

BAB II

KAJIAN PUSTKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Istilah *stakeholder* pertama kali dikemukakan oleh *Stanford Research Institute* (SRI) pada tahun 1963 (Freeman, 1984). Menurut Freeman (1984) dalam (Sergakis, 2022) mengatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan pihak-pihak mana yang menjadi tanggung jawab suatu perusahaan. Dalam segala kegiatan operasionalnya, suatu perusahaan harus bertanggung jawab kepada berbagai pihak seperti manajer, karyawan, dan masyarakat. Teori *stakeholder* pada dasarnya adalah teori yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan investor dan pemilik, tetapi juga memberikan manfaat bagi negara, masyarakat dan juga lingkungan sosial.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409) dalam (Yordan, 2020), Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat kepada semua *stakeholdernya*, bukan hanya untuk dirinya sendiri. Teori ini dibagi menjadi dua:

1. *Normatif Branch of Stakeholder Theory*

Berbicara tentang bagaimana perusahaan memperlakukan pemangku kepentingannya secara etis atau moral. Teori ini berpendapat bahwa perusahaan seharusnya memperlakukan semua pemangku kepentingannya

secara adil, dan bahwa perusahaan harus dikelola sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi semua pemangku kepentingannya. Secara etika atau moral, teori ini mengusulkan bahwa perusahaan memiliki kewajiban moral dan harus mempertimbangkan dampak operasi perusahaan terhadap pemangku kepentingan, bukan hanya memaksimalkan keuntungan pemilik.

2. *Managerial Branch of Stakeholder Theory*

adalah teori positif yang menjelaskan bagaimana tindakan perusahaan dapat dipengaruhi oleh pemangku kepentingan. Teori ini mirip dengan teori legitimasi, tetapi lebih berfokus pada hubungan antara berbagai macam pemangku kepentingan sosial tertentu daripada pemangku kepentingan sosial secara keseluruhan. Menurut teori ini, pemangku kepentingan dinilai berdasarkan kekuatan atau pengaruh mereka. Perusahaan akan lebih mempertimbangkan pemangku kepentingan yang menguasai atau memiliki sumber daya yang dibutuhkan perusahaan karena kekuatan para pemangku kepentingan tersebut.

Menurut Adila, (2015) Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang bertindak untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk menghasilkan manfaat bagi pemangku kepentingan. Kegiatan sosial perusahaan harus melampaui pencarian maksimalisasi keuntungan sesuai dengan kepentingan pemegang saham (*shareholders*).

Dengan adanya teori *stakeholders*, kita dapat memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus dapat memberikan manfaat bagi para pemangku

kepentingannya (*stakeholders*), karena tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya menyasar pemilik atau pemegang sahamnya, namun juga para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terikat dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan manfaat ini dapat diperoleh dengan menerapkan program pelaporan keberlanjutan (*sustainability report*). Perusahaan yang melakukan pelaporan pertanggung jawaban memperhatikan dampak kegiatannya terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berusaha memberikan dampak positif (Fadhila Adhipradana & Daljono, 2019).

2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut Dowling dan Pfeffer, pada tahun 1975, yang dikemukakan oleh Ghozali dan Chariri (2007:411) dalam (Kurniawan, 2024) mengatakan: "Literasi adalah hal penting dalam organisasi, mengandung batasan-batasan yang ditekankan oleh norma dan nilai sosial, dan reaksi-reaksi terhadap kendala ini mendorong pentingnya menganalisis perilaku organisasi, dengan memperhatikan lingkungan".

Teori legitimasi adalah teori yang berfokus pada interaksi antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Dunia usaha membutuhkan legitimasi atau pengakuan dari investor, pemberi pinjaman, konsumen, pemerintah dan masyarakat untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (Fadhila Adhipradana & Daljono, 2019).

Teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan senantiasa berusaha untuk beroperasi dalam kerangka dan norma yang berlaku di masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, di mana mereka berusaha memastikan bahwa

aktivitasnya (perusahaan) diterima oleh pihak eksternal sebagai sesuatu yang sah (Racelia *et al.*, 2015).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa organisasi senantiasa beroperasi dalam batas-batas dan nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat sekitar perusahaan untuk mencapai legitimasi. Berdasarkan teori ini, perusahaan dapat beroperasi atas izin masyarakat, dimana izin tersebut tidak bersifat permanen, sehingga perusahaan harus mampu beradaptasi dengan keinginan dan tuntutan masyarakat (Adhipradana & Daljono, 2014). Adapun cara yang efektif untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan menerbitkan *sustainability report* yang menjelaskan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Teori legitimasi memberikan wawasan mengenai pengungkapan informasi sosial positif dan negatif. Perusahaan yang terus mencari legitimasi melalui pengungkapan, berharap bahwa mereka pada akhirnya akan tetap beroperasi (*going concern*).

