan berbagai channel dalam sistem IT disatukan, dan pelanggan dapat mengajukan layanan melalui web, seperti mengajukan pinjaman, membayar tagihan dan lainnya. Nasabah bisa bertansaksi melalui berbagai channel dan tidak harus berpindah channel setiap kali berpindah transaksi produk pada bank yang sama. Bank mulai membangun data warehouse, dan di masa ini pula kemajuan teknologi memadai untuk industri bank diwajibkan melakukan proses KYC (Know Your Customer). Untuk mendukung multichannel dengan baik, diperlukan arsitektur IT yang berbasiskan Service

Oriented Architecture (SOA). Data analytics yang dilakukan adalah analisis berdasarkan data yang dimiliki oleh bank tersebut yang berasal dari data identitas, demografi, transaksi, dan riwayat kontak dari nasabah yang pernah tercatat dalam sistem.

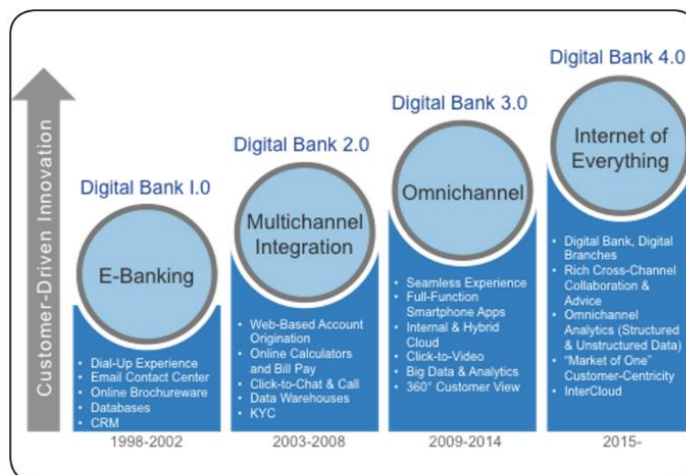
Selanjutnya fase Digital Bank 3.0 atau dinamakan juga fase Omnichannel Integration. Perbedaan terbesar fase Digital Bank 3.0 dengan Digital Bank 2.0 adalah dalam Digital Bank 3.0 sudut pandang bisnis Bank sudah Client-centric, bukan lagi Product-centric seperti dalam Digital Bank 2.0. Dalam fase ini tidak saja data induk dan data transaksi pelanggan di berbagai channel produk telah menjadi satu (multichannel integration), namun juga data lain dari sang pelanggan (data keluhan, data kunjungan, data media sosial, dan sebagainya) telah terintegrasi dengan mulus (seamless omnichannel integration). Dengan demikian bank telah punya sudut pandang 360 derajat (semua aspek) dari pelanggan. Big Data Analytics telah diimplementasikan. Data analytics yang dilakukan dalam Bank 3.0 menjadi Big Data Analytics karena bukan hanya data yang dimiliki internal, namun data yang diambil (data fetch) dari eksternal juga, yang termasuk structured data maupun unstructured data. Sistem IT bank sudah menggunakan Hybrid Cloud selain Internal Cloud. Aplikasi digital banking di smartphone telah ada, dengan fungsi penuh.

Perbedaan terbesar Digital Bank 4.0 dibandingkan dengan Digital Bank 1.0 – 3.0 adalah pada fase Digital Bank 1.0 – 3.0 fokus bisnis dan sistem IT bank adalah melihat ke dalam (inward looking), sedangkan pada Bank 4.0 lebih kepada melihat ke luar (outward looking). Digital Bank 1.0 – 3.0 ini berfokus pada pengembangan sistem digital untuk internal bank dan hanya kepada pelanggan bank sendiri serta

pada produk bank itu sendiri. Ini juga disebut sebagai fase Internet of Everything ataupun fase Open Banking. Dalam fase ini sistem digital bank harus bisa berkomunikasi secara otomatis dan selektif (data dan prosedur yang ditentukan) dengan sistem perusahaan lain misalkan dengan e-commerce serta dengan bank lain.

Oleh karenanya arsitektur sistem yang dibangun harus bisa intercloud engagement, dengan menggunakan API (Application Programming Interface). Melalui API ini juga Bank bisa bertukar data dan informasi (informasi diperoleh dari pengolahan data oleh pihak lain), jadi bisa dibayangkan besarnya data yang bisa diperoleh, yang tentunya harus memberikan output mengenai apa tindakan atau layanan yang meningkatkan nilai bisnis. Dalam fase ini Big Data Analytics perlu diperdalam dengan Machine Learning, Deep Learning, bahkan Neural Network sebagai dasar dari expert systemnya.

Figure 1
Interactive, personalized capabilities will enable "Digital Bank 4.0"



Source: Cisco Consulting Services, 2014

Gambar 2. 3 Evolusi Digitas Bank 1.0, 2.0, 3.0, 4.0

Jika dilihat bank di Indonesia saat ini, umumnya bank di Indonesia ada pada fase Digital Bank 2.0, sebagian kecil sudah pada Digital Bank 3.0, dan sebagian lagi masih pada Digital Bank 1.0 yaitu data seorang pelanggan di berbagai channel (misalkan tabungan, deposito, pinjaman dan lainnya) masih belum menyatu, sehingga perubahan data pada satu channel tidak merubah secara otomatis data pada channel lainnya. Padahal di bulan September 2019 Open Banking telah menjadi suatu keharusan di Eropa, dan tentunya negara lain juga akan mengikuti prinsip yang sama.

Bankir pada umumnya tidak mengerti istilah-istilah teknis di atas tersebut, padahal Digital Bank 4.0 merupakan keniscayaan yang akan dihadapi segera. Padahal banyak pemimpin bank yang unggul dalam bertransformasi digital mengatakan bahwa di masa depan mereka akan menjadi perusahaan teknologi yang mempunyai ijin operasional bank. Karenanya setiap bankir wajib mengerti konsep dan terminologi digital, walaupun tidak perlu sampai bisa membuat program.



Gambar 2. 4 Multichannel-Omnichannel

2.1.3.4 Manfaat Digital Bank

1. Manfaat Digital Bank bagi Nasabah Bank: Transaksi keuangan lebih mudah; Transaksi keuangan lebih cepat; Transaksi keuangan lebih murah; Transaksi keuangan Dimana saja; Transaksi keuangan dapat dilakukan kapan saja; Transaksi keuangan lebih aman; Menikmati diversifikasi produk dan layanan bank.
2. Manfaat Digital Bank bagi Bank: Peningkatan efisiensi bank; Peningkatan transparansi; Peningkatan akuntabilitas; Peningkatan keamanan teknologi informasi; Perluasan jangkauan layanan; Penurunan human error; Perbaikan citra; Peningkatan loyalitas nasabah; Diversifikasi produk dan layanan; Peningkatan kinerja keuangan.

Shettar (2019) menambahkan mengenai manfaat yang diperoleh dari praktik digital banking dengan menuliskan bahwa *“With the increasing usage of smart phones, digitalization of banking sector is inevitable to catch up the increasing expectations of the world. It indeed reduced human errors and increased convenience”*. Ditambahkan bahwa dengan bantuan digital banking, banyak bisnis tidak harus bergantung lagi pada waktu operasi bank yang lazimnya terbatas sama seperti jam kerja pada kantor-kantor lainnya. Transaksi-transaksi keuangan saat ini dapat dilakukan lebih sering oleh nasabah individu maupun organisasi pada jam berapapun. Terdapat beberapa transaksi, seperti pembayaran tagihan atau melakukan pembayaran secara berkala yang dapat diotomasi pada digital banking platform. Jumlah nasabah oleh karenanya telah dan akan terus meningkat dengan

pesat, karena kenyamanan yang mereka peroleh dalam mekanisme yang disebut Shettar (2019) dengan istilah “*Anywhere Banking*”.

2.1.3.5 Indikator Pengukuran Digital Banking

Digital Bank adalah model bisnis online sepenuhnya yang menawarkan produk dan layanan perbankan tradisional. Untuk mengetahui penggunaan Digital Bank Perusahaan dapat diukur dengan mencari Indeks Produk dan Fasilitas Digital yang Diinvestasikan oleh Bank.

2.1.4 Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

2.1.4.1 Pengertian Sustainability Report

Membuat sebuah laporan keberlanjutan merupakan keunikan tersendiri, yang bukan hanya sekedar menerapkan Pedoman yang ada, namun demikian, penting bagi sebuah organisasi untuk mengetahui informasi mana yang perlu disampaikan dalam laporan tersebut. Artinya, tidak semua indikator dalam panduan perlu untuk disampaikan apabila informasi tersebut kurang relevan dengan strategi organisasi dalam tahun berjalan.

