

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era kontemporer ini, fenomena konsumsi barang daur ulang telah menjadi semakin marak di kalangan masyarakat. Hal ini terlihat dari peningkatan kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan dan keberlanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif yang berkelanjutan ini tidak hanya memperlihatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial, tetapi menggambarkan transisi menuju hidup yang lebih ramah lingkungan. Konsumsi barang daur ulang bukan sekadar sebuah *trend*, melainkan sebuah wujud konkret dari komitmen untuk menjaga keberlangsungan lingkungan bagi generasi mendatang.

Survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan secara daring pada 30 Juli – 1 Agustus 2021 mendapatkan hasil 20,3% konsumen mempertimbangkan dampak lingkungan dan kesehatan dalam membeli produk baru (Supriyatna, 2021). Sebanyak 60,5%, alasan utama masyarakat membeli produk ramah lingkungan adalah ingin melestarikan bumi. Produk berkelanjutan adalah dari memproduksi produk, bahan baku yang digunakan, sampai kemasan yang digunakan. Masyarakat yakin bahwa produk berkelanjutan lebih menguntungkan bagi mereka dan beberapa masyarakat bersedia untuk membayar tinggi produk ramah lingkungan.

Fenomena ini menciptakan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan yang berkelanjutan. Dengan mengangkat pendekatan yang ramah lingkungan, perusahaan tidak hanya memenuhi tuntutan pasar yang

berkembang, tetapi mengurangi jejak karbon perusahaan dan membantu dalam mengelola limbah.

Awalnya bisnis hanya mempertimbangkan keuntungan finansial sebagai tujuan utama perusahaan. Seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan sadar bahwa perusahaan memiliki peran yang besar dalam masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Meningkatnya kesadaran akan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas bisnis, perusahaan telah mulai mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengintegrasikan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Dengan mengangkat pendekatan yang berkelanjutan, perusahaan tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya, tetapi berkontribusi pada pembangunan masa depan yang berkelanjutan dan inklusif.

Sebagai bentuk keterbukaan dan akuntabilitas, perusahaan menerbitkan laporan keberlanjutan. Melalui laporan ini perusahaan mengungkapkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi terhadap praktik bisnis. Laporan keberlanjutan menjadi alat penting untuk memperluas transparansi pemangku kepentingan untuk memahami dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan perusahaan. Menerbitkan laporan keberlanjutan tidak hanya kewajiban moral, tetapi strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen, investor, dan masyarakat secara luas dengan meningkatkan citra perusahaan sebagai pemimpin dalam keberlanjutan.

Adapun praktik yang dapat merusak kepercayaan konsumen dan menghambat perkembangan nyata dalam mencapai tujuan keberlanjutan, yaitu praktik

greenwashing. Mengatasi masalah ini memerlukan tindakan kolektif dari berbagai pihak. Konsumen memiliki peran penting dalam mendeteksi dan menghindari *greenwashing* dengan meningkatkan literasi lingkungan dan mendukung perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan. Perusahaan harus menjadi pelopor dalam transparansi dan membangun praktik bisnis yang benar-benar berkelanjutan dan mengedukasi konsumen tentang dampak positif yang perusahaan hasilkan.

Fenomena yang terjadi di Indonesia pada tahun 2019 yang dilakukan oleh Greenpeace Indonesia (Greenpeace Indonesia, 2022). Greenpeace Indonesia melakukan audit merek terbesar di delapan kota di Indonesia, yaitu Tangerang, Pekanbaru, Padang, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Makassar, dan Bali. Hasil dari audit merek tersebut menunjukkan tiga produsen penghasil sampah kemasan plastik terbanyak, yaitu Indofood, Orang Tua, dan Mayora. Pada tahun 2022 bulan Juli, Greenpeace Indonesia kembali melakukan audit merek di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, dan di DKI Jakarta, yang menunjukkan Indofood, Gudang Garam, dan Mayora sebagai tiga pencemar teratas.

