

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori *Stakeholder*

Stakeholder merujuk kepada setiap kelompok atau individu yang memiliki keterkaitan dan dapat saling mempengaruhi atau dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya berfokus pada memaksimalkan keuntungan demi kepentingan pemilik, namun harus mempertimbangkan bagaimana kegiatan bisnis mempengaruhi *stakeholder* (Rankin et al., 2018). Dalam menjalankan kegiatan bisnis, perusahaan harus memaksimalkan nilai pemegang saham dan memberikan manfaat kepada para *stakeholder*, tidak hanya mementingkan kepentingan perusahaannya sendiri.

Memberikan informasi tentang kinerja dan aktivitas perusahaan merupakan langkah penting dalam memenuhi tuntutan dan harapan para *stakeholder*. Semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka (Deegan, 2004). Oleh karena itu, teori *stakeholder* menegaskan bahwa dukungan dari para *stakeholder* dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan.

Teori *stakeholder* dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara manajemen perusahaan dengan para *stakeholder*. Manajemen memiliki peran dalam mengelola perusahaan dengan tujuan memenuhi harapan dari berbagai pihak *stakeholder*. *Stakeholder* yang melibatkan pemegang saham, kreditor, pemilik perusahaan, pemerintah dan masyarakat memiliki peran dalam memberikan tugas

kepada manajer serta mengawasi kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Dalam hal ini, para *stakeholder* memiliki kekuatan untuk mempengaruhi manajemen terkait penggunaan sumber daya ekonomi yang dimanfaatkan oleh perusahaan. Dengan demikian, maksimalnya pengelolaan atas potensi perusahaan akan mendorong terciptanya *value added* yang nantinya akan meningkatkan kinerja keuangan yang merupakan orientasi para *stakeholder* dalam mengintervensi manajemen (Ulum, 2017).

Strategi dalam menjaga hubungan dan memenuhi kebutuhan *stakeholder* dapat dilakukan melalui pengungkapan *sustainability report*. Hal ini melibatkan penyampaian informasi terkait kinerja perusahaan, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui pengungkapan *sustainability report* diharapkan *stakeholder* dapat memahami tindakan yang diambil oleh manajemen dalam mengelola aktivitas perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, dengan mempertimbangkan aspek ekonomi dan sosial yang terkait dengan kegiatan bisnis perusahaan. Selain itu, diharapkan pengungkapan *sustainability report* dapat memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan dan mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaan. Dukungan dan kinerja *stakeholder* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor (Lestari, 2018).

2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi telah digunakan untuk memahami tindakan dan aktivitas bisnis, terutama berkaitan dengan masalah lingkungan dan sosial. Teori ini didasarkan pada kontrak sosial yang menggambarkan bagaimana bisnis berinteraksi dengan

masyarakat (Rankin et al., 2018). Legitimasi adalah suatu sistem pengelolaan perusahaan yang berfokus pada dukungan dari masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat (Hadi, 2011). Oleh karena itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, kinerja perusahaan harus sejalan dengan harapan masyarakat.

Suatu perusahaan harus menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat, agar perusahaan senantiasa mendapat dukungan dari masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan telah menerima izin untuk beroperasi di lingkungan tempat tinggal masyarakat, maka perlu adanya tanggung jawab bagi perusahaan untuk menunjukkan bahwa kegiatan pengoperasian sesuai harapan dalam kontrak sosial (Rankin et al., 2018). Oleh karena itu, pentingnya legitimasi bagi perusahaan terletak pada dukungan yang diterima dari masyarakat merupakan salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

Kontrak sosial dari masyarakat dapat dicabut jika perusahaan tidak memenuhi hal yang diwajibkan masyarakat kepada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, bentuk pertanggungjawaban perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya alam serta tenaga kerja dari masyarakat maka perusahaan dapat membuat *sustainability report* guna membangun kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial adalah cara perusahaan menunjukkan kepercayaan diri kepada masyarakat dengan memberikan informasi mengenai dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan operasionalnya. Melalui pengungkapan *sustainability report* diharapkan dapat memberikan manfaat bagi

masyarakat sekitar sehingga memberikan dukungan dan menerima keberadaan perusahaan (Lusmeida & Amelia, 2023).