Laporan keberlanjutan bukan semata-mata ringkasan dari laporan tahunan yang merupakan kewajiban pelaporan dari sebuah organisasi, khususnya bagi Perusahaan terbuka. Laporan keberlanjutan bersifat strategis yang seharusnya mampu memberikan informasi kinerja keberlanjutan yang telah dilakukan, sedang dilakukan dan target atau komitmen Upaya menjaga keberlanjutan. Maka, identifikasi risiko dan strategi untuk menjaga keberlanjutan organisasi harus dilakukan terlebih dahulu. Organisasi diimbau untuk mampu memberikan informasi ini dalam laporan keberlanjutan yang dibuatnya dan dengan

pengungkapan yang cukup (adequate disclosure) atas kondisi sebenarnya (transparan), baik bersifat positif maupun negatif.

Menurut Elkington (1997) mendefinisikan sustainability report adalah:

“Laporan yang memuat tidak hanya informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan untuk bertumbuh secara berkesinambungan (sustainable performance).”

Menurut Global Reporting Initiative (GRI) mendefinisikan sustainability report

“Proses yang membantu perusahaan dalam menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan menuju ekonomi global yang berkelanjutan, yang menggabungkan profitabilitas jangka panjang dengan tanggung jawab sosial dan perawatan lingkungan. Pelaporan keberlanjutan adalah platform kunci untuk mengkomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, yang mencerminkan dampak positif dan negatif.”

Menurut Puspitandari dan Septiani terkait sustainability report disclosure.

“Di Indonesia penerapan pengungkapan sustainability report masih bersifat voluntary (sukarela). Namun pengungkapan sustainability report ini telah didukung dengan UU Nomor 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, kemudian didukung pula dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1. Sebenarnya, perusahaan harus memantau kepatuhan sustainability mereka untuk membentuk strategi, meningkatkan kinerja, dan membantu investor untuk memahami hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dan indikasi keberlanjutan.”

Pengungkapan laporan keberlanjutan (Sustainability Report) semakin mendapat perhatian dalam praktek bisnis global dan menjadi salah satu kriteria dalam menilai tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Para pemimpin perusahaan-perusahaan dunia semakin menyadari bahwa pengungkapan laporan yang lebih komprehensif (tidak hanya sekedar laporan keuangan) akan mendukung strategi

perusahaan. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, pengungkapan laporan keberlanjutan di Indonesia meskipun masih bersifat sukarela (voluntary), namun bagi perusahaan yang mengungkapkan pelaporan keberlanjutan ini memiliki dampak positif untuk keberlangsungan bagi masing-masing perusahaan.

2.1.4.2 Prinsip Menentukan Isi Laporan

Prinsip untuk menentukan isi laporan terdiri dari 4 aspek, yaitu:

1. Pelibatan Pemangku Kepentingan (stakeholder inclusiveness)

Sebuah organisasi harus mengidentifikasi pemangku kepentingan dan menjelaskan bagaimana menanggapi harapan dan keinginan yang relevan dari mereka. Pemangku kepentingan ini termasuk mereka yang berinvestasi dan mereka yang mempunyai hubungan dengan organisasi. Hubungan antara organisasi dengan pemangku kepentingannya saling mempengaruhi dan seringkali menjadi kunci utama untuk pengambilan Keputusan, termasuk dalam menentukan isi laporan keberlanjutan.

2. Konteks Keberlanjutan (sustainability context)

Laporan sebaiknya menyajikan pandangan dan kinerja organisasi dalam konteks keberlanjutan yang luas. Organisasi dapat menjelaskan Upaya dan kinerja yang telah dan akan dilakukan untuk meningkatkan kondisi ekonomi, sosial dan lingkungan dalam Upaya mewujudkan pembangunan keberlanjutan. Upaya dan kinerja ini dilakukan dalam lingkup sectoral, local, regional, dan global. Penyajian informasi yang hanya mencakup kinerja dan Upaya internal organisasi belum menunjukkan adanya pemahaman atas konteks keberlanjutan.

3. Materialitas (materiality)

Informasi yang material adalah informasi yang mengandung arti penting bagi pemangku kepentingan dan berguna untuk pengambilan Keputusan. Dalam laporan keberlanjutan, informasi ini terkait dengan pemahaman organisasi pada konteks keberlanjutan dan dampaknya bagi pemangku kepentingan, baik dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan,

Informasi material ditentukan berdasarkan praktik internal organisasi dalam setiap tahapan kegiatan, dengan memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan ini berasal dari internal dan eksternal organisasi. Informasi yang dianggap penting oleh pemangku kepentingan internal, belum tentu penting bagi pemangku kepentingan eksternal dan sebaliknya. Oleh karena itu, untuk kebutuhan pelaporan, organisasi harus mengambil Keputusan, yaitu: memprioritaskan apa yang penting dan relevan untuk disajikan dalam laporan. Informasi ini akan berbeda dan bervariasi antar organisasi, terlebih pada industry yang berbeda.

4. Kelengkapan (completeness)

Laporan harus mencakup aspek material dan batasannya, memadai untuk menggambarkan dampak operasi organisasi terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, dan memastikan pemangku kepentingan dapat mengakses laporan yang dibuat organisasi. Kelengkapan merujuk pada dimensi ruang lingkup, Batasan, dan waktu. Kelengkapan juga mengandung arti bahwa informasi yang disajikan cukup memadai dan relevan, sehingga pembaca dapat memahami maksud dari informasi tersebut secara rutin.

2.1.4.3 Prinsip Menentukan Kualitas Laporan

Berikut merupakan beberapa prinsip menentukan kualitas laporan:

1. Perbandingan (comparability)

Organisasi harus memilih, mengkompilasi, dan menyajikan informasi secara konsisten. Informasi harus disajikan dengan memberikan gambaran yang cukup agar pembaca dapat mengetahui perubahan yang terjadi. Perbandingan ini penting untuk evaluasi kinerja organisasi pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Evaluasi dapat dilakukan dengan membandingkan kinerja organisasi di periode sebelumnya, target, tujuan, atau bila memungkinkan kinerja organisasi sejenis.

2. Keseimbangan (Balance)

Laporan harus menyajikan aspek positif dan negative dari kinerja organisasi agar dapat memberikan informasi yang komprehensif dari keseluruhan kinerja. Secara keseluruhan, informasi yang disajikan tidak bias, dan menghindari pemilihan informasi-informasi tertentu saja yang dapat mengarahkan pembaca pada pengambilan Keputusan tertentu.

3. Akurat (Accuracy)

Informasi yang disajikan dalam laporan harus akurat (tepat dan terpercaya) dan detail agar pembaca mendapatkan gambaran yang benar atas kinerja organisasi. Penyajian informasi yang akurat berbeda untuk setiap bentuk informasi dan tujuan dari setiap informasi, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

4. Ketepatan Waktu (Timeless)

Organisasi harus menyajikan informasi dalam laporan secara berkala sehingga laporan dapat digunakan oleh pemangku kepentingan pada saat yang tepat, pada waktu pengambilan Keputusan.

5. Kejelasan (Clarity)

Organisasi harus menyajikan informasi yang dapat dimengerti dan dapat diakses oleh pemangku kepentingan. Penyajian informasi ini juga harus komprehensif sehingga pembaca memahami makna dan informasi yang disajikan.

6. Keandalan (Reliability)

Organisasi harus mengumpulkan, mencatat, mengkompilasi, menganalisis dan menyajikan informasi, serta proses dalam penyiapan laporan, sehingga dapat diuji dan mampu memberikan kepercayaan bagi pembaca atas informasi yang disajikan. Keandalan informasi ini dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi informasi yang disampaikan dalam laporan keberlanjutan dengan dokumen yang mendukungnya, serta memeriksa kesesuaian dengan pedoman pelaporan yang digunakan.

2.1.4.4 Manfaat Sustainability Report

Menurut Global Reporting Initiative (GRI) (dalam Adhima), Adapun manfaat dari sustainability report adalah sebagai berikut:

1. sebagai benchmark kinerja organisasional dengan memperhatikan hukum, norma, undang-undang, standar kinerja, dan prakarsa sukarela.
2. mendemostrasikan komitmen organisasional untuk sustainable development.

3. membandingkan kinerja organisasional setiap waktu.

