

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* pertama kali diperkenalkan oleh Freeman pada tahun 1984. Menurut Freeman, terdapat tiga masalah yang saling memiliki kaitan atau relasi dengan bisnis yang meliputi: masalah terkait penciptaan perdagangan dan nilai, masalah terkait etika dan kapitalisme, serta masalah terkait pola pikir manajerial. Maka dari itu, Freeman membentuk kata “*stakeholder*” yang artinya pemangku kepentingan untuk mengatasi ketiga masalah tersebut (Ghozali, 2020). Gray, Kouhy, dan Adams juga menambahkan bahwa keberlangsungan hidup atau ketahanan suatu perusahaan atau organisasi itu bergantung pada dukungan yang diberikan oleh *stakeholder*, dan dukungan tersebut sifatnya perlu dicari. Semakin kuat *stakeholder* yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar juga kemampuan adaptasi yang dimiliki perusahaan (Ghozali, 2020).

Menurut Freeman (1984), *stakeholder* merupakan suatu grup, organisasi, atau individu yang bisa mempengaruhi tujuan perusahaan atau organisasi dan juga dipengaruhi oleh tujuan perusahaan atau organisasi tersebut. Kemudian, Freeman juga menambahkan bahwa, “*the stakeholder concept was originally defined as ‘those groups without whose support the organization would cease to exist.’ The list of stakeholders originally included shareowners, employees, customers, suppliers, lenders and society*”. Artinya adalah “konsep *stakeholder* pada awalnya didefinisikan sebagai “kelompok-kelompok yang tanpa dukungannya organisasi akan lenyap. Daftar *stakeholder* pada awalnya meliputi pemilik saham, karyawan, pelanggan, pemasok, pemberi pinjaman, dan masyarakat”. Kasali (2008) membagi *stakeholder* menjadi beberapa jenis sebagai berikut:

1. *Stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal

Stakeholder internal adalah *stakeholder* yang keberadaannya masih di dalam ruang lingkup organisasi atau perusahaan, contohnya karyawan dan

juga manajer, sedangkan *stakeholder* eksternal adalah *stakeholder* yang berada di luar perusahaan, contohnya pemasok dan juga konsumen.

2. *Stakeholder* primer, *stakeholder* sekunder, *stakeholder* marjinal

Stakeholder primer adalah *stakeholder* yang keberadaannya dianggap penting dan harus diperhatikan perusahaan, *stakeholder* sekunder adalah *stakeholder* yang dianggap kurang penting keberadaannya, dan *stakeholder* marjinal adalah *stakeholder* yang sering diabaikan keberadaannya oleh perusahaan.

3. *Stakeholder* tradisional dan *stakeholder* masa depan

Stakeholder tradisional adalah *stakeholder* yang keberadaannya saat ini berhubungan dengan organisasi, contohnya karyawan dan konsumen. Dan *stakeholder* masa depan adalah *stakeholder* yang dianggap memiliki pengaruh pada organisasi di masa mendatang, contohnya mahasiswa dan peneliti.

4. *Stakeholder proponents*, *stakeholder opponents*, dan *stakeholder uncommitted*

Stakeholder proponents adalah *stakeholder* yang berpihak pada perusahaan atau organisasi, *stakeholder opponents* merupakan *stakeholder* yang tidak memihak atau sifatnya menentang pada perusahaan atau organisasi, dan *stakeholder uncommitted* adalah *stakeholder* yang sudah tidak peduli lagi terhadap perusahaan atau organisasi.

5. *Stakeholder silent majority* dan *stakeholder vocal majority*

Stakeholder silent majority adalah *stakeholder* yang menyatakan komplain atau kritik secara pasif (*silent*), sedangkan *stakeholder vocal majority* adalah *stakeholder* yang menyatakan komplain atau kritik secara aktif (*vocal*).

Perkembangan dari teori *stakeholder* diawali dengan adanya perubahan bentuk perusahaan dalam melakukan kegiatan atau operasional perusahaannya. Menurut Budimanta et al. (2008), pendekatan *stakeholder* terbagi menjadi dua, yaitu *old-corporate relation* dan juga *new-corporate relation*. Kedua bentuk pendekatan ini memiliki perbedaan yang mendasar apabila dilihat dari segi

penekanan bentuk pelaksanaan kegiatan perusahaan. *Old-corporate relation* lebih menekankan kepada bentuk pelaksanaan kegiatan perusahaan secara terpisah untuk setiap fungsi-fungsi di dalam perusahaan tanpa adanya kesatuan dari fungsi-fungsi tersebut dan juga hubungan dengan pihak eksternal lebih cenderung bersifat jangka pendek.

Pendekatan *old-corporate relation* sering menimbulkan banyak konflik karena perusahaan cenderung memisahkan diri dengan para *stakeholder*-nya (baik internal atau eksternal), sedangkan pendekatan *new-corporate relation* lebih menekankan pada kolaborasi atau kerjasama antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* internal dibangun dengan prinsip kesamaan tujuan, sedangkan untuk *stakeholder* eksternal dibangun dengan prinsip kemitraan yang memiliki sifat fungsional. Jadi, pendekatan *new-corporate relation* dapat mengurangi kesenjangan jarak antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya, sehingga arah serta tujuan perusahaan bukan lagi hanya berorientasi pada keuntungan yang besar saja, tetapi juga kepada pencapaian bisnis perusahaan yang *sustainable* atau berkelanjutan (Tenriwaru, 2021).

Teori *stakeholder* merupakan teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan selalu terkait atau tidak terlepas dari peranan para *stakeholder* baik itu internal atau eksternal (Tenriwaru, 2021). Teori *stakeholder* menggambarkan bahwa dari setiap pemangku kepentingan atau *stakeholder* mempunyai hak untuk mengetahui atau mendapatkan informasi terkait dengan aktivitas atau kegiatan perusahaan yang dapat mempengaruhi kepentingan para pemangku kepentingan itu sendiri. Teori *stakeholder* juga memandang bahwa perusahaan bukan merupakan suatu entitas yang hanya bergerak untuk kepentingan diri sendiri, tetapi juga harus memberikan suatu manfaat bagi seluruh *stakeholder* (Muluk et al., 2022).

Freeman (1984) juga berpendapat bahwa aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu entitas perusahaan dipengaruhi oleh banyak pihak pemangku kepentingan, bukan hanya dari sisi pemegang sahamnya saja. Pemangku kepentingan di dalam teori ini juga meliputi pihak-pihak yang dipengaruhi atau

mempengaruhi kegiatan dari entitas perusahaan atau organisasi itu sendiri (Muluk et al., 2022). Gray et al. (1997) menyimpulkan bahwa secara umum, teori *stakeholder* adalah teori yang menjelaskan bagaimana cara suatu perusahaan atau organisasi itu mengatur para *stakeholder*-nya. Kemudian menurut Ullmann (1985), cara perusahaan mengatur para *stakeholder*-nya itu bergantung pada postur strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Postur strategis ini terdiri dari dua postur, yaitu postur aktif dan pasif.

Perusahaan yang menerapkan postur aktif cenderung berusaha untuk mempengaruhi hubungannya dengan *stakeholder* yang dianggap penting atau berpengaruh, yang berarti bahwa perusahaan yang menerapkan postur ini juga menentukan mana *stakeholder* yang memiliki pengaruh besar dalam alokasi sumber daya ekonomi dalam perusahaan selain dari hanya mengidentifikasi *stakeholder*-nya saja, sedangkan perusahaan yang menerapkan postur pasif lebih cenderung tidak mengawasi aktivitas atau kegiatan dari *stakeholder*-nya secara terus menerus dan dengan sengaja lebih mengabaikan atau tidak mencari cara optimal untuk menarik perhatian para *stakeholder*-nya. Perusahaan yang menerapkan postur pasif dianggap memiliki perhatian yang kurang terhadap para *stakeholder*-nya. Hal tersebut juga menyebabkan rendahnya kinerja sosial dari perusahaan tersebut serta juga kurangnya tingkat pengungkapan informasi sosial yang dimiliki terhadap para *stakeholder*.

Donaldson & Preston (1995) menjelaskan bahwa sudut pandang moral serta normatif dari teori *stakeholder* ini menjelaskan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk mendapatkan perlakuan yang adil dari organisasi atau perusahaan. Selain itu, pengaruh dari organisasi atau perusahaan terhadap pengalaman hidup *stakeholder*-nya juga harus menentukan tanggung jawab yang dimiliki organisasi atau perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya tersebut, bukan hanya sekedar sejauh apa pengaruh kekuatan ekonomi *stakeholder* atas organisasi atau perusahaan. Dari sisi etika, teori *stakeholder* juga menyatakan bahwa para *stakeholder* memiliki hak intrinsik terkait misalnya gaji yang adil, tempat kerja yang nyaman, dan sebagainya. Hak-hak tersebut tidak boleh dilanggar atau tidak

dipenuhi. Dalam arti lain, setiap *stakeholder* perlu dipertimbangkan sisi kepentingan pribadinya masing-masing.

Apabila melihat dari penerapan teori *stakeholder* untuk menilai kemampuan *stakeholder* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan khususnya yang tercantum di dalam *sustainability report*, Ghozali (2020) menyatakan bahwa tingkat atau ukuran kekuasaan dari *stakeholder* serta kebutuhan akan informasi mereka dapat memberikan berbagai penjelasan terkait jenis dan tingkat-tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*. Selain itu, menurut Neu Warsame & Pedwell (1998), pandangan atau dukungan para *stakeholder* tertentu dapat secara lebih efektif menuntut pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan (Ghozali, 2020). Kemudian, menurut Chariri dan Ghazali (2014), teori *stakeholder* juga menyatakan bahwa suatu perusahaan akan melakukan aktivitas sesuai dengan keinginan dari para *stakeholder*-nya, dengan begitu ketika pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report* suatu perusahaan berkualitas atau tinggi, maka perusahaan akan memperoleh dukungan dari seluruh *stakeholder*-nya (Arrokhman & Siswanto, 2021).

2.2 *Ecoefficiency*

Menurut Hansen et al. (2022), “*ecoefficiency* didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan harga kompetitif yang memuaskan kebutuhan pelanggan sekaligus mengurangi dampak lingkungan negatif, konsumsi sumber daya, dan biaya”. *Ecoefficiency* berarti menghasilkan barang atau jasa secara lebih banyak dan dengan menggunakan bahan, energi, air, atau tanah yang lebih sedikit, dan juga sekaligus meminimalkan buangan seperti emisi udara, limbah, serta pembuangan air dan penyebaran zat beracun. Klaim lain dari konsep *ecoefficiency* yang paling penting adalah bahwa mencegah polusi serta menghindari pemborosan akan menguntungkan dari sisi ekonomi. *Ecoefficiency* juga melengkapi serta mendukung *sustainable development* yang didefinisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa harus mengorbankan kemampuan generasi di masa yang akan datang untuk memenuhinya (Hansen et al., 2022).