2.1.3 Karakteristik Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "karakteristik" dapat didefinisikan sebagai sifat khusus atau sifat khas yang sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik perusahaan sendiri adalah karakteristik yang melekat pada sebuah perusahaan, menandainya, dan membedakannya dari perusahaan lain (Adila, 2015). Pada penelitian ini, menggunakan beberapa indikator input variabel karakteristik perusahaan, antara lain:

2.1.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luasnya keterbukaan informasi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan naturalisasi logaritma aset. Aset adalah sumber keuangan yang diharapkan dapat menghasilkan manfaat bisnis di masa depan. Aset juga adalah keuntungan finansial terbaik yang dapat diperoleh di masa depan atau sebagai akibat dari transaksi atau peristiwa masa lalu yang berada di bawah kendali suatu entitas (Azwir Nasir, 2014).

Menurut Nofita & Sebrina, (2023) Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai perbandingan besar kecilnya suatu perusahaan. Pada umumnya perusahaan besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan kecil. Pada umumnya perusahaan besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar biasanya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, keterampilan karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang beragam, struktur kepemilikan yang lengkap sehingga memungkinkan dan memerlukan pengungkapan yang komprehensif (Abidin *et al.*, 2020). Perusahaan besar memiliki biaya pengungkapan yang lebih rendah, kompleksitas, dan basis kepemilikan yang lebih luas dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi.

2.1.3.2 Profitabilitas

Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bersih yang dihasilkan dari tindakan manajemen yang diambilnya dalam mengelola aset, likuiditas, dan utang perusahaan. Tingkat profitabilitas yang lebih tinggi akan menunjukkan kinerja keuangan yang positif. Selain itu, tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan sangat efisien dalam memanfaatkan fasilitasnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepercayaan yang tinggi dalam kapasitasnya untuk memenuhi keinginan pihak yang berkepentingan, terutama investor dan kreditor (Fadhila Adhipradana & Daljono, 2019).

2.1.3.3 Leverage

Leverage menunjukkan bagaimana suatu perusahaan dapat membayar kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, dengan mendanai aktiva perusahaan dengan pendanaan dari pihak luar (Susanti & Alvita, 2019).

Leverage juga merupakan alat ukuran seberapa besar suatu perusahaan bergantung pada kreditur untuk membiayai aset perusahaannya. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi berarti perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman eksternal untuk membiayai asetnya. Pada saat yang sama, perusahaan dengan *leverage* keuangan yang rendah membiayai asetnya dengan modal ekuitas yang

lebih banyak. Dengan demikian, tingkat *leverage* keuangan perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan (Bagaskara *et al.*, 2021).

2.1.3.4 Aktivitas Perusahaan

Aktivitas perusahaan adalah gambaran tentang tujuan atau tingkat pencapaian perusahaan sebagai penjabaran dari visi, misi, dan strategi perusahaan. Aktivitas ini juga menunjukkan tingkat keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan program dan kebijakan yang telah ditetapkan (Damayanty *et al.*, 2022).

Aktivitas merupakan rasio digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan aktiva yang dimilikinya. Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa baik perusahaan mengelola aktivitas sehari-harinya. Hasil pengukuran rasio aktivitas menunjukkan apakah perusahaan mengelola asetnya dengan lebih efisien dan efektif atau malah tidak (Susanti & Alvita, 2019).

2.1.3.5 Likuiditas

Menurut (Fahmi 2014) dalam (Dewi, 2017) menyatakan likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Likuiditas adalah kemampuan seseorang atau perusahaan untuk memenuhi kewajiban atau utangnya yang harus segera dibayar dengan aset lancar. Hal ini digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan dapat membayar hutang jangka pendek atau hutang jangka pendeknya tepat waktu.

Likuiditas mengukur tingkat ketersediaan dana jangka pendek untuk memenuhi kewajiban berkelanjutan dalam hal *current ratio*, *quick ratio*, *cash ratio*, dan *cash operating cycle*. Rasio ini merupakan ukuran karakteristik spesifik perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat praktik pengungkapan lingkungan (Marsuking, 2020).

Menurut Krisyadi dan Ellen (2020) dalam Raihan, (2023) menyatakan bahwa pengukuran likuiditas dapat menggambarkan kesehatan suatu perusahaan atau lembaga, semakin tinggi likuiditas maka semakin baik keadaan keuangannya dan sebaliknya. Perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik cenderung yang menuangkan lebih banyak informasi dalam laporan keuangan dan *sustainability report*. Sebaliknya, perusahaan dengan kondisi keuangan yang buruk lebih mementingkan peningkatan kinerja perusahaan dibandingkan lingkungannya.