2.1.4.5 Indikator Pengukuran Sustainability Report Disclosure

Variable ini diukur menggunakan Sustainability Report Disclosure Index (SRDI). Perhitungan SRDI dilakukan dengan memberikan skor 1 jika satu item diungkapkan, dan 0 jika tidak diungkapkan. Setelah dilakukan pemberian skor pada seluruh item, skor tersebut kemudian dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap Perusahaan. Berdasarkan Global Initiative Reporting (GRI) G4 Guidelines (2013). Rumus perhitungan SRDI adalah:

$$\text{SRDI: } \frac{v}{m}$$

Gambar 2. 5 Rumus Pengukuran Sustainability Report Disclosure

Dimana:

SRDI: Sustainability Report Disclosure Index Perusahaan

V: Jumlah Item yang diungkapkan Perusahaan

M: Jumlah item yang diharapkan

Terdapat indikator baru dari GRI, yaitu GRI-standars merupakan indikator terbaru yang di rilis di Indonesia pada Oktober 2021. Dalam standar GRI opsi inti terdiri dari 117 item yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan maupun laporan berkelanjutan yang mencakup, sebagai berikut:

- a. GRI 2 tentang pengungkapan umum yang terdiri dari 30 item pengungkapan.

- b. GRI 3 tentang topik material yang terdiri dari 3 item pengungkapan.
- c. GRI 200 tentang aspek ekonomi yang terdiri dari 17 item pengungkapan.
- d. GRI 300 tentang aspek lingkungan yang terdiri 31 item pengungkapan.
- e. GRI 400 tentang aspek sosial yang terdiri dari 36 item pengungkapan.

Berikut indikator GRI-standards dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2. 1 GRI-Standards

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
GRI 2 PENGUNGKAPAN UMUM (2021)	
2-1	Rincian organisasi.
2-2	Entitas yang termasuk ke dalam laporan keberlanjutan.
2-3	Periode, frekuensi dan titik kontak pelaporan.
2-4	Pernyataan kembali informasi.
2-5	Jaminan eksternal
2-6	Aktivis, rantai nilai dan hubungan bisnis lainnya.
2-7	Tenaga kerja.
2-8	Pekerja yang bukan pekerja langsung.
2-9	Struktur dan komposisi tata kelola.
2-10	Nominasi dan pemilihan badan pemerintahan tertinggi.
2-11	Ketua badan pemerintahan tertinggi.
2-12	Peran badan pemerintahan tertinggi dalam mengawasi manajemen dampak.
2-13	Delegasi tanggung jawab untuk mengelola dampak.
2-14	Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan berkelanjutan.
2-15	Konflik keagenan.
2-16	Komunikasi masalah penting.
2-17	Pengetahuan kolektif dari badan pemerintahan tertinggi.
2-18	Evaluasi kinerja badan pemerintahan tertinggi.
2-19	Kebijakan remunerasi.
2-20	Proses untuk menentukan remunerasi.
2-21	Total rasio kompensasi tahunan.
2-22	Pernyataan tentang strategi pembangunan berkelanjutan.
2-23	Komitmen kebijakan.
2-24	Menanamkan komitmen kebijakan.
2-25	Proses untuk memulihkan dampak negatif.
2-26	Mekanisme untuk mencari nasihat dan mengemukakan masalah.
2-27	Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
2-28	Asosiasi keanggotaan.
2-29	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan.
2-30	Perjanjian perundingan bersama.
GRI 3 – TOPIK MATERIAL (2021)	
3-1	Proses untuk menentukan topik material.
3-2	Daftar topik material.
3-3	Manajemen topik material.
GRI 201 – KINERJA EKONOMI (2016)	
201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
201-2	Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim.
201-3	Kewajiban program pension manfaat pasti dan program pension lainnya.
201-4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
GRI 202 – KEBERADAAN PASAR (2016)	
202-1	Rasio standar upah karyawan pemula berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional.
4	Proporsi manajemen senior yang berasal dari Masyarakat setempat.
GRI 203 – DAMPAK EKONOMI TIDAK LANGSUNG (2016)	
203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan.
203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan.
GRI 204 – PRAKTIK PENGADAAN (2016)	
204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal.
GRI 205 – ANTI KORUPSI (2016)	
205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi.
205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
GRI 206 – PERILAKU ANTI PERSAINGAN	
206-1	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik antipakat dan monopoli.
GRI 207 – PAJAK (2019)	
207-1	Pendekatan terhadap pajak.
207-2	Tata kelola, pengendalian dan manajemen resiko pajak.
207-3	Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak.
207-4	Laporan per negara.
GRI 301 – MATERIAL (2016)	
301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan.
301-3	Produk reclaimed dan material kemasannya.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
GRI 302 – ENERGI (2016)	
302-1	Konsumsi energi di dalam organisasi.
302-2	Konsumsi energi diluar organisasi.
302-3	Intensitas energi.
302-4	Pengurangan konsumsi energi.
302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa.
GRI 303 – AIR DAN EFLUEN (2018)	
303-1	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama.
303-2	Manajemen dampak yang berkaitan dengan pembuangan air.
303-3	Pengambilan air.
303-4	Pembuangan air.
303-5	Konsumsi air.
GRI 304 – KEANEKARAGAMAN HAYATI (2016)	
304-1	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa pada kegiatan keanekaragaman hayati.
304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi.
304-4	Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi.
GRI 305 – EMISI (2016)	
305-1	Emisi GRK (cakupan 1) langsung.
305-2	Emisi energi GRK (cakupan 2) tidak langsung.
305-3	Emisi GRK (cakupan 3) tidak langsung lainnya.
305-4	Intensitas emisi GRK.
305-5	Pengurangan emisi GRK.
305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS).
305-7	Nitrogen Oksida (NO ₂), Sulfur Oksida (SO ₂) dan emisi udara yang signifikan lainnya.
GRI 306 – LIMBAH (2020)	
306-1	Timbulan sampah dan dampak signifikan.
306-2	Pengelolaan dampak signifikan terkait limbah.
306-3	Limbah yang dihasilkan.
306-4	Limbah yang dialihkan.
306-5	Limbah diarahkan ke pembuangan.
GRI 308 – PENILAIAN LINGKUNGAN PEMASOK (2016)	
308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pemasokan dan tindakan yang telah diambil.
GRI 401 – KEPEGAWAIAN (2016)	
401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan.
401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purnawaktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu.
401-3	Cuti melahirkan.
GRI 402 – HUBUNGAN TENAGA KERJA/MANAJEMEN (2016)	
402-1	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional.
GRI 403 – KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA (2018)	
403-1	Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja.
403-2	Identifikasi bahaya, penilaian risiko dan investigasi insiden.
403-3	Layanan kesehatan kerja.
403-4	Partisipasi, konsultasi dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja.
403-5	Pelatihan pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan kerja.
403-6	Peningkatan kualitas kesehatan kerja.
403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis.
403-8	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan kerja.
403-9	Kecelakaan kerja.
403-10	Penyakit akibat kerja.
GRI 404 – PELATIHAN DAN PENDIDIKAN (2016)	
404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan.
404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan pelatihan.
404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier.
GRI 405 – KEANEKARAGAMAN DAN KESEMPATAN SETARA (2016)	
405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan.
405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi Perempuan dibandingkan laki-laki.
GRI 406 – NON DISKRIMINASI (2016)	
406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan yang dilakukan.
GRI 407 – KEBEBASAN BERSERIKAT DAN PERUNDINGAN KOLEKTIF (2016)	
407-1	Operasi dan pemasok dimana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko.