Ecoefficiency menyiratkan hubungan yang positif antara kinerja ekonomi dan lingkungan. Menurut Hansen et al. (2022), *ecoefficiency* memiliki empat tujuan utama, yaitu mengurangi konsumsi sumber daya, mengurangi dampak lingkungan, meningkatkan nilai produk, dan mengurangi tanggung jawab terhadap lingkungan. “Mengurangi konsumsi sumber daya memerlukan hal-hal seperti mengurangi penggunaan energi, bahan, air, dan tanah. Ini juga termasuk meningkatkan daya tahan produk dan meningkatkan kemampuan daur ulang produk. Mengurangi dampak lingkungan terutama berkaitan dengan meminimalkan pelepasan polutan ke lingkungan dan mendorong penggunaan sumber daya terbarukan secara berkelanjutan. Meningkatkan nilai produk berarti bahwa produk diproduksi yang menyediakan fungsionalitas yang dibutuhkan pelanggan tetapi dengan bahan dan sumber daya yang lebih sedikit. Ini juga berarti bahwa produk diproduksi tanpa merusak lingkungan, dan penggunaan serta pembuangannya ramah lingkungan. Tujuan keempat, mengurangi tanggung jawab terhadap lingkungan, mensyaratkan agar perusahaan mengidentifikasi dan secara efisien mengelola risiko dan peluang yang berkaitan dengan lingkungan”.

Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu mencari kesempatan untuk meningkatkan *ecoefficiency*. Hansen et al. (2022) memaparkan bahwa terdapat empat kesempatan yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan *ecoefficiency* sebagai berikut:

1. Peningkatan proses dan inovasi. Merupakan metode yang umum untuk meningkatkan efisiensi, tetapi dalam kasus *ecoefficiency*, tujuannya adalah untuk meningkatkan *ecoefficiency*, artinya perubahan proses harus berfokus secara bersamaan pada peningkatan kinerja lingkungan dan pengurangan biaya. Perbaikan proses relatif sangat berguna untuk meningkatkan kinerja lingkungan, tetapi rekayasa ulang proses mungkin lebih cocok untuk meningkatkan *ecoefficiency*.
2. Revalorisasi produk sampingan. Menjelaskan pencarian cara untuk mengubah suatu bahan limbah menjadi produk yang dapat berguna bagi perusahaan lain atau bagi perusahaan sendiri. Misalnya saja mengubah

lumpur dari fasilitas pengolahan air limbah menjadi pupuk kompos komersial.

3. Desain ulang produk. Produk dapat didesain ulang untuk meminimalkan penggunaan bahan, variasi bahan yang juga lebih sedikit, serta penggunaan bahan yang ramah lingkungan (tidak beracun), dan mudah dibongkar untuk bisa dilakukan daur ulang sekaligus menyediakan tingkat fungsionalitas tinggi bagi pengguna.
4. Menemukan cara yang lebih baik dan berbeda untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Cara ini mungkin saja memerlukan proses pendefinisian ulang pasar serta pembentukan ulang penawaran dan permintaan. Misalnya berubah menjadi perusahaan jasa dibandingkan dengan menjual produk yang berpotensi menciptakan efisiensi sumber daya yang lebih tinggi serta polusi yang lebih sedikit, dll.

Apabila kesempatan-kesempatan *ecoeficiency* tersebut dijalankan, maka terdapat beberapa hasil yang bermanfaat, seperti yang dijelaskan oleh Hansen et al. (2022) sebagai berikut:

1. Menciptakan manfaat sosial seperti citra publik dan hubungan dengan masyarakat yang lebih baik. Berkurangnya dampak lingkungan dapat membawa perusahaan memiliki citra yang lebih baik di masyarakat serta juga meningkatkan kemampuannya untuk menjual produk dan layanan.
2. Meningkatkan pendapatan. Upaya untuk meningkatkan *ecoeficiency* dapat meningkatkan pendapatan dengan menciptakan pasar baru, contohnya membuat produk dengan bahan yang sebelumnya dianggap sebagai residu tidak berguna, dll.
3. Biaya modal dan tarif asuransi lebih rendah. Perusahaan yang menjunjung *ecoeficiency* cenderung mengurangi risiko lingkungan, dengan begitu perusahaan akan mendapat manfaat eksternal seperti pengurangan biaya modal dan juga tarif asuransi. Pengurangan biaya dan tarif tersebut akhirnya dapat membawa pada pengurangan biaya yang dapat mengikuti peningkatan kinerja lingkungan.

2.3 *Environmental, Social, Governance (ESG)*

Menurut Forbes, kata *ESG* setidaknya berasal dari tahun 2005. *ESG* ini berakar pada gerakan investasi yang bertanggung jawab secara sosial atau *socially responsible investing (SRI)* yang dimulai setidaknya sejak tahun 1980-an dan juga *corporate social responsibility (CSR)* yang dimulai setidaknya sejak sekitar tahun 1960-an. Selain itu, terdapat juga peristiwa penting yang menjadi kesepakatan atau perjanjian penting terkait dengan investasi yang bertanggung jawab, contohnya penandatanganan tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals (SDGs)* oleh para pemimpin dunia dari PBB (*UN*) pada bulan September tahun 2015 yang diikuti oleh perjanjian iklim paris pada tahun tersebut (Chambers et al., 2020).

Matos (2020) mengatakan bahwa: “meskipun diakui secara luas bahwa pasar modal telah berkontribusi pada alokasi sumber daya dan penciptaan kekayaan yang efisien selama satu abad terakhir, nilai total yang diberikan perusahaan kepada masyarakat melalui produk dan layanan mereka bergantung pada nilai yang diciptakan bersama oleh sekumpulan *stakeholders*, seperti sebagai pekerja, pemasok, dan komunitas tempat mereka beroperasi”. Kemudian Matos (2020) juga menambahkan bahwa, “dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran telah meningkat bahwa paparan perusahaan terhadap faktor-faktor seperti risiko lingkungan, praktik sosial, dan masalah tata kelola (*ESG*) dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara material dalam jangka panjang. Contoh insiden terkait *ESG* adalah penipuan akuntansi Enron tahun 2001, tumpahan minyak Deepwater Horizon tahun 2010, penipuan uji emisi Volkswagen tahun 2015, dan skandal privasi data Facebook 2018”. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa *ESG* merupakan isu yang sangat penting untuk dibicarakan dan juga diperhatikan pada masa kini. Apabila melihat dari isu utama *ESG* sendiri menurut Matos (2020) adalah terdiri dari tiga dimensi, yaitu *environmental* (lingkungan), *social* (sosial), dan *governance* (tata kelola). Berikut merupakan isu utama dari ketiga dimensi tersebut:

Tabel 2.1 *Main ESG Issues*

<i>Environmental</i>	<i>Social</i>	<i>Governance</i>
Perubahan iklim dan emisi karbon	Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, keberagaman, dan pelatihan	Hak pemegang saham
Penggunaan sumber daya alam dan pengelolaan air	Pelanggan dan tanggung jawab produk	Komposisi dari <i>board of directors</i> atau dewan direksi (dilihat dari independensi dan keberagaman)
Polusi dan limbah	Hubungan komunitas serta aktivitas amal	Kebijakan manajemen kompensasi
Eco-desain dan inovasi		Tindakan <i>fraud</i> dan penyuapan

Sumber: Matos (2020)

Matos (2020) juga menjelaskan bahwa dimensi *environmental* mengukur bagaimana dampak perusahaan terhadap ekosistem alami atau lingkungan. Terdiri dari misalnya emisi (gas rumah kaca), efisiensi penggunaan sumber daya alam pada proses produksi (dalam hal air, bahan baku, dan energi), polusi dan juga limbah serta usaha untuk melakukan inovasi dalam hal produk ramah lingkungan, sedangkan. Dimensi *social* meliputi hubungan perusahaan dengan tenaga kerja, masyarakat, dan juga pelanggannya. Termasuk juga tentang bagaimana perusahaan mempertahankan pekerja yang setia (seperti kualitas kerja, kesehatan, serta keselamatan kerja), menciptakan kepuasan pelanggan (kualitas produk dan jasa yang memastikan keamanan dari pelanggan), serta juga menjadi warga negara yang baik di dalam komunitas tempat operasinya. Dimensi *governance* mencakup sistem yang diterapkan oleh manajemen untuk bertindak demi kepentingan terbaik bagi pemegang saham dalam jangka panjang. Dimensi ini meliputi perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham, memiliki dewan yang baik (seperti berpengalaman, beragam, dan independen), merancang kebijakan manajemen

kompensasi eksekutif dengan baik, serta juga menghindari praktik ilegal seperti *fraud* dan penyuapan (Matos, 2020).

Penerapan *ESG* atau LST (lingkungan, sosial, dan tata kelola) di dalam strategi investasi menurut Kementerian Keuangan (2022) adalah salah satu penyelesaian untuk menilai berapa kontribusi investasi berkelanjutan dari suatu perusahaan kepada para *stakeholder*-nya. Di Indonesia sendiri, Kementerian Keuangan sudah berinisiatif untuk menerapkan faktor-faktor *ESG* pada proyek-proyek infrastruktur serta fasilitas milik pemerintah. Menurut Kementerian Keuangan (2022), sepuluh standar LST atau *ESG* adalah “pencegahan polusi dan pengelolaan limbah; pelestarian keanekaragaman hayati; pengelolaan sumber daya alam dan efisiensi energi; mitigasi dan adaptasi perubahan iklim serta risiko bencana; ketenagakerjaan dan lingkungan kerja; keberagaman, kesetaraan, inklusi, dan akses; kepentingan sosial; warisan budaya, kepemimpinan dan tata kelola; serta risiko dan pengendalian”.

Inisiatif tersebut diharapkan dapat memastikan agar pencapaian *Sustainable development goals (SDG)* dapat terealisasikan. Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa atau *United Nations* (2022), *SDG (Sustainable development goals)* adalah “seruan universal untuk bertindak untuk mengakhiri kemiskinan, melindungi planet ini, dan meningkatkan kehidupan dan prospek semua orang, di mana saja”. *SDG (Sustainable development goals)* ini terdiri dari 17 *goals* yang sudah diadopsi oleh para anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tahun 2015 sebagai salah satu bagian dari agenda *sustainable development* pada tahun 2030.

17 *goals* tersebut menurut *United Nations* (2022) meliputi: “*no poverty; zero hunger; good health and well-being; quality education; gender equality; clean water and sanitation; affordable and clean energy; decent work and economic growth; industry, innovation and infrastructure; reduced inequalities; sustainable cities and communities; responsible consumption and production; climate action; life below water; life on land; peace, justice and strong institutions; and partnerships for the goals*”. Apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, 17 *goals* tersebut adalah sebagai berikut: “tanpa kemiskinan; nol kelaparan; kesehatan

yang baik dan kesejahteraan; kualitas pendidikan; kesetaraan gender; air bersih dan sanitasi; energi terjangkau dan bersih; pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi; industri, inovasi dan infrastruktur; mengurangi ketimpangan; kota dan komunitas berkelanjutan; konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab; aksi iklim; kehidupan di bawah air; hidup di darat; perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang kuat; dan kemitraan untuk tujuan”.