2.1.4 Tata Kelola Perusahaan

Menurut FCGI (*Forum Of Corporate Governance* Indonesia) dalam (Andypratama & Mustamu, 2013) tata kelola adalah seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan dan *stakeholder* internal dan eksternal terkait dengan hak-haknya. Perusahaan dengan tata kelola yang baik tidak hanya mengutamakan kepentingan pemegang saham saja, namun juga pemangku kepentingan, artinya laporan pengelolaan dan pertanggungjawaban memiliki prinsip yang sama yaitu pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan (Lucia & Panggabean, 2018).

Pada penelitian menggunakan beberapa indikator input untuk variabel tata kelola perusahaan, antara lain:

2.1.4.1 Dewan Direksi

Sesuai Peraturan 33/POJK.04/2014, perseroan terbatas dan perseroan gabungan harus mempunyai direksi. Jika berdasarkan Pasal 1(5) UU No. 40 Tahun 2007 (“UUPT”), dewan direksi adalah badan Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas urusan Perseroan dan juga untuk kepentingan Perseroan. Sesuai maksud serta tujuan mewakili Perseroan, baik di pengadilan maupun di luar perkumpulan menurut anggaran dasar. Selain itu, dewan juga mencakup pemegang saham dan orang-orang yang dipilih untuk mewakili badan administratif. Penunjukan pengurus juga didasarkan pada besar kecilnya peraturan perusahaan, mulai dari jumlah anggota, struktur, dan kekuasaan.

Dalam penerapan, pelaksanaan GCG sangat bergantung penerapannya pada fungsi dewan direksi sebagai unit pengendali perusahaan. Sebagai lembaga kelembagaan perusahaan, dewan mempunyai tanggung jawab dan akuntabilitas penuh atas kepengurusan perusahaan. Semakin sering anggota dewan bertemu, berarti komunikasi dan koordinasi antar anggota semakin erat sehingga mendorong terlaksananya tata kelola yang baik (GCG). (Prastiwi 2011) dalam (Susanti & Alvita, 2019) Dewan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa perusahaan menerbitkan *sustainability report* berkualitas tinggi yang berguna bagi pemangku kepentingan.

2.1.4.2 Dewan Komisaris Independen

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 33, komisaris independen adalah: “Komisaris yang berada di luar emiten atau perusahaan saham gabungan, tidak mempunyai baik langsung maupun tidak langsung saham pada emiten atau perusahaan saham gabungan tersebut, tidak yang berkaitan dengan emiten atau perusahaan saham gabungan, emiten atau perusahaan saham gabungan, emiten atau anggota perusahaan saham gabungan, pengurus atau pemegang saham utama yang tidak mempunyai hubungan komersial baik langsung maupun tidak langsung dengan emiten atau perusahaan saham gabungan aktivitas komersial”.

Keberadaan komisaris independen diatur dalam Peraturan Pencatatan Efek Bursa Efek Indonesia (BEI) I-A tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek yang mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 2000. Perusahaan yang tercatat di BEI harus mempunyai jumlah yang proporsional. Jumlah komisaris independen dibandingkan dengan jumlah saham yang dimiliki pemegang saham pengendali, dengan ketentuan jumlah komisaris independen merupakan 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris (Adila, 2015). Dengan kehadiran komisaris independen berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas laporan keberlanjutan. Pada akhirnya, hal ini membantu perusahaan meningkatkan keberlanjutan dan mencapai tujuan jangka panjangnya.

2.1.4.3 Komite Audit

Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh pengurus komite dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu memenuhi tugas dan fungsi dewan komisaris. Pengawasan yang ketat terhadap komite audit dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengawasan yang lebih baik, salah satunya adalah prinsip transparansi dimana perusahaan harus terbuka tentang segala kegiatan usahanya dan kemudian melaporkan yaitu *sustainability report*. Komite audit dapat mendorong manajemen untuk mempublikasikan *sustainability report* sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya. Dalam penelitian ini komite audit diukur dengan menghitung jumlah rapat audit dalam satu tahun (Madona & Khafid, 2020).

Sesuai surat edaran Bapepam Nomor. SE-03/PM/2000 tentang komite audit menjelaskan bahwa tujuan komite audit adalah untuk membantu dewan komisaris:

- a. Meningkatkan kualitas laporan keuangan;
- b. Menciptakan suasana disiplin dan kontrol yang dapat mengurangi potensi penyalahgunaan dalam manajemen perusahaan;
- c. Peningkatan efektivitas fungsi audit internal dan audit eksternal;
- d. Identifikasi masalah yang memerlukan perhatian dewan komisaris;

Berdasarkan keputusan Bapepam Nomor Kep-24/PM/2004 ditetapkan bahwa komite audit menyelenggarakan rapat sekurang-kurangnya menurut anggaran dasar perusahaan, sesuai dengan persyaratan

minimum yang ditetapkan untuk rapat anggota dewan. Rapat dianggap berkoordinasi agar efektif dalam memantau laporan dan penerapan tata kelola perusahaan untuk meningkatkan (Suryono dan Prastiwi, 2011:10) dalam (Adila, 2015).