Tidak hanya Greenpeace Indonesia, Break Free from Plastic (BFFP) yang merupakan organisasi lingkungan berskala internasional juga melakukan audit merek di Indonesia (Harian Ekonomi Neraca, 2023). Sepanjang tahun 2018-2020, Danone berada dalam 10 besar pencemaran sampah plastik terbesar di dunia dan menempatkan Danone di posisi puncak penyumbang sampah plastik terbesar di Indonesia. Berdasarkan data 235,218 item sampah plastik dari Bali dan Jawa Timur, sampah plastik produk Danone mencapai rekor tertinggi dengan angka 10%. Dari

semua produk milik Danone, kemasan gelas plastik sekali pakai ditemukan menjadi penyampah terbesar dengan capaian angka 63%. Produk Orang Tua menjadi penyampah terbesar kedua, kemudian posisi ketiga ditempati oleh Wings yang merupakan produsen minuman ringan dan mie instan.

Praktik *greenwashing* yang menggambarkan upaya perusahaan untuk menyesatkan konsumen dengan klaim-klaim lingkungan yang menyesatkan, ini memperkuat argumen bahwa laporan keberlanjutan perlu diperiksa secara cermat atau dijamin keakuratannya. Perusahaan harus memastikan bahwa laporan keberlanjutan perusahaan tidak hanya mencerminkan komitmen nyata terhadap keberlanjutan, tetapi didukung oleh tindakan konkret yang diambil untuk mencapainya. Melalui proses *assurance*, perusahaan dapat memvalidasi klaim-klaim mereka, membangun kepercayaan dengan konsumen, dan memastikan bahwa perusahaan berada pada jalur yang benar untuk mencapai tujuan-tujuan keberlanjutan perusahaan. Dengan demikian, *assurance* laporan keberlanjutan menjadi kunci dalam memastikan integritas dan kredibilitas perusahaan di era transparansi dan tanggung jawab sosial semakin diutamakan.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *sustainability reporting assurance* dalam suatu perusahaan. Faktor pertama adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya suatu perusahaan ditunjukkan menggunakan skala dengan kriteria-kriteria tertentu (Hery, 2017). Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka perusahaan akan melakukan penjaminan laporan keberlanjutan karena perusahaan

besar cenderung memiliki kemampuan biaya yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar dinilai mampu untuk mempertahankan reputasi dan citra yang baik, membuat keputusan investasi yang semakin besar, serta menjaga kepatuhan pelanggan dan karyawan potensial oleh investor.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi *sustainability reporting assurance* dalam perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas (Hery, 2020) adalah rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan bisnisnya. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dinilai memiliki kinerja yang baik, sehingga menarik di mata investor. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar sumber daya keuangan yang mereka miliki untuk terlibat dalam inisiatif pembangunan berkelanjutan dan melaporkan tindakan terkait hal ini.

Pemilihan variabel pada uraian diatas didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meutia *et al.* 2022 yang memberikan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap *sustainability reporting assurance*. Penelitian kedua dilakukan Eryadi *et al.* (2021) yang memberikan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *sustainability reporting assurance*. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Privika *et al.* (2021) yang memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *sustainability reporting assurance* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *sustainability reporting assurance*. Penelitian yang dilakukan oleh Rakhman (2017) yang memberikan hasil ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *sustainability reporting assurance*. Penelitian terakhir dilakukan oleh Indyanti dan

Zulaikha (2017) menemukan hasil ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *sustainability reporting assurance*.

Dari uraian di atas, adanya permasalahan audit merek masih terjadi di setiap tahunnya memotivasi peneliti untuk menggabungkan dan menguji kembali variabel independen yang telah diteliti pada penelitian terdahulu untuk diuji kembali dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan periode waktu 2019-2023 sehingga menjadi semakin relevan dan terkini. Penelitian ini akan menggunakan subjek penelitian di sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *sustainability reporting assurance* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *sustainability reporting assurance* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap *sustainability reporting assurance* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2023.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa manfaat yaitu, sebagai bahan referensi dan tambahan literatur mengenai *sustainability reporting assurance* terhadap ukuran perusahaan dan profitabilitas bagi para peneliti selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan.