Berkembangnya pendekatan *ESG* dan terbitnya 17 *goals* dari *SDG* oleh *United Nations*, memperlihatkan bahwa orientasi aktivitas atau kegiatan perusahaan untuk kedepannya akan berkembang dari yang tadinya hanya berorientasi pada pendekatan 1P (*Profit*) menjadi 3P (*Profit, People, Planet*) atau disebut juga *Triple bottom line*. Menurut Rimmel (2020), Elkington pada kisaran tahun 1990-an menciptakan konsep *Triple bottom line* untuk memperluas fokus utama suatu organisasi atau perusahaan dari yang hanya berfokus pada sisi finansial (*profit*) menuju perspektif kinerja perusahaan atau organisasi yang lebih holistik. Oleh karena itu, penilaian investasi yang komprehensif dalam pendekatan ini, mencakup pengukuran dari sisi ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan juga lingkungan (*planet*). Di Indonesia, hal tersebut juga didukung dengan diterbitkannya POJK Nomor 51 tahun 2017 yang mewajibkan setiap perusahaan publik di Indonesia untuk menyusun laporan keberlanjutan (*sustainability report*) terpisah dari laporan tahunan dan juga wajib untuk diungkapkan setiap tahunnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

2.4 Sustainability Report

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2021), proses pembangunan tidak boleh merugikan atau mengorbankan keberlangsungan hidup dari generasi yang akan datang. Apabila suatu perusahaan atau entitas terkait visi bisnis yang berkelanjutan, maka entitas tersebut akan memiliki strategi jangka panjang untuk menghindari orientasi bisnis yang mencari laba dalam jangka pendek saja. Visi keberlanjutan ini dapat dijabarkan menjadi program, tujuan, serta aktivitas bisnis yang disesuaikan dengan prinsip keberlanjutan (*sustainable*). Program, tujuan, serta aktivitas bisnis

tersebut dapat dituangkan perusahaan atau entitas kepada publik dalam bentuk *sustainability report* atau laporan keberlanjutan. *Sustainability report* adalah bentuk pelaporan yang dibuat oleh suatu entitas untuk melakukan pengungkapan serta pengukuran terkait segala aktivitas yang dilakukan oleh entitas terkait dengan upaya pelestarian dalam ruang lingkup lingkungan sosial dan sebagai bentuk upaya entitas untuk menjadi entitas yang akuntabel bagi para *stakeholders* (Ikatan Akuntan Indonesia, 2021).

Berdasarkan *website* resmi dari PwC (2021), *ESG* atau *sustainability report* adalah "suatu laporan yang dibuat oleh organisasi atau perusahaan mengenai dampak *Environmental, social, dan governance (ESG)*. Ini memungkinkan perusahaan untuk lebih transparan tentang risiko dan peluang yang dihadapinya dan juga menjadi alat komunikasi yang memainkan peran penting dalam meyakinkan pengamat yang skeptis bahwa tindakan perusahaan itu tulus", sedangkan, menurut *website* resmi dari Global Reporting Initiative (2018), *sustainability report* merupakan "praktik organisasi untuk melaporkan secara publik dampak dari sisi ekonomi, lingkungan, dan/atau sosialnya, dan karenanya kontribusinya bisa positif atau negatif terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan". Menurut Sukaharsono & Andayani (2021), *sustainability report* memungkinkan perusahaan untuk mempertimbangkan dampak atau pengaruhnya terhadap macam-macam isu keberlanjutan. Menciptakan serta memelihara kepercayaan di dalam suatu organisasi atau perusahaan dan juga pemerintah sangat diperlukan untuk mencapai ekonomi dan dunia yang berkelanjutan. Setiap keputusan yang dibuat oleh organisasi atau perusahaan memiliki dampak terhadap para *stakeholder*-nya.

Nilai dari proses *sustainability reporting* adalah dengan memastikan bahwa perusahaan atau organisasi mempertimbangkan dampaknya terhadap permasalahan keberlanjutan dan memungkinkan mereka untuk bersikap transparan terkait dengan peluang serta risiko yang akan mereka hadapi, terutama dari sisi non-finansial. Peningkatan transparansi ini mengarah pada proses pengambilan keputusan yang akan membantu menciptakan serta mempertahankan kepercayaan (Sukaharsono & Andayani, 2021). Kemunculan dari *sustainability report* menurut Ikatan Akuntan

Indonesia (2021) tidak lepas dari perkembangan akuntansi lingkungan dalam beberapa waktu terakhir ini. Perkembangan akuntansi lingkungan merupakan dampak dari pandangan para pengusaha yang mulai berubah dari yang tadinya hanya berfokus mencari laba besar menjadi mulai peduli terhadap kontribusi yang dapat diberikan dalam sisi pembangunan berkelanjutan. Berikut merupakan beberapa manfaat dari pengungkapan *sustainability report* bagi *stakeholder* menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2021):

1. Menjadi alat ukur terkait pencapaian atau raihan target dari isu ekonomi, sosial, dan lingkungan.
2. Sebagai pengontrol capaian performa atau kinerja dari entitas sekaligus menjadi alat pertimbangan investor untuk melakukan investasi terutama dalam lingkup *sustainable* dan *responsible investment (SRI)*.
3. Tolak ukur untuk melakukan penilaian terhadap kesungguhan entitas terhadap pembangunan berkelanjutan di sekitarnya.

Selain itu, terdapat juga tiga aspek yang mendapatkan manfaat dari *sustainability report*, yaitu dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aspek ekonomi mendapatkan tiga manfaat seperti pengurangan *life cycle cost*; meminimalkan risiko bisnis; dan keunggulan dari sisi sewa, hunian, dan penilaian. Aspek sosial juga mendapatkan tiga manfaat seperti meningkatnya nilai atau citra perusahaan, terpenuhinya transparansi, serta kolaborasi dengan *stakeholder*, sedangkan, aspek lingkungan juga mendapatkan tiga manfaat utama seperti berkurangnya penggunaan energi, berkurangnya risiko lingkungan, serta penggunaan energi terbarukan yang lebih tinggi (Ikatan Akuntan Indonesia, 2021). *Sustainability report* menurut Sukaharsono & Andayani (2021), juga merupakan salah satu aspek yang digunakan sebagai penilaian dalam *Annual Report Awards*. Perusahaan yang mengungkapkan *sustainability report* mendapatkan nilai tambahan pada kategori lain-lain dalam penilaian tersebut.

Global Reporting Initiative dalam Ikatan Akuntan Indonesia (2021) menjelaskan lima langkah proses pembuatan atau penyusunan *sustainability report* antara lain:

1. *Prepare*

Tahap di mana manajemen melakukan persiapan dan perencanaan tentang apa saja informasi yang akan dilaporkan dalam *sustainability report* dan dampak dari pengungkapan tersebut.

2. *Connect*

Tahap di mana manajemen melakukan identifikasi terhadap *key stakeholder* (*stakeholder* utama) dan hal ini penting untuk mengetahui aktivitas yang perlu diungkapkan oleh entitas untuk menciptakan bisnis dan lingkungan berkelanjutan yang penting bagi *stakeholder*.

3. *Define*

Tahap di mana dilakukan identifikasi terhadap hal penting yang perlu dilaporkan untuk pihak internal atau eksternal dan dipertimbangkan ruang lingkup serta besaran pengaruh perusahaan terhadap kapasitas, lingkungan, dan komitmen entitas, proses ini akan membantu mengungkapkan informasi dan aktivitas perusahaan di dalam *sustainability report*.

4. *Monitor*

Tahap di mana entitas atau perusahaan melakukan pemantauan terkait proses dan juga data untuk memastikan kualitas dari informasi yang diungkapkan dan juga menetapkan target atas capaian dari apa yang akan dilaporkan.

5. *Report*

Tahap di mana penulisan informasi sudah dikumpulkan dan disusun sebagai kesatuan *sustainability report* dan laporan ini perlu dikomunikasikan kepada para *stakeholder* untuk mendapatkan *feedback*.

Secara lebih lanjut, Ikatan Akuntan Indonesia (2021) juga mengungkapkan prinsip-prinsip pelaporan yang dapat digunakan untuk menentukan isi dan kualitas dari *sustainability report*. Prinsip untuk menentukan isi *sustainability report* terdiri dari empat prinsip, yaitu:

1. *Stakeholder inclusiveness*

Prinsip ini menjelaskan bahwa entitas perlu melakukan identifikasi terhadap *stakeholder*-nya, serta memberikan penjelasan respon entitas terkait dengan ekspektasi rasional dan kepentingan dari para *stakeholder*.

2. *Sustainable context*

Prinsip ini menjelaskan bahwa laporan harus berisikan kinerja atau performa dari organisasi dalam konteks keberlanjutan secara luas.

3. *Materiality*

Prinsip ini menjelaskan bahwa laporan harus meliputi aspek yang menggambarkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari entitas; serta secara substansial memiliki pengaruh pada keputusan dan penilaian *stakeholder*.

4. *Completeness*

Prinsip ini menjelaskan bahwa laporan harus meliputi ruang lingkup dan aspek material agar dapat menggambarkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan secara lebih lengkap dan signifikan dan juga memungkinkan *stakeholder* melakukan penilaian terhadap kinerja entitas.

Kemudian, prinsip untuk menentukan kualitas *sustainability report* terdiri dari enam prinsip sebagai berikut:

1. *Accuracy*

Prinsip ini menjelaskan bahwa informasi yang diungkapkan harus akurat dan juga detail untuk kepentingan penilaian *stakeholder*.

2. *Balance*

Prinsip ini menjelaskan bahwa laporan perlu menggambarkan sisi positif dan negatif dari kinerja perusahaan dan memungkinkan penilaian secara keseluruhan.

3. *Clarity*

Prinsip ini menjelaskan bahwa entitas perlu mengungkapkan informasi dalam bentuk yang mudah dipahami serta mudah diakses oleh pengguna laporan keuangan (*stakeholder*).

4. *Comparability*

Prinsip ini menjelaskan bahwa entitas perlu menyajikan informasi secara konsisten dan dikompilasikan agar para *stakeholder* dapat melakukan analisis perubahan terkait kinerja perusahaan dari waktu ke waktu ataupun dibandingkan dengan entitas lainnya.

5. *Reliability*

Prinsip ini menjelaskan bahwa entitas perlu mengumpulkan, menganalisis, dan mengkompilasikan informasi untuk mempersiapkan laporan agar bisa dievaluasi dan menunjukkan materialitas dan kualitas informasi.

6. *Timeliness*

Prinsip ini menjelaskan bahwa entitas perlu melaporkan *sustainability report* dalam jadwal reguler agar informasi yang ingin disampaikan untuk *stakeholder* dapat tepat waktu untuk kepentingan proses pengambilan keputusan.

Wagenhofer (2023) menjelaskan perbedaan dari konsep *sustainability report* dengan akuntansi keuangan, menurut Wagenhofer (2023), *sustainability report* bertumpu pada konsep-konsep yang pada dasarnya berbeda dengan konsep yang menjadi *fundamental* dari akuntansi keuangan. *Sustainability reporting* terdiri dari pengungkapan tanpa disertai dengan agregasi ataupun pengukuran yang berarti seperti yang dilakukan dalam konsep akrual pada akuntansi keuangan. *Sustainability reporting* juga mencakup data mengenai target yang disertai strategi jangka panjang yang memerlukan pelaporan berkala terhadap target tersebut. *Sustainability reporting* yang bersifat *mandatory* bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pengelolaan guna mencapai tujuan lingkungan, sosial, dan tata kelola (*ESG*). Peraturan transparansi ini bekerja secara tidak langsung melalui penyediaan informasi kepada pemangku kepentingan yang dapat mereka gunakan untuk mengambil tindakan atau mengambil keputusan yang mempengaruhi profitabilitas dan nilai perusahaan pelapor.