2.3. Konsep Pembangunan Berkelanjutan

Konsep pembangunan berkelanjutan adalah suatu konsep yang menekankan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup saat ini harus dilakukan tanpa merugikan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan hidup di masa depan (Effendi, 2016). Konsep pembangunan berkelanjutan berkaitan dengan kewajiban moral. Generasi masa kini memanfaatkan sumber daya alam untuk menciptakan barang dan jasa dari lingkungan sehingga secara moral penting untuk mempertimbangkan kelangsungan ketersediaan sumber daya alam tersebut bagi generasi yang akan datang. Generasi masa kini memiliki kewajiban untuk memberikan kesempatan bagi generasi mendatang agar dapat melanjutkan pembangunan dan menikmati hasil pembangunan yang telah dilakukan sehingga konsep pembangunan berkelanjutan tidak hanya menguntungkan bagi generasi masa kini tetapi juga bagi generasi mendatang (Abdoellah, 2017). Kewajiban moral tersebut mencakup tidak mengeksploitasi sumber daya alam dengan cara yang dapat merusak lingkungan sehingga tidak menghilangkan peluang bagi generasi berikutnya untuk menikmati manfaat yang sama (Fauzi, 2004).

Sehubungan dengan hal itu, berbagai negara juga telah membuat kesepakatan dalam hal pengelolaan sumber daya alam sehingga sumber daya alam yang ada saat ini tetap berkelanjutan dan dapat dinikmati oleh generasi saat ini maupun yang akan datang. Dalam kesepakatan ini juga dijelaskan bahwa dalam mengelola sumber daya alam harus mempertimbangkan ketiga aspek sekaligus yakni aspek ekonomi,

ekologi dan sosial (Supriatna, 2021). Oleh karena itu, agar pembangunan dapat berkelanjutan ketiga aspek tersebut harus ditempatkan pada kedudukan yang sama atau setara sehingga tidak ada yang lebih dominan.

2.4. Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility merupakan bentuk tindakan yang didasarkan pada pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi dan kualitas hidup (Hadi, 2011). Peningkatan kualitas hidup tersebut ditujukan kepada karyawan dan keluarganya, serta masyarakat disekitarnya. Tanggung jawab sosial (CSR) adalah sebuah konsep yang berdasar pada pendekatan *triple bottom line*, dimana manajemen berusaha untuk menyeimbangkan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan fungsi sosial serta pemeliharaan lingkungan dan mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan (Ambadar, 2008). Konsep CSR ini telah mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab kepada semua pihak seperti pemegang saham, pemerintah, karyawan, pemasok, komunitas setempat, konsumen, dan masyarakat secara luas. Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* adalah suatu tindakan atau upaya yang diambil oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawabannya yang menghasilkan manfaat bagi pihak-pihak dalam perusahaan (karyawan) maupun di sekitar perusahaan (masyarakat).

2.4.1. Prinsip Corporate Social Responsibility

Dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat beberapa prinsip yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line*. Prinsip 3P antara lain (Elkington, 1998):

1. *Profit* (keuntungan)

Secara umum keuntungan merupakan fokus utama setiap perusahaan yaitu mencari keuntungan sebesar-besarnya yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan. Beberapa tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keuntungan antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi biaya, dengan tujuan agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

2. *People* (sosial)

Perusahaan diharapkan mampu memberikan kesejahteraan kepada orang-orang yang berada di dalam (karyawan) maupun kepada pihak di luar perusahaan (masyarakat umum). Menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan dan dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi perkembangan perusahaan maka perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat kepada masyarakat. Operasional perusahaan dapat berpotensi memberikan dampak pada masyarakat sehingga perusahaan perlu melibatkan diri dalam kegiatan yang memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. *Planet* (lingkungan)