No. Pengungkapan	DESKRIPSI
GRI 408 – PEKERJA ANAK (2016)	
408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak.
GRI 409 – KERJA PAKSA ATAU WAJIB KERJA (2016)	
409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja.
GRI 410 – PRAKTIK KEAMANAN (2016)	
410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia.
GRI 411 – HAK-HAK MASYARAKAT ADAT (2016)	
411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak Masyarakat adat.
GRI 413 – MASYARAKAT LOKAL (2016)	
413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak dan program pengembangan.
413-2	Operasi yang secara actual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal.
GRI 414 – PENILAIAN SOSIAL PEMASOK (2016)	
414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil.
GRI 415 – KEBIJAKAN PUBLIK (2016)	
415-1	Kontribusi politik.
GRI 416 – KESEHATAN KESELAMATAN DAN PELANGGAN (2016)	
416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa.
416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa.
GRI 417 – PEMASARAN DAN PELABELAN (2016)	
417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa.
417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran.
GRI 418 – PRIVASI PELANGGAN (2016)	
418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Sumber: www.globalreporting.org

y

2.1.5 Tata Kelola

2.1.5.1 Definisi Good Governance

Menurut Komite Cadbury, TATA KELOLA adalah prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan Perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan Perusahaan dalam memberikan pertanggungjawaban kepada stakeholders. The organisation for economic corporation and development (OECD mendefinikan TATA KELOLA, sebagai system yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis Perusahaan. Corporate governance mengatur pembagian tugas, hak, dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap Perusahaan, termasuk pemegang saham. Dewan Komisaris, Direksi, dan stakeholders lainnya. Sedangkan, Bank Dunia (World Bank) mendefinisikan TATA KELOLA sebagai Kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber daya Perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka Panjang yang berkesinambung bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Selain itu, Asian Development Bank (ADB) mendefinisikan TATA KELOLA sebagai suatu proses serta struktur yang digunakan untuk mengarahkan sekaligus mengelola bisnis dan urusan Perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas Perusahaan. Adapun tujuan akhirnya adalah menaikkan nilai saham dalam jangka Panjang, tetapi tetap memperhatikan berbagai kepentingan stakeholders lainnya. Australian Stock Exchange (ASX) mendefinisikan TATA KELOLA sebagai system yang dipergunakan untuk

mengarahkan pengelolaan kegiatan Perusahaan. Max Achmad Daniri mendefinisikan TATA KELOLA adalah suatu pola hubungan, system, dan proses yang digunakan oleh organ Perusahaan (Direksi, Dewan Komisaris, RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada Pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka Panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholders lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku.

Beberapa ciri-ciri, pilar kunci dan tujuan TATA KELOLA, yang dikutip dari beberapa sumber adalah sebagai berikut. Menurut the king report-afrika Selatan dalam pickett (2004:30), ada tujuh ciri-ciri Tata Kelola Perusahaan (corporate governance), yaitu: 1) Disiplin-berperilaku benar dan sesuai dengan norma dan aturan; 2) Keterbukaan mengungkapkan secara terbuka atas kejadian-kejadian; 3) Independen-tidak ada pengaruh yang tidak pantas; 4) Akuntabilitas-tindakan Dewan Komisaris dapat ditaksir; 5) Pertanggung jawaban-kepada semua pihak yang berkepentingan; 6) Wajar-hak sebagai kelompok dihormati; 7) Pertanggungjawaban sosial-hubungan yang baik dengan berbagai kalangan Masyarakat.

Menurut Finance Committee on Corporate Governance dalam Effendi (2009), TATA KELOLA merupakan proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis serta aktivitas Perusahaan kearah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas Perusahaan. Sedangkan, menurut Pedoman Umum TATA KELOLA Indonesia yang dikutip dalam Solihin (2009), TATA KELOLA memiliki prinsip-prinsip berupa (1) transparansi, (2) akuntabilitas, (3) Independensi, (4) Kewajaran, dan Kesetaraan.

Dari beberapa referensi dan artikel, dapat disimpulkan bahwa pengertian TATA KELOLA adalah seperangkat system yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha suatu Perseroan untuk memberikan nilai tambah, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada stakeholder, karyawan, kreditor dan Masyarakat sekitar agar terciptanya satu pola atau lingkungan kerja manajemen yang bersih, transparan, dan professional. Pada Indonesia, Code Of Tata Kelola yang diterbitkan oleh Komite Nasional Corporate Governance terdapat 5 prinsip yang harus dilakukan oleh setiap Perusahaan, yaitu: (1) Transparency (keterbukaan informasi), (2) Accountability (akuntabilitas), (3) Responsibility (pertanggung jawaban), (4) Independency (kemandirian), dan (5) Fairness (kesetaraan dan kewajaran).

Tujuan pokok good governance adalah tercapainya kondisi pemerintahan atau Perusahaan yang dapat menjamin kepentingan pelayanan public secara seimbang dengan dengan melibatkan Kerjasama antar semua pihak atau stakeholder (negara, Perusahaan, Masyarakat madani dan sektor swasta) (Hardiyansyah, 2011:105).

Dalam penerapannya, good corporate governance (TATA KELOLA) membutuhkan proses yang sangat Panjang, membutuhkan komitmen, Kerjasama, dan dukungan dari berbagai unsur dlam Masyarakat. Meskipun saat ini telah ada undang-undang Perseroan terbatas yang mendukung terlaksananya TATA KELOLA, tetapi masih banyak dibutuhkan berbagai hal lain di luar peraturan-peraturan tersebut untuk terciptanya TATA KELOLA.

2.1.5.2 Prinsip-prinsip Tata Kelola

Dalam konteks tumbuhnya kesadaran akan arti penting, TATA KELOLA, Organization for Economic Corporation and Development (OECD) mengembangkan seperangkat prinsip-prinsip Tata Kelola dan dapat ditetapkan secara luwes (fleksibel) sesuai dengan keadaan, budaya, dan tradisi di masing-masing negara. Prinsip-prinsip TATA KELOLA menurut L Nyoman (200:50) dan Lena Setiawati et. Al (2005:84) yang pengertiannya hamper sama adalah sebagai berikut:

1) Fairness (Kewajaran)

Perusahaan dalam melakukan kegiatan, harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan. Perlakuan setara terhadap pemegang saham dengan klasifikasi yang sama, harus diperlakukan setara terhadap Perseroan. Equitable of stakeholders atau perlakuan yang sama terhadap pemegang saham, khususnya terhadap pemegang saham minoritas dan pemegang saham dari luar negeri (Indonesian Marker Link, 404).

Perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, terutama kepada pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing, dengan keterbukaan informasi yang penting serta melarang pembagian untuk pihak sendiri dan perdagangan saham oleh orang dalam (insider trading). Prinsip ini diwujudkan antara lain dengan membuat peraturan korporasi yang melindungi kepentingan minoritas, membuat pedoman perilaku Perusahaan (corporate conduct) dan atau kebijakan-kebijakan yang melindungi korporasi terhadap pembuatan buruk orang

dalam, self-dealing, dan konflik kepentingan, menetapkan peran dan tanggung jawab Dewan Komisaris, Direksi, dan Komite, termasuk system remunerasi, menyajikan informasi secara wajar atau pengungkapan penuh material apapun, mengedepankan equal job opportunity.

Sehubungan dengan hal tersebut, dalam rangka pelaksanaan prinsip Tata Kelola (TATA KELOLA), maka dunia usaha sekarang ini, memerlukan komisaris independent yang duduk dalam jajaran pengurus Perseroan. Diharapkan kehadiran komisaris independen tidak hanya sekedar symbol, atau hiasan, bahkan ada yang menyebutkan sebagai shock therapy bagi orang yang bermaksud tidak baik terhadap Perseroan.

2) Pengungkapan dan Transparansi (Disclosure and Transparency)

Hak-hak para pemegang saham harus diberi informasi dengan benar dan tepat pada waktunya mengenai Perusahaan, dapat ikut berperan serta dalam pengambilan Keputusan mengenai perubahan-perubahan yang mendasar atas Perusahaan, dan turut memperoleh bagian dari keuntungan Perusahaan. Pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya serta transparansi mengenai semua hal yang penting bagi kinerja Perusahaan, keoemilikan, serta kepentingan pihak-pihak lainnya yang terkait dengan Perusahaan (stakeholders).

Prinsip ini diwujudkan antara lain dengan mengembangkan system akuntansi yang berbasis standar akuntansi dan best practices yang menjamin adanya laporan keuangan dan pengungkapan yang berkualitas, mengembangkan information technology (IT) dan Management Information System (MIS) untuk menjamin adanya pengukuran kinerja yang memadai dan proses pengambilan

Keputusan yang efektif oleh Dewan Komisaris dan Direksi, mengembangkan Enterprise risk management yang memastikan bahwa semua risiko signifikan telah diidentifikasi, diukur, dan dapat dikelola pada Tingkat toleransi yang jelas, mengumumkan jabatan yang kosong secara terbuka.

Tujuan adanya transparansi adalah agar Perusahaan menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan per undang-undangan, tetapi juga hal penting untuk pengambilan Keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya.