Wagenhofer (2023) menambahkan, bagi kebanyakan *stakeholders*, kinerja keberlanjutan perusahaan akan sulit untuk didapatkan gambarannya. Menurut

Wagenhofer (2023), konsep *sustainability reporting* memiliki kekurangan berupa kurangnya informasi keberlanjutan agregat yang setara dengan informasi di dalam neraca, laporan laba rugi, ataupun laporan arus kas. Menurutnya, *sustainability report* kurang mencakup nilai ESG secara keseluruhan. Wagenhofer (2023) juga mengkritisi: “dari perspektif akuntansi keuangan, pelaporan keberlanjutan kehilangan sebagian besar aspek yang menjadikan akuntansi keuangan penting, berguna, menarik, dan juga sulit. Inti dari teori akuntansi keuangan dan standar pelaporan keuangan meliputi prinsip pengakuan, pengukuran dan klasifikasi, konservatisme, serta cara menghadapi ketidakpastian, dan sejenisnya. Prinsip-prinsip ini diperlukan untuk menggabungkan data mentah menjadi ukuran kinerja utama yang bermakna seperti laba periode, ekuitas, dan banyak lainnya”. “Misalnya, banyak titik data kuantitatif yang terdiri dari masukan ke dalam proses produktif dan bukan keluaran dari proses tersebut. Tidak jelas apakah masukan-masukan ini menghasilkan hasil yang diinginkan dan, yang lebih penting, apakah masukan-masukan ini efisien untuk mencapai hasil-hasil tersebut. Pendekatan ini terutama terlihat pada topik sosial dan tata kelola. Misalnya, pengungkapan mencakup investasi dalam pelatihan karyawan, target dan niat, serta proses tata kelola”. Jadi, dapat disimpulkan bahwa praktik pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) sekarang ini masih perlu dikembangkan secara lebih baik lagi untuk kedepannya.

2.5 Pengungkapan *Item GRI Standards* di Dalam *Sustainability Report*

Pengungkapan *sustainability report* menurut Trihatmoko et al. (2020) adalah kualitas atau mutu yang mengukur tingkat baik atau buruknya suatu perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi yang tercantum terkait dengan *sustainability report* kepada pihak eksternal. Menurut Noerkholiq & Muslih (2021), pengungkapan *sustainability report* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dari sisi sosial yang dirancang untuk mengkomunikasikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dihasilkan dari kinerja perusahaan tersebut dan juga menjadi alat komunikasi yang mewakili suatu manajemen di dalam perusahaan dengan para

stakeholder-nya untuk menginformasikan lebih dari hanya sekedar cara perusahaan mendapatkan keuntungan.

Schadewitz & Niskala (2010) menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* bersifat sejalan atau searah dengan nilai perusahaan. Maka dari itu, tinggi rendahnya kualitas dari pengungkapan *sustainability report* akan mempengaruhi nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan, apabila pengungkapan *sustainability report* tinggi, maka *value* dari perusahaan akan meningkat yang artinya para *stakeholder* akan menilai perusahaan dengan nilai yang baik atau tinggi, dan sebaliknya apabila pengungkapan *sustainability report* rendah maka nilai perusahaan juga rendah yang artinya penilaian *stakeholder* terhadap perusahaan kurang baik atau rendah (Sembiring, 2019). Terdapat beberapa organisasi utama penyedia standar yang dapat mengukur pengungkapan *sustainability report* menurut Sukaharsono & Andayani (2021) sebagai berikut:

1. *Global Reporting Initiative (GRI)*
2. *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)*
3. *United Nations Global Compact*
4. *International Standardization Organization (ISO)*

Penelitian ini menggunakan standar yang dikeluarkan oleh *GRI (Global Reporting Initiative)*. *Global Reporting Initiative* merupakan organisasi independen internasional yang sudah berdiri sejak 1997 dan membantu perusahaan dan organisasi lainnya untuk bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkannya. Awalnya *GRI* didirikan atas respon dari peristiwa tumpahan minyak Exxon Valdez. *GRI* sendiri berakar pada organisasi nirlaba *CERES* dan juga institut *TELLUS*. Tujuan dari didirikannya *GRI* adalah untuk membuat suatu sistem atau mekanisme akuntabilitas pertama yang dapat memastikan perusahaan mematuhi prinsip perilaku yang bertanggung jawab dan kemudian diperluas untuk mencakup tiga aspek berupa sosial, ekonomi, dan tata kelola (*ESG*) (*Global Reporting Initiative*, 2023).

Standar *GRI* adalah standar yang paling banyak digunakan di dunia untuk kepentingan pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*), standar ini sudah

digunakan secara luas oleh lebih dari 100 negara dan telah dirujuk sebagai panduan untuk bursa saham di seluruh dunia (*Global Reporting Initiative, 2022*). Menurut Sukaharsono & Andayani (2021), *GRI Standards* menyediakan aspek-aspek atau prinsip pelaporan, panduan penerapan, serta pengungkapan standar untuk penyusunan *sustainability report* yang dapat digunakan oleh organisasi dengan ukuran, sektor, dan juga lokasi mana pun. Standar ini juga memberikan referensi internasional untuk segala pihak yang berhubungan dengan pengungkapan kinerja, dampak lingkungan, dampak sosial, serta dampak ekonomi dari organisasi tersebut.

Berdasarkan *website* resmi dari *Global Reporting Initiative (2023)*, pedoman atau standar pertama yang diterbitkan oleh *GRI* adalah pedoman G1 yang diterbitkan pada tahun 2000, pedoman ini menyediakan kerangka kerja global pertama untuk *sustainability report*. Kemudian pada tahun 2002, pedoman G1 diperbarui menjadi pedoman G2, lalu sebagai timbal balik dari meningkatnya permintaan pelaporan dengan standar *GRI*, maka pedoman tersebut diperluas menjadi *GRI G3* pada tahun 2006, dan juga *GRI G4* pada tahun 2013. Lalu pada tahun 2015, *Global Reporting Initiative* mulai menerapkan *framework* dari *SDG (Sustainable development goals)* dan akhirnya pada tahun 2016, diterbitkan *GRI Standards 2016*, dan yang terbaru saat ini adalah *GRI Standards 2021* yang merupakan bentuk pengembangan dari *GRI Standards 2016*.

Penelitian ini menggunakan *GRI Standards 2016* beserta revisi serta penambahan tahun 2018, 2019, dan 2020 yang berisikan total 77 *items* pada tahun 2019-2020 dan 89 *items* pada tahun 2021-2022 dan terdiri dari tiga komponen utama pelaporan *sustainability report*, yaitu sebagai berikut:

1. *GRI 200 series*

Seri 200 membahas isu mengenai ekonomi. Isu ekonomi yang dimaksud adalah dimensi ekonomi berkelanjutan yang menyangkut dampak organisasi terhadap kondisi ekonomi dari para pemangku kepentingannya, baik terhadap sistem ekonomi lokal, nasional, ataupun global.

2. *GRI 300 series*

Seri 300 membahas isu mengenai lingkungan. Isu lingkungan yang dimaksud adalah lingkungan secara berkelanjutan yang artinya berkaitan dengan dampak organisasi terhadap sistem alam baik yang hidup ataupun tidak hidup, termasuk tanah, udara, ekosistem, dan air.

3. *GRI 400 series*

Seri 400 membahas isu mengenai sosial. Isu sosial yang dimaksud adalah dimensi sosial secara berkelanjutan yang berkaitan dengan dampak organisasi terhadap sistem sosial di mana ia beroperasi.

Berikut merupakan informasi rinci mengenai jumlah *item* dari setiap aspek di dalam kategori-kategori tersebut:

Tabel 2.2 Jumlah *Items GRI 2016 (Topic-specific)* beserta revisi dan penambahan

Kategori	Aspek
<i>GRI 200 Series</i> (ekonomi)	<i>GRI 201</i> : Kinerja Ekonomi (4 <i>items</i>), <i>GRI 202</i> : Keberadaan Pasar (2 <i>items</i>), <i>GRI 203</i> : Dampak Ekonomi Tidak Langsung (2 <i>items</i>), <i>GRI 204</i> : Praktik Pengadaan (1 <i>item</i>), <i>GRI 205</i> : Anti-Korupsi (3 <i>items</i>), <i>GRI 206</i> : Perilaku Anti-Persaingan (1 <i>item</i>), dan <i>GRI 207</i> : Pajak (4 <i>items</i>).
<i>GRI 300 Series</i> (lingkungan)	<i>GRI 301</i> : Material (3 <i>items</i>), <i>GRI 302</i> : Energi (5 <i>items</i>), <i>GRI 303</i> : Air (3 <i>items</i>), <i>GRI 303</i> (2018): Air dan Efluen (5 <i>items</i>), <i>GRI 304</i> : Keanekaragaman Hayati (4 <i>items</i>), <i>GRI 305</i> : Emisi (7 <i>items</i>), <i>GRI 306</i> : Efluen dan Limbah (5 <i>items</i>), <i>GRI 306</i> (2020): Limbah (5 <i>items</i>), <i>GRI 307</i> : Kepatuhan Lingkungan (1 <i>items</i>), dan <i>GRI 308</i> : Penilaian Lingkungan Pemasok (2 <i>items</i>).
<i>GRI 400 Series</i> (sosial)	<i>GRI 401</i> : Kepegawaian (3 <i>items</i>), <i>GRI 402</i> : Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen (1 <i>item</i>), <i>GRI 403</i> : Kesehatan dan Keselamatan Kerja (4 <i>items</i>), <i>GRI 403</i>

Kategori	Aspek
	(2018): Kesehatan dan Keselamatan Kerja (10 <i>items</i>), GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan (3 <i>items</i>), GRI 405: Keanekaragaman dan Peluang Setara (2 <i>items</i>), GRI 406: Nondiskriminasi (1 <i>item</i>), GRI 407: Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif (1 <i>item</i>), GRI 408: Pekerja Anak (1 <i>item</i>), GRI 409: Kerja Paksa atau Wajib Kerja (1 <i>item</i>), GRI 410: Praktik Keamanan (1 <i>item</i>), GRI 411: Hak Masyarakat Adat (1 <i>item</i>), GRI 412: Penilaian Hak Asasi Manusia (3 <i>items</i>), GRI 413: Masyarakat Setempat (2 <i>items</i>), GRI 414: Penilaian Sosial Pemasok (2 <i>items</i>), GRI 415: Kebijakan Publik (1 <i>item</i>), GRI 416: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan (2 <i>items</i>), GRI 417: Pemasaran dan Pelabelan (3 <i>items</i>), GRI 418: Privasi Pelanggan (1 <i>item</i>), dan GRI 419: Kepatuhan Sosial Ekonomi (1 <i>item</i>).