Perusahaan diharapkan menciptakan bisnis yang selaras dengan alam dan dapat bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar akibat dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan. Dengan kelestarian lingkungan, perusahaan justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari

sisi kesehatan, kenyamanan, serta ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

2.4.2. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Dari sisi dunia usaha, penerapan konsep CSR dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Meskipun manfaatnya tidak memberikan hasil keuntungan dalam jangka pendek, namun CSR memberikan dampak langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan di masa yang akan datang baik dari aspek keuangan, sosial maupun lingkungan (Saputra et al., 2019). Manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan yaitu sebagai berikut (Wibisono, 2007):

1. Menjaga reputasi dan citra merek perusahaan
2. Memperoleh izin sosial untuk beroperasi
3. Mengurangi risiko bisnis perusahaan
4. Memperluas akses sumber daya
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mengurangi biaya operasional
7. Meningkatkan hubungan dengan *stakeholders*
8. Memperbaiki hubungan dengan pihak regulator
9. Meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan
10. Membuka peluang untuk menerima penghargaan

2.5. *Global Reporting Initiative (GRI)*

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan organisasi nirlaba internasional yang memiliki struktur berbasis jaringan yang melibatkan ribuan tenaga profesional

dan organisasi dari sektor, konstituen, dan wilayah yang berbeda (GRI, 2013). GRI dibentuk oleh *Coalition for Environmentally Responsible Economics* (CERES) dengan dukungan dari *United Nations Environment Programme* (UNEP) pada tahun 1997. Kegiatan utama GRI berfokus pada pencapaian transparansi dan pelaporan suatu perusahaan dengan mengembangkan standar dan pedoman pengungkapan *sustainability report*. Pedoman pelaporan keberlanjutan yang dibuat berdasarkan standar GRI akan mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja organisasi dalam periode pelaporan (Stenzel, 2010).

GRI menyajikan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif dan dapat digunakan oleh semua perusahaan dan organisasi di seluruh dunia. *Sustainability Reporting Guidelines* versi pertama yaitu GRI (G1) yang diterbitkan pada bulan Juni 2000, menyediakan kerangka kerja global pertama untuk pelaporan keberlanjutan. Setelah itu, versi kedua yaitu GRI (G2) diterbitkan pada tahun 2002. Pedoman tersebut ditingkatkan dan diperluas dan diubah kembali pada tahun 2006 menjadi GRI (G3) yang terdiri dari 79 indikator. Kemudian, pada tahun 2011 pedoman G3.1 diterbitkan sebagai pengembangan dari G3. G3.1 mencakup 84 indikator termasuk 79 indikator yang telah digunakan sebelumnya dengan beberapa modifikasi. Pedoman selanjutnya yaitu GRI (G4) yang diterbitkan pada tahun 2013 dan memiliki 91 indikator. Pada tahun 2015, GRI membentuk *Global Sustainability Standard Board* (GRI GSSB) yang bertanggung jawab menangani perkembangan standar laporan keberlanjutan. Pada 2016, *Global Reporting Initiative* memperkenalkan *GRI Standards* di Indonesia dengan 77 indikator. GRI kemudian

beralih dari yang awalnya hanya memberikan pedoman menjadi menetapkan standar global pertama untuk pelaporan keberlanjutan yang menggunakan GRI *Standards* sebagai acuannya.

GRI *Standards* menetapkan bahasa yang sama antara organisasi dan pemangku kepentingan sehingga memungkinkan mereka berkomunikasi dan memahami dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial. Standar ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan komparabilitas informasi mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial sehingga memungkinkan transparansi dan akuntabilitas. Dalam GRI *Standards* indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. (GRI, 2018).

2.6. Pengungkapan *Sustainability Report*

2.6.1. Pengungkapan

Pengungkapan merupakan konsep, metode dan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi akuntansi kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan (Suwardjono, 2014). Pengungkapan (*disclosure*) dapat diartikan bahwa informasi yang diungkapkan harus memberikan penjelasan yang memadai dan mampu mencerminkan kondisi sebenarnya di dalam perusahaan. Oleh karena itu, informasi yang diberikan harus komprehensif, jelas, akurat, dan dapat dipercaya untuk mencerminkan kondisi perusahaan, baik dalam aspek keuangan maupun non-keuangan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan (Ghozali dan Chariri, 2014).