3) Akuntabilitas (Accountability)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan. Semua itu perlu dilakukan demi terciptanya Perusahaan yang dikelola dengan benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan Perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan yang lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

Tanggung jawab manajemen melalui pengawasan yang efektif (effective oversight) berdasarkan balance of power antara manajer, pemegang saham, dewan komisaris, dan auditor. Semua itu merupakan bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada Perusahaan dan para pemegang saham. Prinsip ini diwujudkan antara lain dengan menyiapkan laporan keuangan pada waktu yang tepat dan dengan cara yang tepat, mengembangkan komite audit dan risiko untuk mendukung

fungsi pengawasan oleh dewan komisaris, mengembangkan dan merumuskan Kembali peran dan fungsi audit internal sebagai mitra bisnis strategik berdasarkan best practices, transformasi menjadi: “risk-based” pemeriksaan, menjaga manajemen kontrak yang bertanggung jawab dan mengelola pertentangan, penegakan hukum(system penghargaan dan sanksi). Menggunakan auditor eksternal yang memenuhi syarat (berbasis profesionalisme).

4) Pertanggungjawaban (Responsibility)

Peranan pemegang saham harus diakui sebagaimana ditetapkan oleh hukum dan kerja sama yang aktif antara Perusahaan serta para pemegang kepentingan dalam menciptakan kekayaan, lapangan kerja, dan Perusahaan yang sehat dari aspek keuangan. Hal ini merupakan tanggung jawab korporasi sebagai anggota Masyarakat yang tunduk kepada hukum dan bertindak sengan memperhatikan kebutuhan-kebutuhan Masyarakat sekitarnya. Sebelumnya Perusahaan diharuskan membentuk sekretaris Perusahaan yang berfungsi untuk: mengikuti perkembangan peraturan pasar modal, memberikan pelayanan informasi kepada Masyarakat, dan memberika masukan kepada direksi atas kepatuhan terhadap peraturan perundangan pasar modal. Prinsip ini diwujudkan dengan kesadaran bahwa tanggung jawab merupakan konsekuensi logis dari adanya wewenang, menyadari akan adanya tanggung jawab sosial, menghindari penyalahgunaan kekuasaan, menjadi professional dan menjunjung etika, dan memelihara lingkungan bisnis yang sehat.

2.1.5.3 Pilar Tata Kelola

Perwujudan Good Corporate ditunjukkan pada hubungan 3 (tiga) pilar good governance, diantaranya:

- 1) Pemerintah sebagai Good public governance, masyarakat dan dunia usaha swasta sebagai Tata Kelola. Konsepsi pemerintahan pada dasarnya adalah kegiatan kenegaraan atau pemerintah daerah untuk menjalankan tugas kenegaraan yang bertujuan untuk mensejahterakan rakyat, pemerintah berperan dalam mengarahkan, memfasilitasi kegiatan pembangunan. Selanjutnya pemerintah juga memiliki peran memberikan peluang lebih banyak kepada masyarakat dan swasta dalam pelaksanaan pembangunan.
- 2) Swasta berperan sebagai pelaku utama dalam pembangunan, mencakup perusahaan swasta yang aktif dalam interaksi sistem pasar, seperti: industri pengolahan, perdagangan, perbankan, dan koperasi, termasuk kegiatan sektor informal, menjadikan usaha sektor non pertanian sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi wilayah, pelaku utama dalam menciptakan lapangan kerja, dan kontributor utama penerimaan pemerintah dan daerah.
- 3) Masyarakat berperan sebagai pemeran utama (bukan berpartisipasi) dalam proses pembangunan, kelompok masyarakat dalam konteks kenegaraan pada dasarnya berada diantara atau ditengah-tengah antara pemerintah dan perseorangan, yang mencakup baik perseorangan maupun kelompok masyarakat yang berinteraksi secara sosial politik, dan ekonomi. Perlu pengembangan dan penguatan kelembagaan agar mampu mandiri dan membangun jaringan dengan berbagai pihak dalam melakukan fungsi

produksi dan fungsi konsumsinya, serta perlunya pemberdayaan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas dan kualitas produksinya. Good Governance hanya bermakna bila keberadaannya ditopang oleh lembaga yang melibatkan kepentingan publik.

2.1.5.4 Manfaat Penerapan Prinsip Tata Kelola (TATA KELOLA)

Penerapan prinsip Tata Kelola yang efektif dapat memberikan masukan dalam memperbaiki kondisi suatu perusahaan untuk menuju kearah pengelolaan yang lebih baik. Prinsip ini juga tidak hanya melindungi kepentingan para investor saja tetapi juga dapat menghasilkan suatu manfaat yang menguntungkan bagi perusahaan. Berbagai manfaat dan keuntungan yang diperoleh dengan penerapan Tata Kelola dapat dilihat sebagai berikut:

Terkait manfaat Tata Kelola bagi perusahaan atau korporasi, Joko Dwiridotjahjono dalam [Jurnal Administrasi Bisnis \(2009\), Vol. 5 No.2](#), menerangkan bahwa manfaat dari penerapan Tata Kelola, antara lain:

1. Perusahaan dapat meminimalisir agency cost atau biaya yang timbul sebagai akibat dari adanya pendelegasian kewenangan kepada manajemen, termasuk halnya biaya penggunaan sumber daya perusahaan oleh manajemen untuk kepentingan pribadi maupun dalam rangka pengawasan perilaku manajemen itu sendiri.
2. Perusahaan dapat meminimalisir cost of capital atau biaya modal yang harus ditanggung jika perusahaan mengajukan pinjaman kepada kreditur. Hal ini merupakan dampak dari pengelolaan perusahaan secara baik dan sehat yang berdampak pada referensi positif bagi kreditur.

3. Dengan Tata Kelola, proses pengambilan keputusan akan berlangsung lebih baik sehingga menghasilkan keputusan yang optimal dan efisien. Selain itu, akan berpengaruh positif pula terhadap kinerja perusahaan.
4. Meminimalisir terjadinya penyalahgunaan wewenang oleh direksi dalam hal pengelolaan perusahaan.
5. Kepercayaan investor yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini akan membuat perusahaan dapat mengakses tambahan dana lebih muda, terutama untuk tujuan investasi.
6. Nilai saham akan meningkat, jumlah atau nilai dividen yang akan diterima pemilik saham pun akan meningkat.
7. Motivasi dan kepuasan kerja karyawan juga diperkirakan akan meningkat yang mana pada tahap selanjutnya dapat meningkatkan produktivitas dan sense of belonging terhadap perusahaan.
8. Tingkat kepercayaan para stakeholder kepada perusahaan akan meningkat dan membuat citra positif perusahaan ikut naik.
9. Meningkatkan kualitas laporan keuangan perusahaan.

2.1.5.5 Indikator Pengukuran Tata Kelola (TATA KELOLA)

Tata Kelola didefinisikan sebagai seperangkat system yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha suatu Perseroan untuk memberikan nilai tambah, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada stakeholder, karyawan, kreditor dan Masyarakat sekitar agar terciptanya satu pola atau lingkungan kerja manajemen yang bersih, transparan, dan professional. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variable dengan variabel lainnya penting

untuk dilakukan pengukuran untuk mengetahui hasil secara kuantitatif ataupun statistik dari data yang diamati. Pengukuran ini dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian.

Pengukuran Tata Kelola ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif kebijakan Good Corporate Governance diterapkan di suatu perusahaan, terutama di perusahaan yang bekerja dalam subsector perbankan. Sementara itu, menurut Putra dan Dewayanto (2019) menyatakan bahwa dalam melakukan pengukuran terhadap variabel Tata Kelola terdapat indeks Tata Kelola yang dimaksudkan untuk mengetahui dan mengukur kualitas penerapan kebijakan Tata Kelola. Adapun dalam penelitian ini Variabel Tata Kelola di proksikan dengan Visibilitas media dan Digital bank.