Sumber: globalreporting.org (2023)

Terdapat dua sifat dari *item* yang diungkapkan di dalam *sustainability report*, yaitu *item* yang bersifat *voluntary disclosure* dan *item* yang bersifat *mandatory disclosure*. Menurut Cucaro (2022), *voluntary disclosure* merupakan pengungkapan yang tidak bersifat wajib dan bergantung pada keputusan atau kebijakan manajemen, sedangkan *mandatory disclosure* adalah bentuk pengungkapan yang merupakan suatu kewajiban sesuai dengan peraturan atau regulasi yang diterbitkan pemerintah. *Item GRI Standards* sendiri memuat kedua sifat tersebut, baik yang bersifat *voluntary* ataupun *mandatory*. *Item* yang bersifat *mandatory* pada *GRI Standards* merupakan *item* yang memang diwajibkan sesuai dengan POJK Nomor 51 tahun 2017 ataupun Peraturan Perundang-undangan, contohnya *item GRI 302-1* (konsumsi energi dalam organisasi), *item GRI 302-2* (konsumsi energi luar organisasi), dan *item GRI 303-5* (konsumsi air) yang diatur dalam item 2.b.1 (penggunaan energi (antara lain listrik dan air)) pada POJK Nomor

51 tahun 2017, *item GRI 305-5* (pengurangan emisi GRK) yang diatur di dalam item 2.b.2 (pengurangan emisi yang dihasilkan) pada POJK Nomor 51 tahun 2017, dan *item GRI 301-2* (material input dari daur ulang yang digunakan) yang juga diatur di dalam item 6.d.2 (uraian mengenai penggunaan material yang ramah lingkungan, misalnya penggunaan jenis material daur ulang) pada POJK Nomor 51 tahun 2017. Penelitian ini tidak menggunakan *item* yang terdapat di dalam POJK Nomor 51 tahun 2017 karena *item-item* yang diatur tersebut seluruhnya sudah bersifat *mandatory* dan cenderung kurang lengkap apabila dibandingkan dengan *GRI Standards* yang sudah memuat seluruh *item* baik yang bersifat *voluntary* ataupun *mandatory*.

Penelitian ini menghitung pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report* menggunakan variabel *dummy approach*, yaitu setiap *item sustainability report* yang diungkapkan akan diberi nilai 1 (satu), dan 0 (nol) apabila tidak diungkapkan. Jumlah pengungkapan *item* (skor) akan dijumlahkan untuk memperoleh total skor bagi setiap perusahaan. Setelah itu, pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report* akan diperoleh dengan membagi total skor pengungkapan *item* dengan jumlah skor atau pengungkapan *item* maksimal yang harus diungkapkan. Pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report* dalam penelitian ini diproksikan dengan *SRDI (Sustainability Report Disclosure Index)* seperti yang dinyatakan oleh Noerkholiq & Muslih (2021) sebagai berikut:

$$SRDI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Total item}} \times 100\% \quad (2.1)$$

Keterangan:

SRDI : Sustainability Report Disclosure Index.
Jumlah item yang diungkapkan : Jumlah *item* (skor) yang diungkapkan perusahaan, 1 (jika *item* diungkapkan); 0 (jika *item* tidak diungkapkan).

Total item : Jumlah maksimal *item* (skor) yang dapat diungkapkan (77/89 *items*).

Dari rumus tersebut, dapat diperoleh bahwa maksimal besaran *SRDI* adalah sebesar 1 yang artinya perusahaan telah mengungkapkan seluruh *item* dari *GRI Standards 2016* (beserta revisi). Kemudian, apabila *SRDI* perusahaan bernilai kecil, maka pengungkapan *item* (skor) dari perusahaan tersebut lebih kecil dari total maksimal *item* yang dapat diungkapkan.

2.6 Leverage

Menurut Mulyadi et al. (2022), *leverage* adalah suatu teknik atau cara pembiayaan aset yang melibatkan utang atau dana pinjaman daripada penambahan sisi ekuitas baru. Dalam pasar saham, *leverage* juga diartikan sebagai penggunaan dana utang atau pinjaman yang bertujuan untuk meningkatkan *return* dari suatu investasi. Selain itu, Mulyadi et al. (2022) juga menjelaskan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi artinya adalah perusahaan memiliki jumlah utang yang lebih besar dari ekuitas untuk membiayai aset-asetnya.

Weygandt et al. (2019) memaparkan beberapa keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan apabila menggunakan pendanaan dari utang sebagai berikut:

1. Kontrol atau kendali yang dimiliki pemegang saham perusahaan tidak akan berpengaruh karena dengan pembiayaan melalui utang, kreditur tidak mempunyai hak atau suara. Maka dari itu, pemegang saham perusahaan dapat tetap memperoleh kendalinya secara penuh.
2. Beban atas bunga yang muncul dari utang dapat menjadi pengurang dalam hal perpajakan, sedangkan dividen yang didapatkan dari ekuitas tidak dapat menjadi pengurang pajak.
3. Laba per saham atau *EPS* menjadi lebih tinggi dengan pembiayaan melalui utang (karena penerbitan saham tambahan tidak terjadi) meskipun beban bunga yang muncul dari utang dapat mengurangi laba bersih.

Mulyadi et al. (2022) berpendapat bahwa terdapat beberapa tujuan dan manfaat dari rasio *leverage*, yaitu “agar perusahaan dapat mengetahui posisinya terhadap kewajiban kepada pihak kreditur; agar perusahaan dapat menilai kemampuannya dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap, misalnya angsuran pinjaman dan bunganya; agar perusahaan bisa menilai keseimbangan antara nilai aktiva (khususnya aktiva tetap) dengan modal; agar perusahaan bisa menilai tingkat pengaruh utang terhadap pengelolaan aktiva; dan agar perusahaan bisa menilai besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang”.

Handini (2020) menjabarkan bahwa terdapat beberapa rasio yang dapat digunakan untuk menghitung *leverage*, antara lain:

1. *Debt To Equity Ratio*

Menjelaskan mengenai bagian dari setiap ekuitas yang menjadi jaminan dari keseluruhan utang (liabilitas).

2. *Debt to Assets Ratio (Total Debt to Total Capital Assets)*

Menjelaskan mengenai bagian dari keseluruhan kebutuhan atas dana yang dibiayai dengan utang.

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Menjelaskan mengenai bagian dari setiap ekuitas yang menjadi jaminan dari utang jangka panjang.

4. *Tangible Assets Debt Coverage*

Menjelaskan mengenai besaran aset tetap tangible yang dipakai sebagai jaminan utang jangka panjang.

5. *Time Interest Earned Ratio*

Menjelaskan mengenai besaran jaminan dari keuntungan untuk membayar bunga utang jangka panjang.

Leverage dalam penelitian ini diprosikan dengan menggunakan *Debt to Asset Ratio (DAR)*. Menurut Kieso et al. (2020), Debt to Asset Ratio adalah rasio yang mengukur persentase aset yang dibiayai atau didanai dengan utang (oleh kreditur). *DAR* dapat digunakan untuk melihat kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang dimilikinya, keseimbangan antara aset dan modal yang

dimiliki dan juga melihat besaran jaminan yang dimiliki perusahaan untuk melunasi liabilitas atau kewajibannya. Menurut Yoewono (2023), *Debt to Asset Ratio (DAR)* dapat memperlihatkan informasi terkait kemampuan perusahaan dalam melakukan adaptasi terhadap kondisi aset yang berkurang akibat terjadinya kerugian tanpa mengurangi pembayaran bunga kepada para krediturnya. Rasio ini juga menekankan pada pentingnya pendanaan melalui utang dengan memperlihatkan nilai persentasenya terhadap aset. Selain itu, semakin kecil nilai *Debt to Asset Ratio*, maka nilai solvabilitas yang dimiliki perusahaan itu juga semakin kecil dan cenderung aman, dengan begitu porsi atau persentase utang harus lebih kecil apabila dibandingkan terhadap asetnya (Yoewono, 2023).

Menurut Christella & Osesoga (2019), semakin tinggi nilai *DAR*, maka probabilitas kebangkrutan dari suatu perusahaan dapat diprediksi secara lebih baik karena perusahaan yang memiliki banyak liabilitas mengakibatkan perusahaan tersebut memiliki risiko yang lebih tinggi dan juga dapat membawa perusahaan ke arah kebangkrutan. Selain itu, Ross et al. (2022) juga menambahkan, “semakin banyak hutang yang dimiliki perusahaan (sebagai persentase aset), semakin besar tingkat *leverage* keuangannya. Jadi, *leverage* keuangan meningkatkan potensi keuntungan bagi pemegang saham, tetapi juga meningkatkan potensi kesulitan keuangan dan kegagalan bisnis”. Menurut Taillard (2022), *DAR* yang bernilai lebih dari 1 menandakan bahwa perusahaan memiliki utang yang lebih besar atau melebihi nilai perusahaannya, begitu pun sebaliknya, *DAR* yang lebih kecil dari 1 menandakan perusahaan memiliki lebih banyak aset apabila dibandingkan dengan liabilitasnya. Taillard (2022) juga menambahkan jika suatu perusahaan memiliki nilai *DAR* yang hampir mendekati 1, maka perusahaan tersebut berada dalam posisi yang buruk atau kurang menguntungkan. Nilai dari *DAR* menurut Yoewono (2023) dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \quad (2.2)$$

Keterangan:

DAR : *Debt to Asset Ratio*.

Total Debt : Jumlah utang (liabilitas) yang dimiliki perusahaan.

Total Asset : Jumlah aset yang dimiliki perusahaan.

Menurut Kieso et al. (2018), liabilitas merupakan kewajiban masa kini yang dimiliki oleh suatu entitas dan timbul akibat peristiwa di masa lalu yang pemenuhan kewajiban tersebut menyebabkan terjadinya arus kas keluar dari sumber daya yang dimiliki perusahaan yang memiliki manfaat ekonomis. Kieso et al. (2018) juga menambahkan bahwa liabilitas memiliki tiga sifat esensial, antara lain:

1. Merupakan suatu kewajiban yang bersifat masa kini (sekarang).
2. Membutuhkan transfer dalam bentuk sumber daya ekonomi (seperti uang, jasa, dan barang).
3. Muncul akibat peristiwa yang terjadi di masa lalu.

Liabilitas dikelompokkan menjadi dua bentuk, yaitu liabilitas jangka panjang dan juga liabilitas jangka pendek.

1. *Current liabilities* (liabilitas jangka pendek)

Kieso et al. (2020) menjelaskan bahwa *current liabilities* akan dilaporkan apabila memenuhi satu dari dua syarat, yaitu diperkirakan akan dipenuhi dalam satu siklus operasi normal atau diselesaikan dalam waktu 12 bulan setelah tanggal pelaporan. Contoh dari liabilitas jangka pendek adalah “*account payable, notes payable, current maturities of long-term debt, short-term obligations expected to be refinanced, dividends payable, customer advances and deposits, unearned revenues, sales and value-added taxes payable, income tax payable, dan employee-related liabilities*”.

PSAK 1 menyatakan bahwa, “entitas mengklasifikasikan liabilitas sebagai liabilitas jangka pendek jika:

- a. entitas memperkirakan akan menyelesaikan liabilitas tersebut dalam siklus operasi normal;
- b. entitas memiliki liabilitas tersebut untuk tujuan diperdagangkan;

- c. liabilitas tersebut jatuh tempo untuk diselesaikan dalam jangka waktu dua belas bulan setelah periode pelaporan; atau
- d. entitas tidak memiliki hak tanpa syarat untuk menanggukkan penyelesaian liabilitas selama sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan. Persyaratan liabilitas yang dapat mengakibatkan diselesaikannya liabilitas tersebut dengan menerbitkan instrumen ekuitas, sesuai dengan pilihan pihak lawan, tidak berdampak terhadap klasifikasi liabilitas tersebut.