Pengungkapan dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*)

(Handoko, 2016). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu pengungkapan informasi dalam laporan keuangan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan selain pengungkapan yang diwajibkan oleh standar atau badan pengawas. Salah satu contoh pengungkapan yang masih bersifat sukarela di Indonesia adalah pengungkapan *sustainability report*.

2.6.2. Sustainability Report

Laporan berkelanjutan (*sustainability report*) adalah laporan yang mencakup informasi tentang dampak dan kinerja perusahaan serta produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan dengan fokus pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Sihotang, 2006). *Sustainability report* dapat diterbitkan di dalam laporan tahunan (*annual report*) atau dilaporkan terpisah. Di Indonesia, pengungkapan *sustainability report* masih bersifat sukarela (*voluntary*). Bila disimpulkan, pengungkapan *sustainability report* adalah sebuah penyampaian informasi akuntansi terhadap pihak yang berkepentingan dalam bentuk laporan mengenai aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Pengungkapan *sustainability report* merupakan bentuk keterbukaan informasi perusahaan kepada publik yang tujuannya antara lain (Saputra et al., 2019):

1. Menunjukkan komitmen perusahaan dalam menanggapi isu-isu sosial dan lingkungan yang terjadi di tengah-tengah bisnis perusahaan.

2. Menunjukkan pada publik bahwa perusahaan dijalankan secara transparan sehingga para *stakeholder* baik internal maupun eksternal dapat memperoleh informasi tentang aktivitas perusahaan serta dapat memberikan umpan balik kepada perusahaan.
3. Menjalin hubungan yang baik antara pihak-pihak eksternal seperti masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.
4. Mengelola dan mengkomunikasikan risiko secara lebih baik.
5. Menjaga dan meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.
6. Meningkatkan nilai perusahaan dan nilai produk yang dihasilkan perusahaan.

Sustainability Report di Indonesia diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/POJK.03/2017 mengenai penerapan laporan keberlanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Dalam membuat suatu laporan, harus mengikuti standar sebagai pedoman pelaporannya. Salah satu standar *sustainability report* adalah standar yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar GRI yang digunakan adalah *GRI Standards* 2016 yang memuat 77 item indikator pengungkapan. Dalam *GRI Standards* indikator kinerja terbagi menjadi 3 komponen utama, yaitu 13 item pengungkapan aspek ekonomi, 30 item pengungkapan aspek lingkungan, dan 34 item pengungkapan aspek sosial.

2.7. Good Corporate Governance (GCG)

Berdasarkan Bank Dunia (*World Bank*), *Good Corporate Governance* adalah

“seperangkat hukum, peraturan, norma yang harus dipatuhi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja sumber daya perusahaan agar dapat beroperasi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi pemegang saham dan masyarakat sekitar.”

Implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) mendorong terwujudnya persaingan yang sehat dan menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Oleh karena itu, penerapan GCG di perusahaan-perusahaan Indonesia menjadi sangat penting guna mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkelanjutan. GCG diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan. GCG juga dapat diartikan sebagai kerangka kerja yang dirancang untuk mengelola perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi dan kesetaraan (Effendi, 2016).

2.7.1. Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

Dalam praktiknya, setiap perusahaan harus memastikan adanya sejumlah prinsip GCG yang harus dipenuhi dan diterapkan dalam semua aspek bisnis agar dapat berjalan dengan baik. Prinsip GCG diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Terdapat 5 prinsip yang menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengimplementasikan GCG, antara lain (KNKG, 2006):