2.1.5 Pengungkapan *Sustainability Report*

2.1.5.1 Definisi *Sustainability Report*

Menurut Elkington (1997) dalam Susanti & Alvita, (2019), *Sustainability report* berarti laporan yang memuat selain hasil ekonomi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi kegiatan sosial dan lingkungan yang memungkinkan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan (*sustainable performance*). *Sustainability report* sebagai proses yang membantu perusahaan menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mendorong perubahan menuju perekonomian global yang berkelanjutan yang menggabungkan profitabilitas jangka panjang dengan tanggung jawab sosial dan pengelolaan lingkungan. Pelaporan keberlanjutan adalah platform utama untuk mengkomunikasikan informasi tentang kinerja keuangan, lingkungan, sosial, dan manajemen perusahaan, yang mencerminkan dampak positif dan negatif (Citrabooks, 2018).

2.1.5.2 Manfaat *Sustainability Report*

GRI mempromosikan dan mengembangkan pendekatan dalam *sustainability report* yang berguna bagi pengguna pelaporan perusahaan dan informasi pelaporan sejenis. Menurut WBCSD (*World Business*

Council for Sustainable Development) dalam (Leni Susanti, 2019), manfaat *sustainability report* yaitu:

- 1) *Sustainability report* memberikan informasi kepada pemangku kepentingan (pemegang saham, anggota komunitas lokal, dewan direksi) dan meningkatkan perspektif perusahaan serta membantu menerapkan transparansi
- 2) *Sustainability report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang meningkatkan nilai merek, saham, dan loyalitas konsumen jangka panjang
- 3) *Sustainability report* dapat mencerminkan cara perusahaan mengelola risiko
- 4) *Sustainability report* dapat digunakan untuk memotivasi pemikiran dan tindakan manajerial yang didukung oleh semangat kompetisi.
- 5) *Sustainability report* dapat mengembangkan dan memfasilitasi pengelolaan lingkungan, ekonomi, dan lingkungan yang lebih baik untuk mengelola dampak sosial
- 6) *Sustainability report* biasanya secara langsung mencerminkan kemampuan dan kemauan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham dalam jangka panjang
- 7) *Sustainability report* membantu membangkitkan minat pemegang saham terhadap perusahaan dengan visi jangka panjang dan membantu menggambarkan bagaimana perusahaan dengan kepedulian sosial dan lingkungan dapat memberikan nilai tambah

2.1.5.3 Pengungkapan *Sustainability Report*

Pengungkapan standar *sustainability report* menurut GRI-*GGuidelines* dalam (Leni Susanti, 2019) antara lain sebagai berikut:

1. Ekonomi, yang membahas dampak bisnis terhadap kondisi ekonomi para pemangku kepentingan dan sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global.
2. Lingkungan mengacu pada dampak yang ditimbulkan suatu bisnis terhadap makhluk hidup di bumi dan lingkungan sekitar, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air.
3. Hak Asasi Manusia, yaitu transparansi dalam pemilihan investor dan pemasok/kontraktor. Perusahaan harus selalu mempertimbangkan kepentingan pemegang saham dan kelompok kepentingan lainnya dalam kegiatannya berdasarkan prinsip keadilan dan kesetaraan.
4. Masyarakat, yaitu fokus pada dampak organisasi terhadap masyarakat tempat mereka beroperasi dan mengungkap bagaimana risiko dapat timbul dari interaksi dengan lembaga sosial lainnya.
5. Tanggung jawab produk, yang mencakup pelaporan produk dan layanan perusahaan yang berdampak langsung kepada pelanggan, yaitu. kesehatan dan keselamatan, informasi, pelabelan, pemasaran dan privasi.
6. Sosial, yang meliputi kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan, apa yang dilakukan dan bagaimana kegiatan tersebut dilakukan.

2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Sustainability*

Report

Ukuran perusahaan merupakan ukuran seberapa besar kecilnya perusahaan. Semakin besar perusahaan akan semakin luas pemangku kepentingannya. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak kreditor dan lebih banyak investor (baik lokal maupun asing) dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang lebih besar akan dapat adanya kerjasama dengan kreditor serta menarik investor dan calon investor yang lebih luas dan beragam. Selain itu, perusahaan besar biasanya menarik perhatian masyarakat (Susanti & Alvita, 2019).