Menurut Iwan (2019), pengukuran Tata Kelola adalah sebagai berikut:

- a. Dewan Komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat atau arahan kepada direksi Perseroan Terbatas (PT). Dewan komisaris ditunjuk sebagai sekelompok orang yang mengawasi kegiatan dan operasional perusahaan. Dalam penelitian ini, Dewan komisaris diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{PDK} = \frac{\text{jumlah komisaris independen}}{\text{jumlah seluruh anggota dewan komisaris}} \times 100$$

- b. Kepemilikan Institusional (KI) diukur dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki oleh institusi dengan jumlah saham yang beredar. Saham yang dimiliki oleh institusi adalah total keseluruhan jumlah saham

yang dimiliki oleh organisasi atau Perusahaan lain serta Lembaga pemerintahan. Rumus untuk menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$KI: \frac{\text{jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100$$

- c. Kepemilikan Manajerial (KM): diukur dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki manajer dengan jumlah saham yang beredar. Jumlah saham yang dimiliki manajer adalah total keseluruhan jumlah saham yang dimiliki oleh jajaran komisaris dengan direksi Perusahaan. Sementara, jumlah saham yang beredar adalah total saham biasa. Rumus untuk menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$KM: \frac{\text{jumlah saham yang dimiliki manajer}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100$$

- d. Komite Audit merupakan persentase jumlah anggota komite yang berasal dari luar Perusahaan terhadap jumlah seluruh anggota komite audit Perusahaan. Untuk mengukur Komite Audit (KA) rumus menghitungnya sebagai berikut:

$$KA: \frac{\text{jumlah anggota komite audit dari luar}}{\text{jumlah seluruh anggota komite audit}} \times 100$$

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Dewan Komisaris sebagai proksi dari Tata Kelola karena pengaruh langsungnya dalam membentuk strategi Perusahaan, praktik manajemen risiko, dan standar etika dalam suatu organisasi. Fungsi pengawasan dewan komisaris, termasuk manajemen risiko, pelaporan keuangan, dan perilaku etis, menjadikannya indikator yang andal untuk mengukur kualitas praktik tata Kelola di Perusahaan. Dengan memeriksa dewan komisaris sebagai proksi untuk variable tata Kelola, peneliti dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana karakteristik dewan mempengaruhi proses dalam pengambilan Keputusan organisasi, hubungan pemangku kepentingan, dan keberlanjutan jangka Panjang.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis (Nama & Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Bambang Subagjo & Ety Murqaningsari, 2023	Pengaruh Visibilitas Media Dan Digital Bank Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Dengan Tata Kelola Sebagai Variabel Moderasi	Media Visibility; Digital Bank; Sustainability Reporting Disclosure; Corporate Governance	Hasil penelitian menunjukkan bahwa visibilitas media dan digital bank berpengaruh negatif yang signifikan terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, Tata kelola melalui komposisi komisaris independent memperkuat pengaruh positif Ketika memoderasi pengaruh visibilitas media dan digital bank terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.
2.	Elvitra Faradea Tyasa & Salma Taqwa, 2023	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Media Visibility dan Umur Perusahaan	managerial ownership; media visibility; company age;	Hasil dari riset ini mengindikasikan dalam konteks perusahaan yang mengungkapkan sustainability report) tahun 2018-2022, terdapat temuan yaitu

No.	Penulis (Nama & Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
		terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022	sustainability report disclosure.	kepemilikan manajerial berpengaruh positif, media visibility tidak berpengaruh dan umur perusahaan terpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report.
3.	Badingatus Solikhah & Arga Mustika Winarsih, 2016	Pengaruh Liputan Media, Kepekaan Industri, Struktur Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Lingkungan	Liputan media, kepekaan industri, tata kelola perusahaan, pengungkapan lingkungan, model efek tetap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepekaan industri, multiple directorship, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan ROA berpengaruh positif terhadap kualitas pengungkapan lingkungan. Hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh negatif dari komisaris independen terhadap kualitas pengungkapan lingkungan. Penelitian ini juga memberikan bukti bahwa liputan media, keragaman gender, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan lingkungan.
4.	Mariana & Yenni Carolinaz, 2021	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, Media Visibilitas dan Profitabilitas pada Pengungkapan Laporan Keberlanjutan	Kinerja keuangan; Ukuran Perusahaan; Usia Perusahaan; Manfaat; Visibilitas Media; Pelaporan Keberlanjutan	Hasil penelitian dengan pengujian parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan visibilitas media perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan SR. Secara parsial, Ukuran Perusahaan dan Visibilitas Media tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan SR. Leverage dan Usia Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan SR, sedangkan

No.	Penulis (Nama & Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
				profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan SR.
5.	Alivia Meyrizka Utami & Mega Dwi Septivani, 2023	Peran Perbankan Digital dalam Memimpin Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan	Perbankan digital, pengambilan risiko, laporan keberlanjutan, COVID-19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Banking terbukti mengurangi pengambilan risiko dan meningkatkan kualitas pelaporan keberlanjutan bank-bank di Indonesia.
6.	Chen Zhixia et al. 2018	Perbankan Hijau Untuk Keberlanjutan Lingkungan-status saat ini agenda masa depan: Pengalaman dari Bangladesh	Perbankan Hijau & Keberlanjutan Lingkungan	Untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonomi secara aman, sektor perbankan di negara-negara berkembang harus bersikap proaktif dan harus mempertimbangkan lingkungan hidup sebagai komitmen utama dalam semua aktivitas bisnis mereka. Karena adanya perubahan lingkungan yang terus-menerus, bank dapat memperoleh kembali keuntungan dari investasinya dan menjadikan industri yang menimbulkan polusi menjadi ramah lingkungan dengan menerapkan pedoman lingkungan dalam aktivitas pemberian pinjamannya.
7.	Giovanna Gavana et al. 2016	Pelaporan Keberlanjutan di Perusahaan Keluarga: Analisis Data Panel	Pelaporan keberlanjutan; perusahaan keluarga; legitimasi; pemangku kepentingan; kekayaan sosio-emosional; Inisiatif Pelaporan Global	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan keluarga lebih sensitif terhadap paparan media dibandingkan perusahaan non-keluarga dan bahwa pengendalian keluarga meningkatkan pengungkapan keberlanjutan ketika dikaitkan dengan pengaruh langsung keluarga terhadap bisnis, dengan kehadiran pendiri di dewan direksi, atau dengan memiliki keluarga. CEO. Dalam kasus pengaruh tidak

No.	Penulis (Nama & Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
				langsung, tanpa keterlibatan keluarga dalam dewan, tingkat kepemilikan keluarga berhubungan negatif dengan pelaporan keberlanjutan. Di sisi lain, identifikasi formal keluarga dengan perusahaan berdasarkan nama bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial.
8.	Nurma Puspitasari et al. 2023	Pengaruh Tata Kelola dan Financial Distress Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan	Audit Committee Size, Board of Directors Size, Independent Commissioner Size, Financial Distress, Sustainability Report Disclosure	Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan infrastruktur yang terdaftar di BEI selama periode 2020–2022 adalah sebagai berikut: Ukuran komite audit berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, Ukuran direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, Ukuran komisaris independen berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, dan Financial distress tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.
9.	Abdul Aziz, 2014	Analisis Pengaruh Tata Kelola (Tata Kelola) Terhadap Kualitas Pengungkapan Sustainability Report (Studi Empiris Pada Perusahaan Di	Sustainability Report (SR), Laporan Keberlanjutan, Karakteristik Mekanisme pengawasan dalam TATA KELOLA, Dewan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengungkapan SR di Indonesia, sedangkan ukuran Dewan Komisaris, proporsi Komisaris Independen, ukuran Komite Audit, kepemilikan

No.	Penulis (Nama & Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
		Indonesia Periode Tahun 2011-2012)	Komisaris, Komite Audit, Struktur kepemilikan.	saham institusional, kepemilikan saham terkonsentrasi, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengungkapan SR di Indonesia.
10.	Muly Adra Madona & Muhammad Khafid, 2020	Pengaruh Tata Kelola terhadap Pengungkapan Sustainability Report dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi	Sustainability Report, proporsi komisaris independent, komite audit, kepemilikan manajerial, dan ukuran perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi komisaris independen berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan keberlanjutan laporan, sedangkan komite audit dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan. Proporsi komisaris independen yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan menunjukkan hasil positif yang memperkuat pengaruh pengungkapan laporan keberlanjutan. Selain itu komite audit dan kepemilikan manajerial yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Diawali dengan konsep pertanggung jawaban dari para Perusahaan dan para pelaku usaha kepada Masyarakat. Salah satunya dengan adanya visibilitas media yang merupakan media transparansi informasi Perusahaan dengan tujuan agar dikenal oleh public dan berkomunikasi dengan investor. Ketika Perusahaan memiliki reputasi besar, Perusahaan akan mengalami tekanan yang lebih besar dalam mempertahankan reputasinya, seperti memenuhi tuntutan stakeholders dengan mengekspresikan dan terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial mereka

Dan dengan adanya digital banking, digitalisasi memberikan beberapa manfaat dimana konsumen dan pemangku kepentingan dapat melihat secara langsung laporan perusahaan yang meningkatkan transparansi dan mengurangi asimetri informasi sehingga perusahaan dapat berkembang, dan membandingkan berbagai produk perusahaan, hal ini akan menciptakan keunggulan kompetitif antar pesaing dan meningkatkan keberlanjutan (Nobanee & Ellili, 2016). Perbankan Digital juga dapat meningkatkan kesadaran akan isu keberlanjutan di kalangan penggunanya (Chen et al., 2018). Dari kedua hal tersebut, nantinya akan berdampak kepada pengungkapan laporan berkelanjutan pada tiap Perusahaan.