1. *Transparency*

Prinsip transparansi mendorong perusahaan untuk menyediakan berbagai informasi mengenai aktivitas perusahaan yang bersifat material dan relevan. Hal ini bertujuan agar informasi dapat

dipahami dan dimanfaatkan oleh seluruh pemangku kepentingan. Informasi yang dianggap material dan relevan adalah informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan sehingga dapat menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis. Dalam prinsip ini, perusahaan diharapkan mengambil inisiatif untuk mengungkapkan berbagai informasi terkait perusahaan meskipun pada dasarnya pengungkapan tersebut masih bersifat sukarela. Pengungkapan informasi tidak hanya menjadi kewajiban yang diatur oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga merupakan hal penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. *Accountability*

Prinsip akuntabilitas mewajibkan perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan rasional. Dalam prosesnya perusahaan diharapkan untuk dikelola dengan tepat, jelas, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak yang terlibat. Akuntabilitas ini merupakan syarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. *Responsibility*

Prinsip tanggung jawab mendorong perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan serta

mematuhi segala peraturan perundang-undangan sehingga tercipta kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. *Independency*

Prinsip independensi merujuk pada kondisi suatu perusahaan dikelola secara profesional tanpa adanya pengaruh dari pihak manapun. Hal ini bertujuan agar setiap organ perusahaan dapat beroperasi secara independen tanpa mendominasi satu sama lain dan tidak dapat diintervensi oleh pihak luar.

5. *Fairness*

Prinsip ini menjelaskan bahwa dalam melaksanakan kegiatan dan membuat kebijakan, perusahaan diharapkan untuk selalu memperhatikan kepentingan seluruh pihak termasuk pemegang saham maupun pemangku kepentingan lainnya. Hal ini dilakukan berdasarkan prinsip kewajaran dan kesetaraan.

2.8. Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris perusahaan yang tidak memiliki hubungan afiliasi atau hubungan dengan pemegang saham, anggota dewan komisaris atau anggota direksi lainnya (Effendi, 2016). Tugas dan tanggung jawab dewan komisaris independen dalam perusahaan adalah melakukan pengawasan terhadap kebijakan perusahaan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi serta memastikan perusahaan melaksanakan praktik *good corporate governance* untuk mencapai tujuan perusahaan. Keberadaan dewan komisaris

independen dapat memberikan tekanan pada perusahaan untuk meningkatkan kualitas informasi pengungkapan perusahaan dalam bentuk *sustainability report*.

Proporsi jumlah komisaris independen dalam suatu perusahaan dinilai dapat mendukung tata kelola perusahaan yang efektif sesuai dengan prinsip-prinsip *good corporate governance*. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33 Tahun 2014, suatu perusahaan minimal 30% (tiga puluh persen) dari total anggota dewan komisaris harus berasal dari komisaris independen. Secara harafiah, dewan komisaris independen merupakan kesatuan dalam dewan komisaris pada perusahaan.

Jumlah dewan komisaris independen diharapkan dapat menjamin agar mekanisme pengawasan berjalan secara efektif dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, keberadaan dewan komisaris independen sebagai entitas yang independen dinilai mampu menciptakan keseimbangan bagi seluruh pihak baik yang bersifat internal maupun eksternal perusahaan terutama dalam keterbukaan informasi yang ada di perusahaan (Hasnati, 2014).

2.9. Dewan Direksi

Dewan direksi adalah organ perusahaan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengelolaan perusahaan serta mewakili perusahaan di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33, 2014). Sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola perusahaan, setiap tindakan yang dilakukan oleh direksi wajib berdasarkan anggaran dasar perusahaan serta menaati peraturan perundang-

undangan yang berlaku. Selain itu, kinerja dewan direksi yang optimal akan mendukung terciptanya *good corporate governance* dalam perusahaan.

Dewan direksi dalam suatu perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan arah perusahaan maka keberadaannya dianggap mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan, termasuk pengungkapan *sustainability report*. Dewan direksi yang telah berhasil mengimplementasikan tata kelola perusahaan dengan baik, akan memberikan pengaruh terhadap informasi yang akan diberikan perusahaan terhadap publik, termasuk dalam hal pengungkapan *sustainability report*. Sebagai pihak yang bertanggung jawab penuh terhadap perusahaan maka dewan direksi akan melaksanakan rapat untuk merencanakan berbagai kebijakan terkait operasional perusahaan.

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33 Tahun 2014 direksi wajib mengadakan rapat direksi secara berkala minimal 1 (satu) kali dalam setiap bulan. Frekuensi rapat yang tinggi antara anggota direksi, dapat mencerminkan tingkat komunikasi dan koordinasi yang baik antar anggota. Hal ini meningkatkan terwujudnya *good corporate governance* dan transparansi informasi kepada publik (Ananda & Yusnaini, 2023).

2.10. Profitabilitas

Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan atau laba. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin baik kinerja perusahaan tersebut. Tingginya profitabilitas mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berhasil mencapai penerimaan yang tinggi. Profitabilitas

adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan usahanya (Hery, 2016).

Rasio profitabilitas dinilai sangat penting karena dapat mencerminkan kinerja keuangan serta prospek perusahaan di masa depan yang ditunjukkan melalui efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasional untuk memperoleh laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Rasio profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan atau kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset perusahaan secara produktif (Kasmir, 2018). Tingginya profitabilitas diduga mampu meningkatkan kepercayaan diri perusahaan untuk mengungkapkan informasi secara luas yang bertujuan menarik perhatian para investor.

Terdapat 4 jenis rasio profitabilitas yaitu *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) (Sukamulja, 2022). Pada penelitian ini, untuk mengukur rasio profitabilitas akan menggunakan rumus *Return On Equity*. *Return on Equity* (ROE) adalah suatu rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari ekuitas. Rasio ini sangat penting bagi pemegang saham karena mengindikasikan tingkat pengembalian atas investasi saham perusahaan yang dimiliki oleh mereka. Semakin tinggi pengembalian atas ekuitas maka semakin besar pula jumlah laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan (Hery, 2016).

2.11. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang telah menguji pengaruh dewan komisaris independen, dewan direksi, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian oleh Sofa & Respati (2020) memberikan hasil bahwa dewan direksi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*, sedangkan dewan komisaris independen, komite audit, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian oleh Sinaga & Fachrurrozie (2017) memberikan hasil bahwa tipe industri dan dewan direksi berpengaruh positif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan, sedangkan analisis aktivitas, komite audit, dan dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan.

Penelitian oleh Diono & Prabowo (2017) memberikan hasil bahwa ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris independen, komposisi dewan komisaris perempuan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian oleh Lestari (2018) memberikan hasil bahwa profitabilitas, likuiditas, aktivitas perusahaan, dan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*, sedangkan dewan komisaris independen dan dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian oleh Ananda & Yusnaini (2023)

memberikan hasil bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*, sedangkan dewan direksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sustainability report*. Ringkasan penelitian terdahulu dapat di lihat pada lampiran halaman 72.

2.12. Pengembangan Hipotesis

2.12.1. Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan

Sustainability Report

Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan afiliasi atau keterkaitan bisnis dengan direksi atau pemegang saham perusahaan (Hasnati, 2014). Ketidakadanya hubungan ini, diharapkan dewan komisaris independen mampu melakukan tugasnya secara independen, mengawasi dewan direksi dan memberi nasehat kepada manajemen demi kepentingan perusahaan dan terlepas dari pengaruh pihak lain. Keberadaan dewan komisaris independen akan memberikan manfaat yang besar kepada para pemangku kepentingan terutama terbentuknya situasi yang sesuai dengan prinsip GCG yang dalam hal ini komisaris independen dapat memberikan pandangan dengan tingkat independensi dan akuntabilitas yang lebih tinggi (Hasnati, 2014).