Entitas mengklasifikasikan liabilitas yang tidak termasuk dalam kriteria diatas sebagai liabilitas jangka panjang”.

2. *Non-current liabilities* (liabilitas jangka panjang)

Menurut Kieso et al. (2020), liabilitas jangka panjang merupakan liabilitas yang diharapkan timbul dari kewajiban masa kini dan tidak dipenuhi atau dibayarkan dalam periode satu siklus operasi perusahaan ataupun dalam jangka waktu satu tahun. Contoh dari liabilitas jangka panjang adalah “*bonds payable, mortgages payable, pension liabilities, lease liabilities, dan long-term notes payable,*”.

Selain liabilitas, aset juga merupakan komponen perhitungan *DAR* lainnya. Aset merupakan sumber daya yang dimiliki suatu entitas dan akan digunakan untuk melakukan aktivitas penjualan ataupun produksinya. Sifat umum yang dimiliki oleh seluruh jenis aset adalah kemampuan untuk memberikan manfaat di masa depan atau mendatang. Dalam suatu bisnis, potensi manfaat masa depan tersebut akan memberikan penerimaan berupa arus kas masuk (Weygandt et al., 2019). Aset dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Current asset*

Current asset merupakan aset yang diekspektasikan oleh perusahaan untuk bisa ditukarkan dalam bentuk uang tunai atau dapat dihabiskan dalam periode satu tahun ataupun di dalam satu siklus operasinya. Contoh akun-akun yang termasuk dalam *current asset* adalah *prepaid expenses* (beban dibayar di muka), *cash* (kas), *short-term investment* (investasi jangka

pendek), *receivables* (piutang), dan juga *inventories* (persediaan) (Weygandt et al., 2019).

PSAK 1 menyatakan bahwa, “suatu perusahaan dapat mengelompokkan suatu aset sebagai aset lancar, apabila:

- e. entitas memperkirakan akan merealisasikan aset, atau memiliki intensi untuk menjual atau menggunakannya, dalam siklus operasi normal;
- f. entitas memiliki aset untuk tujuan diperdagangkan;
- g. entitas memperkirakan akan meralisasi aset dalam jangka waktu dua belas bulan setelah periode pelaporan; atau
- h. aset merupakan kas atau setara kas, kecuali aset tersebut dibatasi pertukaran atau penggunaannya untuk menyelesaikan liabilitas sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan.

Dan untuk aset yang tidak termasuk dalam kriteria tersebut diklasifikasikan sebagai aset tidak lancar”.

2. *Non-current asset*

Non-current asset atau aset tidak lancar adalah aset yang tidak termasuk ke dalam kelompok aset lancar dan dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu *property, plant, equipment (PPE)*; *long-term investments* (investasi jangka panjang), *intangible asset* (aset tidak berwujud), dan *other asset* (aset lainnya).

2.7 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Item GRI Standards* di Dalam *Sustainability Report*

Tingginya *leverage* dari suatu perusahaan artinya adalah modal kerja atau ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan tersebut sedikit (Noerkholiq & Muslih, 2021). Semakin tinggi tingkat *leverage* juga mengindikasikan adanya kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian atas kredit. Selain itu, menurut Dewi & Budiasih (2021), perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai lebih banyak kewajiban untuk melakukan pengungkapan secara luas dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah.

Tyas & Khafid (2019) juga menjelaskan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi dari suatu perusahaan membuatnya berusaha untuk lebih mempertahankan kinerja dari sisi keuangan melalui tingkat keuntungan atau *profit* yang tinggi demi menjaga atau mempertahankan dukungan dan juga kepercayaan dari sisi kreditur. Selain itu, saat *leverage* perusahaan tinggi, maka perusahaan akan lebih memilih untuk mementingkan pengungkapan informasi dari sisi finansial secara luas dan membatasi pengeluaran sumber daya keuangan untuk pengungkapan informasi yang bersifat non-finansial, seperti misalnya kontribusi perusahaan terhadap pembangunan yang *sustainable* serta pengungkapannya. Hal tersebut dilakukan karena tanggung jawab atau kegiatan yang perlu diungkapkan terhadap *stakeholder* pasti berjumlah banyak dan akan mengurangi pendapatan secara signifikan (Noerkholiq & Muslih, 2021).

Wulandari et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa dengan adanya utang yang dimiliki suatu perusahaan, maka kualitas atau luas dari pengungkapan perusahaan dari sisi tanggung jawab sosial akan menurun. Perusahaan yang mempunyai utang tinggi akan cenderung menurunkan biaya-biayanya karena perusahaan perlu mengungkapkan laba atau *profit* dalam kondisi yang tinggi atau baik untuk memperoleh kepercayaan dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*) khususnya kreditur untuk mempermudah akses terhadap pendanaannya. Maka dari itu, perusahaan akan lebih memilih untuk mengurangi pengungkapan *sustainability report* atau hanya mengungkapkannya sebatas sukarela dan lebih berfokus pada aktivitas operasi ekonominya (Noerkholiq & Muslih, 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani & Amanah (2019) dan Noerkholiq & Muslih (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. begitu pun penelitian Yovana & Kadir (2020) yang juga menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang diprosikan dengan *CSR Disclosure Index*. Berbeda dengan beberapa hasil penelitian tersebut, penelitian Hermawan & Sutarti (2021) dan Joshua & Susanto (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* atau tanggung jawab sosial perusahaan yang

diprosikan dengan *CSR Disclosure Index*. Maka dari itu, hipotesis yang terbentuk adalah sebagai berikut:

Ha1: Leverage yang diprosikan dengan *Debt to Asset Ratio (DAR)* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report*

2.8 Konsentrasi Kepemilikan

Menurut Sidiq et al. (2021), “konsentrasi kepemilikan merupakan kepemilikan yang dimiliki oleh beberapa individu maupun kelompok sehingga mereka mempunyai porsi kepemilikan saham yang relatif dominan daripada lainnya”. Konsentrasi kepemilikan yang besar dapat menjadi kontrol sekaligus bentuk pengawasan yang lebih baik terhadap manajemen perusahaan. Menurut Weygandt et al., (2019), modal saham atau *share capital* adalah “jumlah total uang tunai dan aset lain yang diberikan kepada korporasi oleh *shareholders* sebagai ganti saham”. Modal saham atau *share capital* dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:

1. *Ordinary shares* (saham biasa)

Saham biasa adalah saham yang merepresentasikan sisa kepentingan yang dimiliki perusahaan untuk menanggung risiko atas kerugian yang tinggi dan menerima keuntungan atas kesuksesan (Kieso et al., 2020). Saham ini tidak dijamin dengan aset ataupun dividen pada saat pembubarannya. Tetapi pemilik saham ini biasa dapat mengendalikan manajemen perusahaan serta juga cenderung yang mendapatkan keuntungan paling besar jika perusahaan tersebut sukses. Jurnal penerbitan saham biasa adalah sebagai berikut:

Cash	xxx
Share Capital – Ordinary	xxx

2. *Preference shares* (saham preferen)

Saham preferen menurut Weygandt et al. (2019) adalah saham yang mempunyai aturan yang terikat kontraktual dan memberikan mereka prioritas ataupun preferensi atas saham biasa. Pemegang saham preferen

biasa memiliki jaminan ataupun prioritas untuk mendapatkan laba dalam bentuk dividen dan juga aset pada saat terjadi likuidasi atau pembubaran. Namun, pada umumnya saham preferen tidak memiliki hak suara untuk mengendalikan perusahaan. Jurnal dari penerbitan saham preferen adalah sebagai berikut:

<i>Cash</i>	xxx
<i>Share Capital – Preference</i>	xxx

Menurut Kieso et al. (2020), pencatatan atas kedua jenis saham tersebut mencerminkan *par value* dari penerbitan saham perusahaan, sedangkan selisih dari pembayaran yang dibayarkan oleh pemegang saham disebut sebagai *share premium*. *Share premium* merupakan akun yang memperlihatkan kelebihan nilai *par (par value)* yang dibayarkan oleh *shareholders* sebagai bentuk imbalan atas saham yang sudah diterbitkan kepada mereka. Setelah dibayarkan, selisih kelebihan dari *par value* menjadi bagian dari *share premium* perusahaan dan pemegang saham individu tidak memiliki klaim yang lebih besar terhadap kelebihan yang dibayarkan dibandingkan dengan semua pemegang saham lain dari golongan yang sama. Contoh jurnal apabila saham tidak diterbitkan di harga par adalah sebagai berikut:

<i>Cash</i>	xxx
<i>Share Capital – Ordinary/Preference</i>	xxx
<i>Share Premium – Ordinary/Preference</i>	xxx

Kemudian terdapat juga istilah *treasury shares* (saham treasuri), yaitu saham milik perusahaan yang sudah diterbitkan lalu diperoleh kembali kepemilikannya dari pemegang saham tapi tidak dalam kondisi dipensiunkan (Weygandt et al., 2019). Berikut merupakan beberapa alasan yang dapat menyebabkan perusahaan dapat memperoleh *treasury shares*:

1. Untuk menerbitkan kembali (*reissue*) saham kepada para pekerja sebagai bentuk bonus atau kompensasi saham lainnya.

2. Untuk memberi informasi kepada pasar saham perihal harga saham yang sedang rendah atau *underpriced*, hal ini diharapkan dapat meningkatkan harga sahamnya di pasar.
3. Untuk memperoleh saham tambahan yang dapat digunakan untuk mengakuisisi perusahaan lain.
4. Untuk mereduksi *outstanding shares* (saham yang beredar), sehingga nilai *earnings per share* yang dimiliki perusahaan dapat meningkat.
5. Alasan lainnya adalah manajemen mungkin ingin menghilangkan pemegang saham yang bermusuhan atau berseberangan dengan mereka.

Jurnal dari pembelian *treasury shares* adalah sebagai berikut:

Treasury Shares	xxx
Cash	xxx

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa "saham memberikan hak kepada pemiliknya untuk: menghadiri dan mengeluarkan suara dalam RUPS; menerima pembayaran dividen dan sisa kekayaan hasil likuidasi; dan menjalankan hak lainnya berdasarkan Undang-Undang ini". Selain itu International Finance Corporation (2018) menjabarkan terdapat tiga alasan umum untuk menjadi pemegang saham sebagai berikut:

1. *Control*

Saham memberikan kesempatan bagi para investor untuk mempengaruhi pengambilan keputusan dari perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan jumlah saham dengan hak suara yang dimiliki pemegang saham, maka akan semakin besar juga pengaruh atau kontrol yang dimilikinya.

2. *Dividends*

Dividen merupakan salah satu faktor dalam pengambilan keputusan investasi. Pembayaran dividen secara reguler dapat menghasilkan arus kas bagi pemegang saham secara terprediksi, apalagi jika investor memiliki portofolio saham.