Dalam hal ini, teori *stakeholder* berasumsi bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang sahamnya, tetapi juga kepada pemasok, masyarakat, karyawan, pelanggan, dan lingkungan. Sedangkan teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan besar harus terus berusaha untuk memastikan bahwa operasi mereka dianggap sah dan layak di mata berbagai pemangku kepentingan. Mereka harus membangun dan mempertahankan legitimasi mereka dengan berkomunikasi secara transparan, mengambil tindakan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, dan mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Ukuran perusahaan besar harus memiliki strategi yang kuat untuk mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan dan mempertahankan legitimasi sebagai bagian penting dari strategi bisnis mereka karena ukurannya yang lebih besar membuat mempertahankan legitimasi menjadi lebih sulit. Menurut

(Kinanti, 2022) menyatakan bahwa semakin besar keinginan perusahaan untuk membuat *sustainability report* akan terus meningkat karena perusahaan besar lebih memperhatikan pengakuan dan penerimaan masyarakat terhadap perusahaan yang dapat diperoleh dari penerbitan *sustainability report*.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Apriliyani, (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Yunan, (2021), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Racelia, (2023), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abidin *et al.*, 2020), dimana hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan kedua penelitian tersebut, maka penelitian yang dilakukan oleh Damayanty *et al.*, (2022) juga menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*). Biasanya, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki hasil keuangan yang baik, dalam hal ini perusahaan memiliki kemampuan yang lebih besar dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan serta pengungkapan perusahaan dengan profitabilitas tinggi melayani kepentingan pemangku kepentingan sehingga hubungan baik antara perusahaan dan pemangku kepentingan tetap baik (Susanti & Alvita, 2019).

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan atau profitabilitas yang baik akan lebih percaya diri dalam menyampaikan informasi kepada *stakeholder* karena mereka percaya bahwa mereka dapat memenuhi harapan mereka. Profitabilitas yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan lebih siap untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial yang biaya besar.

Berdasarkan teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi sering melakukan pengungkapan tambahan untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka di mata pemangku kepentingan. Perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk dialokasikan untuk inisiatif keberlanjutan, seperti publikasi laporan keberlanjutan.

Krisyadi & Elleen, (2020) menyatakan bahwa perusahaan dengan nilai profitabilitas tinggi cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi kepada publik dan pemangku kepentingan karena perusahaan dapat menerbitkan *sustainability report* yang memerlukan biaya besar, sedangkan perusahaan dengan

nilai profitabilitas rendah cenderung fokus pada peningkatan *profit* dibandingkan pengungkapan *sustainability report* yang dapat mengurangi *profit* yang diperoleh.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Yunan, (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Siska Liana, (2019), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fadhila Adhipradana & Daljono, (2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan oleh Kinanti, (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marsuking, 2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan ketiga penelitian tersebut, maka penelitian yang dilakukan oleh (Nofita & Sebrina, 2023) juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Leverage adalah ukuran seberapa berbahaya suatu perusahaan di mata pemegang saham dan kreditornya. Tingkat *leverage* yang lebih tinggi menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kewajibannya kepada kreditor (Siska Liana, 2019). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa hubungan perusahaan dengan *stakeholder* melalui *sustainability report*. Berdasarkan teori ini, perusahaan diharapkan dapat memenuhi harapan *stakeholder* tentang keberlanjutan lingkungan dan sosial karena kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh *sustainability report*.

Dalam hal ini, teori legitimasi dapat mengungkapkan bahwa perusahaan dapat memperoleh dukungan dan kepercayaan dari pemangku kepentingannya, yang dapat membantu menjaga reputasi dan memperkuat posisi kompetitifnya dalam jangka panjang.

Thomas *et al.*, (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report* karena semakin tinggi eksposur *leverage* maka semakin besar pengungkapan *sustainability report*, karena *leverage* yang tinggi menunjukkan ketergantungan perusahaan terhadap hutang sehingga membuat perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan *sustainability report* untuk menutupi kekurangannya, sehingga citranya buruk dari perusahaan lebih baik.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai *leverage* terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Siska Liana, (2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Sjarief, (2022), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan kedua penelitian tersebut, maka penelitian yang dilakukan oleh Kinanti, (2022) juga menunjukan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Apriliyani, (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.4 Pengaruh Aktivitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Aktivitas merupakan ketika perusahaan memiliki rasio aktivitas yang tinggi, itu menunjukkan seberapa banyak dana yang telah tertanam dalam perputaran aset dalam jangka waktu tertentu. Semakin tinggi persentase rasio, perusahaan juga akan memiliki kecenderungan untuk mencapai kondisi keuangan yang stabil dan kuat, yang juga menunjukkan seberapa baik dan efektif manajemen mengelola