Mengacu pada teori legitimasi, perusahaan wajib berpedoman pada nilai, serta norma yang berlaku di masyarakat dalam kegiatan operasi secara berkelanjutan. Dewan komisaris independen harus mendorong perusahaan terlibat dalam berbagai kegiatan lingkungan dan sosial sekaligus memastikan keselarasan nilai-nilai sosial yang melekat dalam kegiatan perusahaan dengan norma dan aturan yang berlaku di masyarakat. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33

Tahun 2014 telah mengatur mengenai keanggotaan dewan komisaris independen minimal 30% dari seluruh anggota dewan komisaris. Oleh karena itu, jika proporsi dewan komisaris independen meningkat, hal ini dapat memberikan tekanan pada direksi untuk lebih banyak mengungkapkan informasi tentang perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi tanggung jawab terhadap para *stakeholder* seperti pengungkapan *sustainability report* (Haniffa & Cooke, 2005).

Teori ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Diono & Prabowo (2017) dan (Ananda & Yusnaini, 2023) yang membuktikan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dan didukung dengan hasil penelitian oleh Diono & Prabowo (2017) dan (Ananda & Yusnaini, 2023), maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

2.12.2. Pengaruh Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan *Sustainability*

Report

Dewan direksi merupakan organ perusahaan yang memiliki otoritas dan tanggung jawab penuh dalam mengelola perusahaan serta berperan sebagai perwakilan perusahaan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33, 2014). Dewan direksi memiliki kewajiban untuk melakukan tugas dan wewenang sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku dengan tetap memperhatikan

kepentingan perusahaan dan para pemangku kepentingan. Sebagai organ pengelola perusahaan, dewan direksi harus bertanggung jawab terhadap terciptanya akuntabilitas dan transparansi yang terkandung dalam prinsip *good corporate governance*.

Mengacu pada teori legitimasi, dewan direksi sebagai organ perusahaan yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap perusahaan akan berupaya untuk memastikan bahwa semua kegiatan perusahaan sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33 Tahun 2014, dewan direksi mengadakan rapat secara berkala minimal 1 (satu) kali setiap bulan yang membahas rencana, strategi, dan kebijakan perusahaan agar sesuai dengan norma dan peraturan yang ada. Oleh karena itu, semakin tinggi frekuensi rapat antar dewan direksi maka dapat memperkuat penerapan *good corporate governance* oleh perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan upaya perusahaan dalam melaksanakan kewajiban sosial termasuk pengungkapan *sustainability report* (Sofa & Respati, 2020).

Teori ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Sofa & Respati (2020) dan Sinaga & Fachrurrozie (2017) yang menunjukkan hasil bahwa dewan direksi berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dan didukung dengan hasil penelitian Sofa & Respati (2020) dan Sinaga & Fachrurrozie (2017), maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Dewan Direksi berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

2.12.3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan usahanya. Dalam dunia bisnis, perusahaan diharapkan dapat menghasilkan profit secara optimal (Hery, 2016). Melalui rasio profitabilitas, manajemen perusahaan dapat menilai keefektifan kinerja perusahaan dalam satu periode. Oleh karena itu, laba menjadi elemen penting bagi perusahaan dikarenakan tingkat laba yang diperoleh mampu menggambarkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dinilai dari tingkat laba yang diperoleh sesuai dengan tujuan utama perusahaan yaitu untuk mencapai keuntungan yang sebesar besarnya.

Pengukuran profitabilitas dilakukan menggunakan *Return on Equity* (ROE). Dengan menggunakan rasio ini, kita dapat mengetahui bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian atas ekuitas maka laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah yang tertanam dalam ekuitas akan semakin tinggi pula (Hery, 2016). Salah satu komponen ekuitas perusahaan adalah modal saham yang berasal dari pemegang saham. Artinya, tingginya profitabilitas perusahaan akan menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi cenderung memiliki kinerja keuangan yang kuat. Keberhasilan ini memberikan kemampuan lebih terhadap perusahaan untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan beserta pengungkapannya sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modal di perusahaan (Sofa & Respati, 2020). Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas

maka semakin banyak perusahaan mengungkapkan informasi yang bersifat sukarela yang dibutuhkan para *stakeholder* dengan membuat *sustainability report*.

Teori ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Diono & Prabowo (2017) dan (Lestari, 2018) yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dan didukung dengan hasil penelitian Diono & Prabowo (2017) dan (Lestari, 2018), maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