3. *Capital gains*

Investor melakukan pembelian saham untuk memperoleh keuntungan dari *capital gain* atau *growth*. Tidak seperti dividen yang bisa diperoleh tanpa melakukan aktivitas tambahan, *capital gain* perlu direalisasikan dengan menjual saham milik investor.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, saham memiliki beberapa risiko sebagai instrumen investasi sebagai berikut:

1. *Capital loss*

Adalah suatu kondisi yang menjadi kebalikan dari *capital gains*, yakni kondisi pada saat investor menjual sahamnya dengan harga yang lebih rendah dari harga belinya, jadi investor akan mengalami kerugian dari transaksi tersebut.

2. Risiko Likuidasi

Kondisi perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh investor dinyatakan bangkrut oleh pengadilan atau dibubarkan. Dalam hal tersebut, hak klaim dari pemegang saham ada di posisi prioritas terakhir setelah seluruh liabilitas atau kewajiban yang dimiliki perusahaan dapat dilunasi.

Konsentrasi kepemilikan dalam penelitian ini menggunakan rumus konsentrasi struktur kepemilikan (*ownership structure concentration*). Berikut merupakan rumus *ownership structure concentration* menurut Sriningsih & Wahyuningrum (2022):

$$OSC = \frac{\text{Jumlah saham mayoritas}}{\text{Total keseluruhan saham}} \quad (2.3)$$

Keterangan:

OSC : *Ownership Structure Concentration*.
Jumlah saham mayoritas : Jumlah modal saham yang dimiliki oleh mayoritas (paling besar) dibandingkan dengan yang lain.

Total keseluruhan saham : Jumlah total keseluruhan modal saham perusahaan.

Struktur kepemilikan saham merupakan gambaran mengenai kekuasaan serta pengaruh yang dimiliki oleh pemegang saham terhadap aktivitas operasional perusahaan. Struktur kepemilikan ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kepemilikan terkonsentrasi dan kepemilikan menyebar. Konsentrasi kepemilikan saham juga merupakan keadaan di mana sebagian besar saham dimiliki oleh suatu kelompok atau individu yang artinya lebih dominan dibandingkan dengan pemegang saham yang lainnya (Joshua & Susanto, 2018). Jadi dari rumus tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin besar kepemilikan mayoritas di suatu perusahaan, maka akan semakin besar juga nilai atau besaran dari konsentrasi kepemilikan yang diproksikan dengan *ownership structure concentration*.

2.9 Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan terhadap Pengungkapan *Item GRI Standards* di Dalam *Sustainability Report*

Sebagai pihak yang menyediakan modal bagi perusahaan, *support* atau dukungan yang diberikan oleh pemegang saham sangatlah penting bagi suatu perusahaan karena dukungan dari pemegang saham bisa menjamin keberlangsungan atau keberadaan dari perusahaan tersebut. Maka dari itu, pengaruh yang dimiliki oleh pemegang saham ini dapat dimanfaatkan oleh pemegang saham untuk melakukan penekanan terhadap perusahaan agar bisa beroperasi sesuai dengan keinginan dari pemegang saham (Arrokhman & Siswanto, 2021). Selain itu, Arrokhman & Siswanto (2021) juga mengungkapkan bahwa tingkat penyebaran pemegang saham dapat mempengaruhi tinggi rendahnya kontrol yang dimiliki pemegang saham.

Alfaiz & Aryati (2019) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat penyebaran saham yang tinggi memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat penyebaran rendah. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan dengan tingkat penyebaran yang rendah cenderung mendapatkan lebih sedikit tekanan dari

pemegang sahamnya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara menyeluruh. Selain itu, pemegang saham juga dapat memberikan pengawasan yang baik kepada perusahaan dengan terus melakukan pengawasan atas aspek keberlanjutan (*sustainable*). Menurut Sriningsih & Wahyuningrum (2022), investor atau pemegang saham membutuhkan informasi terkait lingkungan dan sosial khususnya yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan. Pemegang saham mayoritas akan terus mengusahakan untuk memperoleh *sustainability report* yang berkualitas melalui beberapa mekanisme pengawasan seperti misalnya melalui RUPS (Rapat Umum pemegang Saham).

Jika dikaitkan dengan teori *stakeholder*, maka konsentrasi kepemilikan dapat menjadi perwujudan aktivitas kontrol serta pengawasan yang baik terhadap manajemen serta juga dapat mengurangi sifat oportunistik yang mungkin ditimbulkan oleh pihak manajemen seperti misalnya tidak mengungkapkan aktivitas atau dampak perusahaan dari sisi lingkungan dan sosial (Sidiq et al., 2021). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi konsentrasi kepemilikan, maka akan semakin tinggi juga pengungkapan *sustainability report*. Hal ini sejalan dengan penelitian Sidiq et al. (2021) dan Joshua & Susanto (2018) yang menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif pada pengungkapan *sustainability report* atau *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan *CSR Disclosure Index*. Penelitian Arrokhman & Siswanto (2021), memperoleh hasil bahwa tekanan pemegang saham yang diproksikan dengan *Ownership Structure Concentration (OSC)* berpengaruh negatif terhadap kualitas *sustainability reporting*, sedangkan penelitian Sriningsih & Wahyuningrum (2022) menyatakan industri berorientasi investor yang diproksikan dengan *Ownership Structure Concentration (OSC)* tidak berpengaruh pada kualitas *sustainability report*.

Ha₂: Konsentrasi Kepemilikan yang diproksikan dengan *Ownership Structure Concentration (OSC)* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report*

2.10 Ukuran Perusahaan

Machmuddah (2020) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu nilai yang mencerminkan besar kecilnya ukuran perusahaan. Menurut Nugraha & Riyadhi (2019), ukuran perusahaan merupakan skala atau ukuran yang dapat mengklasifikasikan atau mengelompokkan perusahaan menjadi perusahaan kecil dan juga perusahaan besar berdasarkan pada beberapa kriteria, seperti misalnya total aset perusahaan, nilai pasar saham, ataupun tingkat penjualan (rata-rata).

Otoritas Jasa Keuangan (2017) dalam “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 53/pojk.04/2017 tentang pernyataan pendaftaran dalam rangka penawaran umum dan penambahan modal dengan memberikan hak memesan efek terlebih dahulu oleh emiten dengan aset skala kecil atau emiten dengan aset skala menengah,” menyatakan bahwa ukuran emiten dapat dibagi menjadi:

1. Emiten skala kecil

Emiten dengan skala kecil merupakan emiten yang berkedudukan sebagai badan hukum di Indonesia yang memiliki total aktiva atau aset yang setara dan juga tidak melebihi nilai Rp50.000.000.000,00 berdasarkan pada dokumen pernyataan pendaftaran berupa laporan keuangan; kemudian juga tidak berada di bawah kendali baik secara langsung ataupun tidak langsung oleh perusahaan publik yang tidak termasuk emiten skala kecil atau skala menengah atau perusahaan dengan aset yang bernilai lebih dari Rp250.000.000.000,00.

2. Emiten skala menengah

Emiten dengan skala menengah merupakan emiten yang berkedudukan sebagai badan hukum di Indonesia yang memiliki total aktiva atau aset yang setara atau melebihi nilai Rp50.000.000.000,00 sampai dengan Rp250.000.000.000,00 berdasarkan pada dokumen pernyataan pendaftaran berupa laporan keuangan; kemudian juga tidak berada di bawah kendali baik secara langsung ataupun tidak langsung oleh perusahaan publik yang tidak termasuk emiten skala kecil atau skala menengah atau perusahaan dengan aset yang bernilai lebih dari Rp250.000.000.000,00.

3. Emiten skala besar

Emiten skala besar adalah entitas yang memiliki nilai total aktiva (aset) melebihi Rp250.000.000.000,00.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan logaritma natural dari total aset sebagai berikut (Palepu et al., 2019):

$$SIZE = \ln (Total Asset) \quad (2.4)$$

Keterangan:

SIZE : Ukuran perusahaan.

ln : Logaritma natural.

Total Asset : Jumlah total keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan.

2.11 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Item GRI Standards* di Dalam *Sustainability Report*

Menurut Ghozali & Rohman (2019), ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan salah satunya melalui perhatian yang diberikan ke publik. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka *stakeholder* atau pemangku kepentingan yang dimiliki oleh perusahaan juga semakin besar. Maka dari itu, perusahaan dengan ukuran yang besar akan cenderung lebih rentan terhadap masalah atau dampak negatif yang diberikan kepada publik. Contoh masalah atau dampak negatif yang rentan tersebut adalah permasalahan dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Arrokhman & Siswanto (2021), perusahaan yang besar akan mengungkapkan *sustainability report* yang berkualitas untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Aggarwal & Singh (2018) juga mengungkap bahwa perusahaan akan terus berusaha untuk mendapat pengakuan dari publik agar bisa terus menjalankan aktivitas operasinya (Tyas & Khafid, 2019). Perusahaan besar juga mendapatkan pengakuan atau legitimasi dengan cara menyampaikan aktivitas yang bertanggung jawab dari aspek lingkungan dan juga masyarakat karena perusahaan besar akan lebih memperhatikan masyarakat dan juga media.

Secara umum menurut Syakirli et al. (2019), perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar biasanya memiliki aset yang besar, karyawan yang banyak, penjualan yang tinggi, sistem informasi lebih canggih, serta struktur kepemilikan yang lebih kompleks. Maka dari itu, perusahaan besar membutuhkan pengungkapan informasi secara lebih luas dibandingkan perusahaan kecil. Selain itu, menurut Prakoso & Fidiana (2020), perusahaan yang besar juga melakukan kegiatan operasional yang lebih besar dan menyebabkan dampak yang ditimbulkan menjadi lebih besar terhadap lingkungannya.

Dengan begitu, perusahaan yang lebih besar dapat lebih terbuka dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya karena adanya peningkatan visibilitas serta kepentingan ekonomi dan dampak sosial yang memicu meningkatnya permintaan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin baik juga pengungkapan *sustainability report*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arrokhman & Siswanto (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas *sustainability reporting*, sedangkan penelitian Syakirli et al. (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *SIZE* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *item GRI Standards* di dalam *sustainability report*

2.12 Umur Perusahaan

Brealy et al. (2020) berpendapat bahwa dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan memerlukan variasi aset yang tak terbatas. Aset tersebut perlu dibayar untuk bisa didapatkan. Perusahaan membayar aset riil dengan menjual klaim atas aset tersebut dan atas arus kas yang akan dihasilkannya. Contohnya dengan peminjaman uang ke bank, bank akan menyediakan uang tunai bagi perusahaan

dengan imbalan berupa aset keuangan yang merupakan janji perusahaan untuk membayar kembali pinjaman tersebut beserta bunganya. Pinjaman di bank ini bukan merupakan sekuritas karena dipegang oleh bank dan tidak diperdagangkan di pasar keuangan.