penggunaan aset. Kondisi keuangan yang stabil dan kuat ini membuat perusahaan berusaha untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder* (Damayanty *et al.*, 2022).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan dan dampak dari berbagai pihak yang terlibat atau terpengaruh oleh aktivitasnya. Hal ini memengaruhi pengambilan keputusan, perencanaan, tanggung jawab sosial, dan operasi harian perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan *stakeholder* dapat mengurangi konflik, membangun kepercayaan, dan menciptakan nilai dalam jangka panjang. Sedangkan teori legitimasi menyatakan bahwa penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dukungan dan pengakuan dari masyarakat atau pihak-pihak terkait dengan operasinya karena ini mempengaruhi bagaimana perusahaan membangun citra dan reputasi serta menangani masalah keberlanjutan dan tanggung jawab sosial untuk mendukung kepercayaan publik dan pertumbuhan dalam jangka panjang.

Perusahaan besar akan selalu dipantau oleh para *stakeholder*. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar harus melakukan segala upaya yang mungkin untuk mendapatkan *respons* yang positif dari para *stakeholder*. Semakin besar perusahaan, lebih banyak *stakeholder* yang akan mengawasinya. menjadi lebih penting untuk berkontribusi lebih lanjut kepada masyarakat, terutama tentang apa yang telah dilakukan perusahaan untuk lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan yang lebih besar cenderung melaksanakan dan menginformasikan pelaksanaan tanggung jawab sosial melalui *sustainability report* (Aji, 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai aktivitas perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Damayanty *et al.*, (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Racelia, (2023), hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriliyani, (2022), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H4: Aktivitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.5 Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Likuiditas merupakan perusahaan untuk memenuhi kewajiban utang jangka pendeknya. Investor sering menggunakan likuiditas sebagai ukuran untuk menilai suatu perusahaan. Pengungkapan yang lebih rinci akan dibutuhkan oleh perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi, sementara perusahaan dengan rasio likuiditas rendah memerlukan pengungkapan yang lebih rinci untuk menjelaskan kinerja yang buruk (Kristianingrum *et al.*, 2022).

Berdasarkan teori *stakeholder* yang berkaitan ketika perusahaan memiliki likuiditas yang tinggi, mereka dapat lebih baik karena memiliki lebih banyak biaya

dan dapat melunasi hutang. Sedangkan teori likuiditas berasumsi bahwa upaya organisasi untuk mendapatkan dukungan dan pengakuan dari masyarakat atau pemangku kepentingan atas operasinya. Dalam konteks likuiditas, perusahaan harus memiliki jumlah uang yang memadai untuk memenuhi kewajiban keuangan mereka, seperti membayar hutang dan memenuhi kewajiban lainnya. Dengan memiliki jumlah uang yang memadai, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap kelangsungan operasionalnya, meningkatkan legitimasi perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Sebaliknya, jika perusahaan mengalami masalah likuiditas itu akan menjadi lebih sulit untuk beroperasi.

Ashari, (2021) menyatakan bahwa perusahaan dapat mempertahankan reputasi yang baik dengan mengungkapkan laporan tambahan yang dianggap dapat meyakinkan para pemangku kepentingan terhadap kinerjanya. Salah satu cara untuk meyakinkan para pemangku kepentingan adalah dengan mengungkapkan *sustainability report*, di mana perusahaan diwajibkan untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan dan sosial.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai likuiditas terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Racelia, (2023), hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriliyani, (2022), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan kedua penelitian tersebut,

maka penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Yunan, (2021) juga menunjukkan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H5: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.6 Pengaruh Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Dewan direksi merupakan perusahaan bertugas dan bertanggung jawab penuh dalam mengelola perusahaan. Semakin tinggi frekuensi pertemuan antar anggota direksi, menunjukkan semakin seringnya komunikasi dan koordinasi antar anggota sehingga memudahkan terwujudnya tata kelola perusahaan yang baik (Sinaga et al., 2017). Teori *stakeholder* menyatakan informasi yang diungkapkan perusahaan tidak hanya informasi mengenai keuangan saja, namun juga kinerja sosial dan lingkungan dalam *sustainability report*. Apabila tata kelola perusahaan dalam perusahaan sudah berjalan dengan baik, tercermin dari seringnya komunikasi dalam rapat dewan, maka semakin besar pula perusahaan dalam menyatakan kinerjanya.

Berdasarkan teori legitimasi menyatakan bahwa usaha perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi di mata pemangku kepentingan dengan mengkomunikasikan komitmen dan kinerja sosial dan lingkungan mereka melalui *sustainability report*. Sebagai wakil utama pemegang saham, dewan direksi

bertanggung jawab untuk menetapkan kebijakan dan menjamin pengungkapan informasi keberlanjutan. Perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, pemegang saham, dan regulator dengan melakukan pengungkapan yang baik. Perusahaan yang berkomitmen pada tata kelola perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk menyampaikan informasi kepada semua pemangku kepentingan, termasuk *sustainability report* (Susanti & Alvita, 2019).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai dewan direksi terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sinaga *et al.*, (2017), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dewan direksi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Racelia, (2023), hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Kinanti, (2022), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H6: Dewan direksi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.7 Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan

Sustainability Report

Dewan komisaris independen merupakan pengelolaan perusahaan lebih efisien dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Jika jumlah komisaris independen bertambah atau menjadi lebih dominan, hal ini dapat memberikan tekanan kepada dewan komisaris untuk meningkatkan kualitas informasi perusahaan (Barung, 2018).

Berdasarkan teori *stakeholder* yang berdasarkan mempertimbangkan kepentingan semua pihak dalam perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemegang saham. Dalam hal ini, pengungkapan *sustainability report* menjadi penting karena memberikan transparansi bagaimana perusahaan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan dan tindakannya. Dewan independen dapat memainkan peran penting dalam memastikan bahwa *sustainability report* mencerminkan komitmen perusahaan terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Dalam teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus mendapatkan dan mempertahankan legitimasi atau dukungan sosial agar dapat terus eksis. Dalam konteks dewan pengawas yang independen, penerbitan *sustainability report* dapat membantu meningkatkan legitimasi perusahaan dengan menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dewan komite yang independen berperan penting dalam memastikan bahwa pengungkapan mencerminkan bisnis yang bertanggung jawab dan konsisten dengan nilai-nilai perusahaan. Dengan demikian, publikasi *sustainability report* dapat membantu

perusahaan mempertahankan dukungan dan kepercayaan berbagai pihak, seperti pelanggan, investor, dan masyarakat umum, yang pada akhirnya memperkuat legitimasinya di mata masyarakat. Dewan komisaris terlibat dalam pembentukan tata kelola perusahaan, mereka harus mempublikasikan informasi tanggung jawab sesuai dengan prinsip GCG (Adila, 2015).

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Yunan, (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fadhila Adhipradana & Daljono, (2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan oleh Madona & Khafid, (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nofita & Sebrina, (2023), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan ketiga penelitian tersebut, maka penelitian yang dilakukan oleh Siska Liana, (2019) juga menunjukkan dewan komisaris independen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H7: Dewan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

2.2.8 Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Komite audit merupakan komite yang mempunyai peranan penting ditinjau dari tata kelola yang baik. Komite audit dibentuk oleh komite komisaris independen untuk membantu mereka memantau operasional perusahaan sekaligus melindungi kepentingan pemangku kepentingan (Nofita & Sebrina, 2023). Berdasarkan teori *stakeholder* menyatakan perusahaan berupaya memenuhi harapan *stakeholder* dengan merekomendasikan agar dewan komisaris untuk mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* dengan menyatakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Teori legitimasi menekankan bahwa penting bagi masyarakat untuk menerima organisasi sebagai aktor yang sah. Dalam konteks komite audit, teori ini mengarah pada fakta bahwa organisasi harus meyakinkan pemangku kepentingan bahwa mereka bertindak secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Komite audit menggunakan perspektif ini untuk memastikan bahwa catatan keberlanjutan suatu organisasi mencerminkan komitmennya terhadap prinsip-prinsip etika dan keberlanjutan. Dengan memastikan bahwa informasi yang diberikan adil, akurat dan relevan, komite audit membantu organisasi mempertahankan legitimasinya di mata publik dan pemangku kepentingan.

Menurut Fadhila Adhipradana & Daljono, (2019) menyatakan bahwa Komite Audit merupakan koordinator antar anggotanya, sehingga dapat secara efektif menjalankan tugas pemantauan laporan keuangan, pengendalian internal dan penerapan GCG perusahaan. Semakin seringnya pertemuan akan meningkatkan koordinasi kerja komite audit sehingga dapat melakukan pengawasan manajemen dengan lebih efektif, dan diharapkan dapat mendukung pengungkapan informasi sosial dan lingkungan perusahaan yang lebih luas dalam bentuk laporan yang bertanggung jawab. Semakin sering suatu perusahaan mengadakan rapat, komite audit akan semakin efektif dan mendorong perusahaan untuk menerbitkan *sustainability report*.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai komite audit terhadap pengungkapan *sustainability report* telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Racelia, (2023), hasil menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan oleh Kinanti, (2022), hasil menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaenal Abidin, (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan kedua penelitian tersebut, maka penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Yunan, (2021) juga menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fadhila Adhipradana & Daljono, (2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh

signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Madona & Khafid, (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H8: Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*

2.2.9 Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Aktivitas Perusahaan, Likuiditas, Dewan Direksi, Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Berdasarkan penjelasan di atas tentang pengaruh setiap variabel independen yaitu: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Aktivitas Perusahaan, Likuiditas, Dewan Direksi, Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit semua variabel independen menunjukkan kemungkinan mempengaruhi pengungkapan *sustainability report*. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *sustainability report* dapat dipengaruhi oleh faktor fundamental secara bersamaan-sama (simultan).

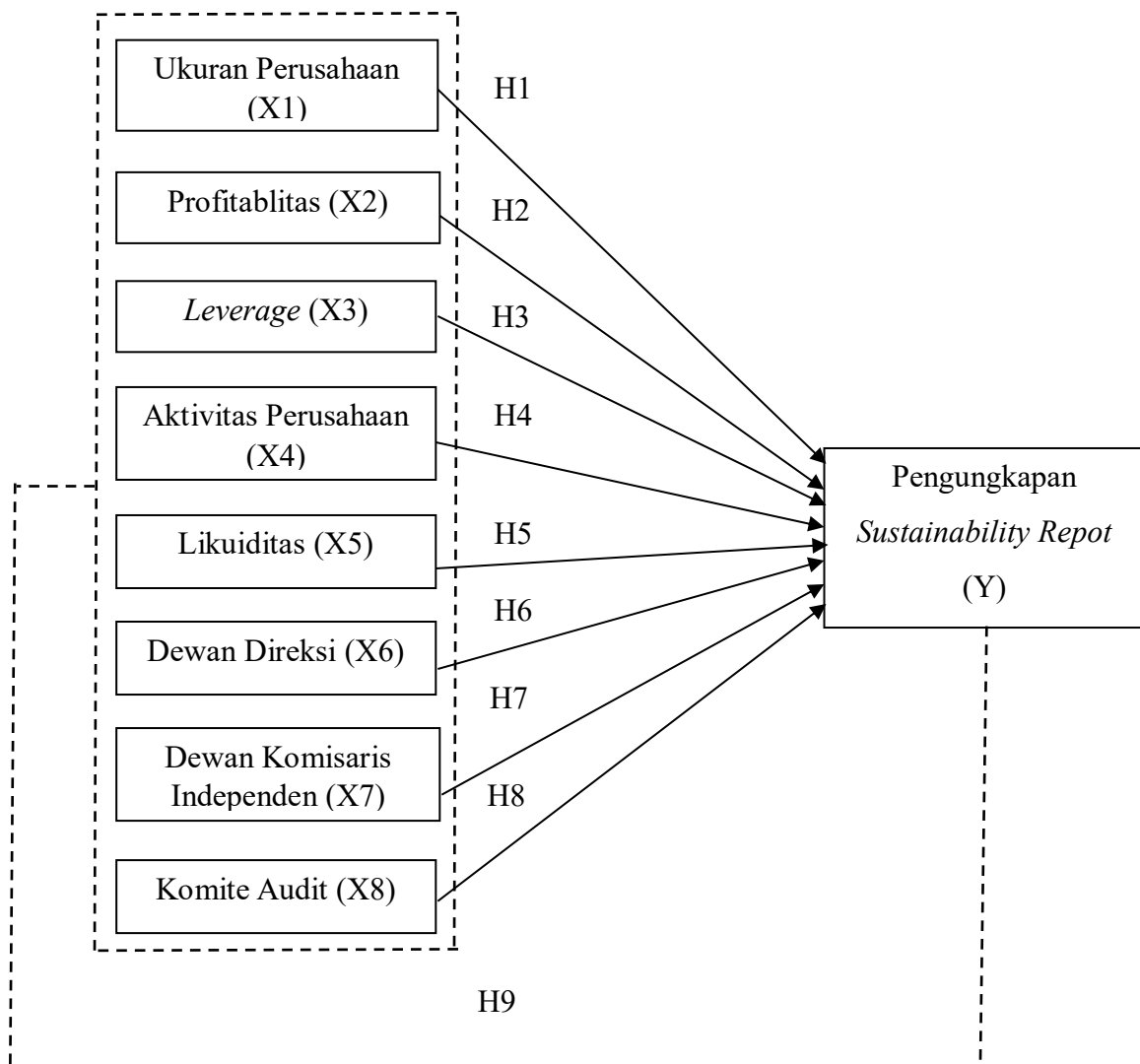
Penjelasan tersebut diperkuat dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Susanti & Alvita, 2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, aktivitas perusahaan, dewan direksi, dan dewan komisaris independen tidak

berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan oleh (Krisyadi & Elleen, 2020a), hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*, sedangkan *leverage* dan komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan argumen-argumen tersebut maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H9: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Aktivitas Perusahaan, Likuiditas, Dewan Direksi, Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

2.3 Model Penelitian

Gambar 2. 1
Model Penelitian



Sumber: Penulis, 2024