2.2.1 Pengaruh Visibilitas Media dan Digital Bank Terhadap Pengungkapan Laporan Berkelanjutan

Visibilitas media merupakan media transparansi informasi perusahaan dengan tujuan agar dikenal oleh publik dan berkomunikasi dengan investor. Ketika perusahaan memiliki reputasi besar, perusahaan akan mengalami tekanan yang lebih besar dalam mempertahankan reputasinya, seperti memenuhi tuntutan

stakeholders dengan mengekspresikan dan terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial mereka. Salah satu studi sebelumnya menemukan bahwa kehadiran media merupakan faktor eksternal yang sering terbukti memiliki pengaruh signifikan dan menguntungkan pada rilis laporan keberlanjutan. Perusahaan secara konsisten berupaya menjaga reputasinya untuk mendapatkan kepercayaan publik dan membuktikan legitimasinya. Oleh karena itu, jumlah perhatian media yang diperoleh beberapa topik mungkin berdampak pada seberapa baik informasi masyarakat tentang isu-isu tertentu. (Bambang Subagyo, Etty Murwaningsari, 2023).

Media sosial telah menciptakan peluang baru bagi perusahaan untuk terlibat dalam komunikasi dengan para stakeholders dan menerima umpan balik langsung dari mereka. Dengan memiliki visibilitas media yang kuat, sebuah perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk mempertahankan reputasinya yang baik di hadapan publik dan stakeholders. Sesuai dengan teori legitimasi, semakin banyak perusahaan yang memiliki visibilitas media maka tekanan dari berbagai pemangku kepentingan untuk mendapatkan atau mengamankan legitimasi mereka dengan terlibat dalam keberlanjutan. Karena perusahaan – perusahaan tersebut sangat terlihat lebih terkena pengawasan publik, yang mencerminkan perhatian publik terhadap Perusahaan diterima oleh pemangku kepentingan eksternal (Schreck & Raithel, 2018).

Selain mengurangi pemborosan sumber daya lingkungan, Perbankan Digital juga dapat meningkatkan kesadaran akan isu keberlanjutan di kalangan penggunanya (Chen et al., 2018). Dalam praktiknya, bank juga dapat

memanfaatkan perbankan digital sebagai media untuk mempromosikan digital dan didorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial bank. Berdasarkan konsep keberlanjutan, yang selama ini terutama digunakan untuk isu-isu perbankan, keberlanjutan digital menggambarkan penggunaan sumber daya secara sadar sehingga penciptaan dan penggunaannya bersifat terkini. Hal ini tidak mengorbankan kebutuhan generasi mendatang (Amidjaya & Widagdo, 2020). Temuan tersebut memberikan gambaran bahwa fintech berperan penting dalam mempercepat pengembangan dan inovasi bisnis keuangan serta dampak signifikan dan positif dari fintech dan pengelolaan keuangan dalam mendukung kinerja perusahaan yang berkelanjutan (Al Hammadi & Nobanee, 2019).

Perbankan digital umumnya menjadi bagian dari praktik perbankan hijau. Selain mengurangi pemborosan sumber daya lingkungan untuk membantu lingkungan, juga dapat meningkatkan kesadaran akan isu-isu keberlanjutan kepada penggunanya. Dalam praktiknya, perbankan juga dapat menggunakan digital banking sebagai media untuk mempromosikan kegiatan sosial dan lingkungan mereka. Sebagai tanggapan, pengguna perbankan digital didorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial bank.

2.2.2 Pengaruh Visibilitas Media Terhadap Pengungkapan Laporan Berkelanjutan

Visibilitas media merupakan media transparansi informasi perusahaan dengan tujuan agar dikenal oleh publik dan berkomunikasi dengan investor. Ketika perusahaan memiliki reputasi besar, perusahaan akan mengalami tekanan yang lebih besar dalam mempertahankan reputasinya, seperti memenuhi tuntutan

stakeholders dengan mengekspresikan dan terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial mereka. Salah satu studi sebelumnya menemukan bahwa kehadiran media merupakan faktor eksternal yang sering terbukti memiliki pengaruh signifikan dan menguntungkan pada rilis laporan keberlanjutan. Perusahaan secara konsisten berupaya menjaga reputasinya untuk mendapatkan kepercayaan publik dan membuktikan legitimasinya. Oleh karena itu, jumlah perhatian media yang diperoleh beberapa topik mungkin berdampak pada seberapa baik informasi masyarakat tentang isu-isu tertentu. (Bambang Subagyo, Etty Murwaningsari, 2023).

Media sosial telah menciptakan peluang baru bagi perusahaan untuk terlibat dalam komunikasi dengan para stakeholders dan menerima umpan balik langsung dari mereka. Dengan memiliki visibilitas media yang kuat, sebuah perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk mempertahankan reputasinya yang baik di hadapan publik dan stakeholders. Sesuai dengan teori legitimasi, semakin banyak perusahaan yang memiliki visibilitas media maka tekanan dari berbagai pemangku kepentingan untuk mendapatkan atau mengamankan legitimasi mereka dengan terlibat dalam keberlanjutan. Karena perusahaan – perusahaan tersebut sangat terlihat lebih terkena pengawasan publik, yang mencerminkan perhatian publik terhadap Perusahaan diterima oleh pemangku kepentingan eksternal (Schreck & Raithel, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lodhia et al. (2020) dan Raquiba & Ishak (2020) menjelaskan bahwa perusahaan memang menggunakan media sosial untuk melegitimasi keberadaan mereka kepada stakeholders melalui komunikasi

simbolik yang berguna untuk pengungkapan sustainability report. Visibilitas media merupakan media transparansi informasi perusahaan dengan tujuan agar dikenal oleh publik (Humanitisri & Ghozali, 2018). Salah satu penelitian sebelumnya menyatakan bahwa visibilitas media merupakan faktor penentu eksternal yang secara konsisten terbukti memiliki dampak positif signifikan terhadap pengungkapan SR (Dienes et al., 2016). Hal ini selaras dengan penelitian Gavana dkk. (2017) yang menyatakan bahwa visibilitas media meningkatkan pengungkapan sukarela perusahaan dan menunjukkan bahwa visibilitas media berdampak signifikan terhadap SR.

Penelitian sebelumnya mendukung pemahaman penulis bahwa visibilitas media berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan berkelanjutan. Dengan adanya visibilitas media, perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk mempertahankan reputasi yang baik di mata publik dan stakeholder. Diantaranya, memenuhi kepentingan stakeholder dengan ikut serta dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial mereka dalam laporan keberlanjutan (sustainability report).

2.2.3 Pengaruh Digital Bank Terhadap Pengungkapan Laporan Berkelanjutan

Beberapa penelitian sebelumnya membahas bagaimana peluang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi serta inovasi digital dapat mengatasi pelaporan keberlanjutan tradisional dan merangsang unit kerja untuk mengadopsi pendekatan yang lebih proaktif terhadap keberlanjutan (Rodriguez et al., 2014). Teknologi keuangan merupakan subjek penting untuk memicu penelitian

di semua sektor karena konektivitas digital merupakan bagian penting dari keberlanjutan (Anshari et al., 2019). Positifnya, digitalisasi memberikan beberapa manfaat dimana konsumen dan pemangku kepentingan dapat melihat secara langsung laporan perusahaan yang meningkatkan transparansi dan mengurangi asimetri informasi sehingga perusahaan dapat berkembang, dan membandingkan berbagai produk perusahaan, hal ini akan menciptakan keunggulan kompetitif antar pesaing dan meningkatkan keberlanjutan (Nobanee & Ellili, 2016).

Selain mengurangi pemborosan sumber daya lingkungan, Perbankan Digital juga dapat meningkatkan kesadaran akan isu keberlanjutan di kalangan penggunanya (Chen et al., 2018). Dalam praktiknya, bank juga dapat memanfaatkan perbankan digital sebagai media untuk mempromosikan digital dan didorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial bank. Berdasarkan konsep keberlanjutan, yang selama ini terutama digunakan untuk isu-isu perbankan, keberlanjutan digital menggambarkan penggunaan sumber daya secara sadar sehingga penciptaan dan penggunaannya bersifat terkini. Hal ini tidak mengorbankan kebutuhan generasi mendatang (Amidjaya & Widagdo, 2020). Temuan tersebut memberikan gambaran bahwa fintech berperan penting dalam mempercepat pengembangan dan inovasi bisnis keuangan serta dampak signifikan dan positif dari fintech dan pengelolaan keuangan dalam mendukung kinerja perusahaan yang berkelanjutan (Al Hammadi & Nobanee, 2019).

Perbankan digital umumnya menjadi bagian dari praktik perbankan hijau. Selain mengurangi pemborosan sumber daya lingkungan untuk membantu lingkungan, juga dapat meningkatkan kesadaran akan isu-isu keberlanjutan

kepada penggunanya. Dalam praktiknya, perbankan juga dapat menggunakan digital banking sebagai media untuk mempromosikan kegiatan sosial dan lingkungan mereka. Sebagai tanggapan, pengguna perbankan digital didorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial bank.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu di atas, dapat diambil kesimpulan sementara Digital Bank memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan laporan berkelanjutan, yang artinya perbankan digital umumnya menjadi bagian dari praktik perbankan hijau. Selain mengurangi pemborosan sumber daya lingkungan untuk membantu lingkungan, juga dapat meningkatkan kesadaran akan isu-isu keberlanjutan kepada penggunanya.

2.2.4 Tata Kelola memoderasi Pengaruh Visibilitas Media Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan

Publikasi laporan keberlanjutan dapat dipengaruhi oleh komisaris independen, menurut (Siska Liana, 2019). Sesuai dengan peran dewan komisaris independent dalam dewan komisaris adalah memonitor peningkatan objektivitas dan independensi dalam dewan dengan tujuan untuk mencegah munculnya biaya agensi, sehingga keberadaan dewan komisaris independent diharapkan dapat meminimalisir kesenjangan yang terjadi antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan (Solomon, 2007) dalam (Diono et al, 2017).

Menurut idah (2013) dalam Madona & Khafid (2020) menyatakan bahwa perusahaan yg memiliki tata Kelola Perusahaan yang baik diduga memiliki kemungkinan yang besar untuk melakukan pengungkapan sustainability report sebagai suatu upaya pemenuhan kebutuhan stakeholders. Sehingga, perusahaan

dengan jumlah dewan komisaris independent yang besar akan mampu mengambil keputusan yang seimbang untuk melindungi seluruh stakeholders dan mengutamakan perusahaan semakin objektif dengan meningkatkan transparansi serta keterbukaan atas laporan keuangan dan sustainability report.

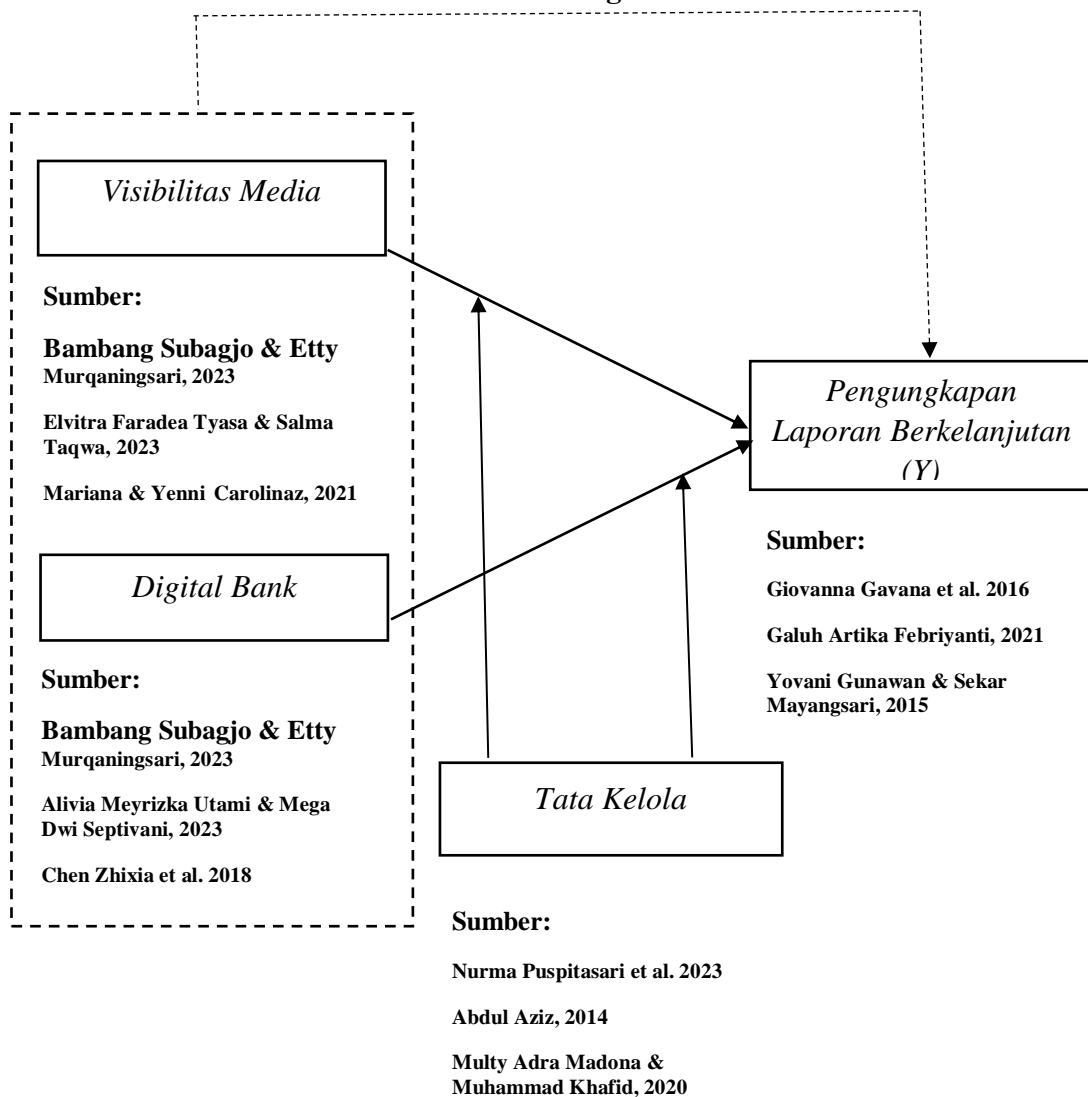
Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliniar & Wahyuni (2017) dan Suharyani et al, (2019) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independent memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan komisaris independen bertindak sebagai kontrol yang membantu dalam memastikan transparansi dan manajemen yang bertindak secara terbuka dan jujur.

2.2.5 Tata Kelola memoderasi Pengaruh Digital Bank terhadap pengungkapan laporan berkelanjutan

Kepercayaan masyarakat sangat diperlukan untuk mendukung digitalisasi perbankan, oleh karena itu keterbukaan informasi baik dalam pelaporan keuangan maupun pelaporan keberlanjutan sangat penting dan dapat menentukan kepentingan publik (Moridu, 2020). Komite audit memiliki kewajiban dan tanggung jawab dalam hal pelaporan keuangan (financial reporting), tata keola Perusahaan (cprporate governance), dan pengawasan Perusahaan (corporate control). Dalam hal tata Kelola Perusahaan, komite audit berkewajiban untuk memastikan bahwa manajemen Perusahaan telah melaksanakan operasional Perusahaan secara etis dan bermoral serta mematuhi peraturan hukum yang berlaku (Hasanah et al, 2017).

Perusahaan yang memiliki frekuensi rapat antar anggota komite audit yang banyak akan memudahkan Perusahaan untuk bertukar pikiran dalam mengatur dan melaksanakan pengawasan terhadap manajemen dengan lebih baik dan diharapkan dapat menunjang peningkatan penerbitan informasi sosial dan lingkungan melalui pengungkapan sustainability report.

Gambar 2. 6 Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dengan judul “Pengaruh Visibilitas Media dan Digital Bank terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan dengan Tata Kelola (TATA KELOLA) sebagai variable moderasi” sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh Visibilitas Media dan Digital Bank terhadap Pengungkapan Laporan Berkelanjutan.

H2: Terdapat pengaruh Visibilitas Media terhadap Pengungkapan Laporan Berkelanjutan.

H3: Terdapat pengaruh Digital Bank terhadap Pengungkapan Laporan Berkelanjutan

H4: Tata kelola mempengaruhi visibilitas media terhadap pengungkapan laporan berkelanjutan

H5: Tata kelola mempengaruhi digital bank terhadap pengungkapan laporan berkelanjutan