Contoh lainnya adalah dengan menerbitkan obligasi atau surat utang. Obligasi merupakan aset keuangan serta sekuritas yang dapat dipegang dan diperdagangkan oleh investor di pasar keuangan. Perusahaan akan menjual obligasi kepada para investor dengan imbalan janji untuk membayar atau melunasi obligasi tersebut beserta bunganya pada saat jatuh tempo (Brealy et al., 2020). Selain itu, perusahaan juga bisa memperoleh pendanaan dari pemegang saham. Jika pemegang saham memberikan uang tunai kepada perusahaan, mereka tidak memperoleh pengembalian tetap, melainkan mereka memegang saham perusahaan dan akan mendapatkan sebagian kecil keuntungan dari arus kas perusahaan di masa depan. Pendanaan dari pemegang saham ini merupakan bentuk pembiayaan dari sisi ekuitas perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan pembiayaan dari sisi ekuitas dengan dua cara, yaitu yang pertama adalah dengan menerbitkan saham baru dan yang kedua adalah dengan mengambil arus kas yang dihasilkan oleh aset yang ada serta melakukan investasi kembali uang tunai tersebut dalam aset baru, dalam hal ini perusahaan menginvestasikannya atas nama pemegang saham dan tidak ada penerbitan saham baru (Brealy et al., 2020). Untuk melakukan penerbitan saham atau pendanaan dari sisi ekuitas, perusahaan harus melakukan IPO atau *listing* ke dalam Bursa Efek Indonesia terlebih dahulu.

Umur perusahaan menurut Wati (2019) adalah jarak waktu lama suatu perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan perusahaan dijadikan sebagai sampel atau bahan penelitian. Prakoso & Fidiana (2020) berpendapat bahwa umur perusahaan merupakan ukuran seberapa lama suatu perusahaan atau entitas dapat bertahan, bersaing, dan juga mengambil kesempatan bisnis. Sunaryo & Mahfud (2016) menyatakan umur perusahaan juga dapat mencerminkan kemampuan dari suatu perusahaan dalam mengatasi hambatan atau kesulitan yang berpotensi mengancam keberlangsungan perusahaan serta menunjukkan

kemampuan dari perusahaan dalam mengambil kesempatan ataupun keputusan dalam lingkungannya sebagai pengembang usaha (Oviliana et al., 2021). Dengan begitu, umur perusahaan dalam penelitian ini dapat diproksikan dengan rumus sebagai berikut (Yuliandhari et al., 2023):

$$AGE = Tahun\ ke\ n - Tahun\ first\ issue\ di\ BEI \quad (2.5)$$

Keterangan:

AGE : Umur perusahaan.

Tahun ke n : Tahun *sustainability report* yang diteliti.

Tahun first issue di BEI : Tahun perusahaan terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).

Bursa Efek Indonesia (2021) menetapkan beberapa syarat untuk perusahaan agar dapat tercatat di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut:

1. Berbentuk Perseroan Terbatas (PT).
2. Pernyataan pendaftaran yang diberikan kepada Otoritas Jasa Keuangan harus sudah berstatus efektif.
3. Apabila calon perusahaan tercatat merupakan bagian dari anak atau induk perusahaan tercatat lainnya, maka perusahaan tersebut perlu mencantumkan dokumen terkait kondisi: jika terjadi putus afiliasi maka masing-masing perusahaan harus tetap menjalankan aktivitas usahanya secara wajar; dan berdasarkan *pro forma income statement*, perusahaan tetap mampu memenuhi syarat pencatatan.
4. Harga saham yang dapat dijual pertama kali adalah minimal Rp100 (seratus rupiah).
5. Apabila calon perusahaan tercatat berniat menerbitkan waran bersamaan dengan *listing* awal, maka harga pelaksanaan hak waran akan ditetapkan minimal sebesar 90% dari harga penawaran saham dan paling sedikit sama seperti harga nominal.
6. Wajib membuat perjanjian penjaminan emisi.

7. Wajib mendaftarkan efek yang bersifat ekuitas di KSEI.

Bursa Efek Indonesia (2022) juga menyatakan beberapa kewajiban yang perlu dilakukan oleh perusahaan yang sudah melakukan *initial public offering (IPO)* atau *listing* di BEI sebagai berikut:

1. Menerbitkan laporan secara berkala dan insidentil

Setelah IPO, perusahaan harus membuat laporan berkala setiap triwulan atau tahunan. Manajemen perusahaan bertanggung jawab untuk ini. Manajemen perusahaan wajib menyampaikan laporan keuangan dan produksi kepada pemegang saham dan melengkapi formulir yang disediakan oleh regulator pasar modal. Investor dapat mengetahui pencapaian perusahaan dan apakah perusahaan menepati janjinya dalam prospektus dari laporan ini.

2. Membayar biaya *IPO* atau *go public*

Perusahaan perlu membayar *listing fee* yang terbagi dalam tiga kategori sesuai dengan papan perdagangan, yaitu minimal sebesar Rp25.000.000 dan maksimal Rp250.000.000. Namun, sejak tahun 2020, terdapat stimulus berupa potongan biaya tersebut hingga 50%.

3. Melakukan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Perusahaan harus mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk menentukan berapa besar keuntungan yang akan ditahan dan berapa yang akan diumumkan sebagai dividen kepada *shareholders*. Investor dapat menggunakan RUPS sebagai wadah untuk menawarkan proposal yang berbeda.

4. Membuat *corporate secretary*

Pembentukan sekretaris perusahaan merupakan suatu keharusan demi transparansi kepada publik. Sebagai sekretariat perusahaan, sekretaris perusahaan berfungsi menjembatani tuntutan investor terhadap keterbukaan informasi perusahaan dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap emiten.

5. *Public expose*

Perusahaan diwajibkan untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai kejadian-kejadian penting baik internal maupun eksternal yang mungkin berdampak pada harga. Pemberitahuan ini paling lambat diberikan pada akhir hari kerja kedua setelah kejadian. Calon investor dapat mengantisipasi bahaya yang terkait dengan saham tersebut dan mempelajari segala sesuatu yang perlu diketahui tentang saham perusahaan tersebut.

2.13 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Item GRI Standards* di Dalam *Sustainability Report*

Perusahaan yang sudah berdiri lama memiliki lebih banyak pengalaman yang dialami dan juga lebih dikenal oleh masyarakat karena semakin lama umur perusahaan, maka informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai perusahaan tersebut juga semakin banyak. Perusahaan yang berumur lama juga lebih mudah dalam memperoleh pendanaan melalui pinjaman karena lamanya umur perusahaan tersebut dapat dijadikan jaminan atas ketahanan dari perusahaan tersebut, serta tingkat kepercayaan dari bank juga akan tinggi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang sudah lama berdiri memiliki reputasi atau citra yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang baru saja berdiri. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan yang berumur lama sudah menghadapi berbagai keadaan atau realita yang selalu berbeda-beda dan juga berkembang (Prakoso & Fidiana, 2020).

Apabila dihubungkan dengan teori *stakeholder*, semakin lama berdirinya suatu perusahaan maka perusahaan akan memiliki lebih banyak pengalaman untuk memenuhi keinginan dari para *stakeholder*-nya. Kemudian, semakin lama umur dari suatu entitas atau perusahaan, pengetahuan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga akan semakin luas. Hal tersebut dapat terjadi karena perusahaan akan terus berupaya untuk meningkatkan citra perusahaan demi mendapatkan kepercayaan dari publik (Oviliana et al., 2021).

Maka dari itu, menurut Yuliandhari et al. (2023) umur perusahaan juga mendorong peningkatan kualitas *sustainability report* dari suatu perusahaan. Dengan meningkatnya kualitas dari *sustainability report*, maka perusahaan juga akan memperoleh peningkatan kualitas perusahaan. Menurut Yuliandhari et al. (2023), perusahaan yang sudah lama tercatat di Bursa Efek Indonesia juga dianggap memiliki tanggung jawab yang lebih besar atas pengungkapan *sustainability report* yang berkualitas. Hal tersebut dapat terjadi karena umur dari suatu perusahaan juga turut menentukan kepercayaan yang dimiliki investor terhadap perusahaan, maka dari itu perusahaan dapat terdorong untuk mempermudah akses investor terhadap informasi terkait perusahaan tersebut.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliandhari et al. (2023) dan Oviliana et al. (2021) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas *sustainability report* atau pengungkapan *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan *CSR Disclosure Index*, sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Wijayana & Kurniawati (2018) dan Prakoso & Fidiana (2020) menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *sustainability report* atau pengungkapan *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan *Corporate Environmental Disclosure Index*. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha4: Umur perusahaan yang diproksikan dengan AGE berpengaruh positif terhadap pengungkapan item GRI Standards di dalam sustainability report

2.14 Pengaruh Leverage, Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Secara Simultan terhadap Pengungkapan Item GRI Standards di Dalam Sustainability Report

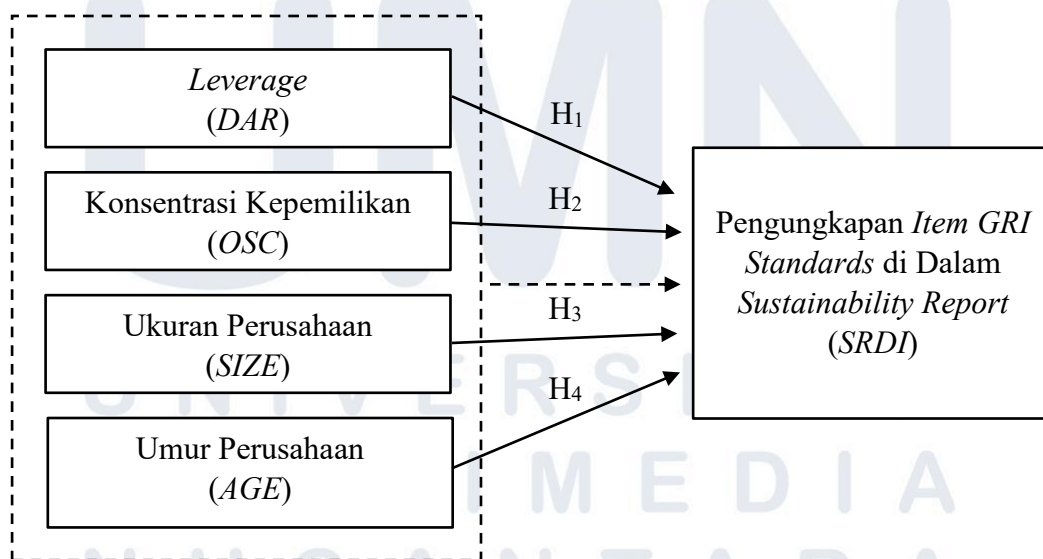
Penelitian yang dilakukan oleh Noerkholiq & Muslih (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan asing, *leverage*, dan kepemilikan institusional secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Yuliandhari et

al. (2023) memperoleh hasil penelitian yang menyatakan tekanan pemegang saham yang diproksikan dengan *Ownership Structure Concentration (OSC)* dan juga umur perusahaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kualitas *sustainability report*. Penelitian yang dilakukan Arrokhman & Siswanto (2021) juga menunjukkan bahwa tekanan lingkungan, tekanan pemegang saham yang diproksikan dengan *Ownership Structure Concentration (OSC)*, serta ukuran perusahaan juga berpengaruh secara simultan terhadap kualitas *sustainability report*.

Liana (2019) memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa *leverage*, profitabilitas, dewan komisaris independen, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Indriyani & Yuliandhari (2020) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan umur perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan *CSR Disclosure Index*.

2.15 Model Penelitian

Model dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian