

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan (*Grand Theory*)

Teori agensi merupakan teori yang mengungkapkan suatu kontrak hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*). *Principal* adalah pemegang saham atau investor, sedangkan *agent* adalah manajemen yang mengelola perusahaan atau manajer. Dalam hubungan keagenan, satu orang atau lebih memberikan perintah kepada orang lain untuk melakukan sesuatu atas nama *principal* dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang paling menguntungkan bagi *principal* (Jensen & Meckling, 1976).

Pihak *principal* adalah pihak yang memberikan perintah kepada pihak lain yaitu agen untuk melakukan semua kegiatan atas nama *principal*. Pemilik perusahaan yaitu *principal* selalu ingin mengetahui semua informasi yang mengenai aktivitas perusahaan, termasuk dalam aktivitas manajemen dalam hal pengoprasian dana yang di investasikan dalam perusahaan. *Principal* dapat mendapatkan informasi yang diperlukan dan menilai kinerja agen selama periode tertentu melalui laporan pertanggung jawaban yang dibuat oleh manajemen sebagai agen.

Jensen and Meckling (1976) berpendapat bahwa teori keagenan menjelaskan adanya konflik yang akan timbul antara pemilik dan manajemen perusahaan. Konflik ini disebut *agency problem* atau masalah agensi. Adanya perbedaan antara pemilik dan perusahaan dapat menimbulkan masalah yaitu kemungkinan manajer melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan keinginan atau kepentingan *principal*.

Pada penelitian ini pihak *principal* adalah investor atau pemegang saham, sedangkan pihak *agent* adalah manajemen perusahaan. Pemegang saham memperkerjakan manajemen di perusahaan untuk bertindak sesuai dengan kepentingannya seperti menginginkan manajemen untuk mengatur dan menguntungkan pemegang saham. Anthony & Govindarajan (2011)

mengansumsikan bahwa principal hanya tertarik pada pengembalian keuangan yang diperoleh dari investasi mereka di perusahaan tersebut. Sedangkan *agent* menginginkan adanya kompensasi atas kinerjanya.

Dalam menjalankan kegiatannya manajemen atau manajer mempunyai kewajiban untuk menginformasikan keadaan perusahaan kepada pemegang saham atau investor yakni terkait pengungkapan *integrated reporting*. Pengungkapan *integrated reporting*, teta kelola perusahaan seperti komite audit, penggunaan utang, serta pengungkapan terkait keberlanjutan penting dalam sebuah perusahaan untuk pembangunan keberlanjutan. Namun terkadang manajer menyampaikan informasi yang salah terkait kondisi perusahaan yang sebenarnya. Sehingga timbulah sebuah konflik agensi dan asimetri informasi.

Konflik agensi bisa terjadi karena perbedaan kepentingan antara pihak manajemen dengan pemilik perusahaan dalam mengelola perusahaan, dalam praktiknya, manajemen cenderung melakukan kecurangan agar laporan pertanggung jawaban yang dibuat oleh agen terlihat baik dan akan memberikan keuntungan kepada *principal*. Hal ini mereka lakukan agar mendapatkan kompensasi dari pihak inestor. Sedangkan *principal* tidak menginginkan adanya kecurangan dalam mengungkapkan infromasi karena dianggap sebagai memanipulasi laporan keuangan. Sedangkan Asimetri informasi terjadi karena ketidakseimbangan informasi bahwa manajer memiliki informasi lebih dibandingkan dengan pemilik perusahaan. Manajer melakukan kecurangan agar laporan yang dihasilkan perusahaan dapat maksimal sehingga manajer memperoleh citra yang baik di depan pemilik perusahaan (Yulia Andriani, 2024).

2.2 *Integrated Reporting*

2.2.1 *Pengertian Integrated Reporting*

Integrated reporting adalah komunikasi singkat tentang bagaimana tata kelola, prospek, strategi organisasi, dan kinerja jangka pendek, menengah untuk menuju terciptanya nilai perusahaan yang baik, hal ini diungkapkan dalam *The International Integrated Reporting Council* (IIRC, 2013), (Rosyadi *et al*, 2023).

Laporan Integritas merupakan sebuah pelaporan perusahaan yang mengungkap data tentang dana perusahaan serta berbagai faktor lain yang memberikan manfaat tambahan untuk perusahaan. Sederhananya *Integrated Reporting* adalah gabungan dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan.

2.2.2 Tujuan *Integrated Reporting*

Sundari, *et al.*,(2020) menyampaikan tujuan dari dibuatnya *Integrated Reporting* atau Laporan Terintegritas ini secara khusus memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Meningkatkan Transparansi serta memberikan informasi yang lebih luas, tidak hanya tentang kinerja keuangan tetapi juga faktor non-keuangan seperti dampak lingkungan, sosial, dan tata kelola yang mempengaruhi keberlanjutan jangka panjang perusahaan.
2. Meningkatkan Pengambilan Keputusan dengan menyajikan informasi yang lengkap agar perusahaan dan pemangku kepentingan dapat membuat keputusan yang lebih baik, terutama yang terkait dengan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang.
3. Menciptakan Nilai Jangka Panjang, dengan adanya pelaporan terintegritas membantu perusahaan fokus pada penciptaan nilai yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan seluruh aspek operasional yang mempengaruhi kinerja perusahaan.
4. Mendukung Pemahaman yang Holistik dengan menghubungkan informasi keuangan non-keuangan sehingga pemangku kepentingan dapat memahami hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan.
5. Meningkatkan Hubungan dengan Pemangku Kepentingan yang dimana laporan ini memudahkan komunikasi dengan investor, pelanggan, dan pihak lain dengan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana perusahaan menciptakan dan mempertahankan nilai.

2.2.3 Elemen-elemen *Integrated Reporting*

Rosyadi *et al.*, (2023) Adapun elemen-elemen *Integrated Reporting* sebagai berikut :

1. *Organizational overview and external enviornment*

Elemen ini menerangkan tentang organisasi bisnis yang terdapat dalam visi, misi, struktur kepemilikan dan operasional perusahaan. Serta mengilustrasikan bagaimana keadaan lingkungan eksternal yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan, seperti kondisi ekonomi, bisnis, sosial, hukum, politik dan lingkungan hidup.

2. *Governance*

Elemen ini menjelaskan tentang struktur tata kelola dalam suatu perusahaan, juga keragaman dan keterampilan dalam hal (pengalaman, pendidikan, serta keterampilan komite, manajemen, audit dan dewan direksi manajemen audit). Perusahaan menerapkan tata kelola yang dapat membantu untuk mencapai tujuannya serta menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka pendek, menengah dan jangka panjang.

3. *Bussines model*

Bussines model merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengubah input menjadi output dalam kegiatan perusahaannya, serta dapat menciptakan nilai tambah untuk perusahaan. Selain itu, elemen ini juga mengubah masukan menjadi hasil bagi perusahaan.

4. *Risk and Opportunity*

Faktor tersebut menerangkan mengenai peluang dan resiko suatu perusahaan dapat mempengaruhi kemampuannya untuk mencapai tujuannya. Selain itu, dijelaskan bagaimana perusahaan mengelola peluang dan resiko tersebut. Hal ini mencakup ketersediaan, sumber daya dan kualitas yang dapat diandalkan dalam jangka pendek, menengah dan panjang.

5. *Strategy and Resource Allocation*

Strategi dan alokasi sumber daya menjelaskan bagaimana suatu perusahaan menerapkan strategi dan strateginya untuk mencapai tujuannya. Dengan menyesuaikan strategi tersebut dengan mengalokasikan sumber daya dan

menonjolkan informasi tentang keunggulan perusahaan mengenai informasi perusahaan seperti inovasi, pertimbangan sosial dan lingkungan hidup.

6. *Performance*

Integrated Reporting berisi tentang informasi kinerja kualitatif dan kuantitatif yang dapat mencakup elemen-elemen : indikator kuantitatif mengenai tujuan, peluang, resiko, kinerja, informasi tentang bagaimana perusahaan berperilaku terhadap pemegang saham, informasi yang menghubungkan informasi masa lalu dengan masa kini dan informasi mengenai dampaknya peraturan tentang kinerja perusahaan.

7. *Outlook*

Outlook berisi mengenai bisnis di masa depan. Komponen ini berisi tentang kesulitan dan bahaya yang mungkin dihadapi oleh perusahaan dalam menerapkan strateginya serta dampak kemampuan, kesulitan dan bahaya.

8. *Basis Of Presentation*

Basis Of Presentation adalah awalan dari pelaporan hal hal yang diberikan oleh perusahaan dalam laporan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi dengan model yang merinci. *Integrated Reporting* menjelaskan proses pengembangan dan penyajian informasi, termasuk metode yang terlibat dalam menentukan materialitas, merinci titik batasan pelaporan dan cara penetapannya, serta struktur dan strategi penting untuk menilai hal-hal material. (Muna, 2024).

2.2.4 **Prinsip *Integrated Reporting***

Sundari *et al.*, (2020) Laporan Terintegritasi juga memiliki pendekatan dengan basis prinsip. Prinsip-prinsip yang digunakan yaitu :

1. Fokus strategis dan orientasi masa depan, laporan terintegrasi harus memberikan wawasan tentang strategi organisasi dan kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai dalam jangka pendek, menengah, panjang.
2. Konektivitas informasi, laporan yang terintegrasi harus menunjukkan gambaran holistik dari kombinasi, keterkaitan dan ketergantungan antara faktor-faktor

yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai dari waktu ke waktu.

3. Hubungan Pemangku Kepentingan, laporan terintegrasi harus memberikan wawasan tentang sifat dan kualitas hubungan organisasi dengan pemangku kepentingan utamanya, termasuk bagaimana dan sejauh mana organisasi tersebut memahami, mempertimbangkan, dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan mereka yang sah.
4. Materialitas, laporan terintegrasi harus mengungkapkan informasi tentang hal – hal yang secara substansif mempengaruhi kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.
5. *Conciseness*, laporan terintegrasi harus disajikan secara ringkas
6. Keandalan dan Kelengkapan, laporan terintegrasi harus mencakup semua hal material, baik positif maupun negatif, dalam format dengan cara yang seimbang dan tanpa kesalahan material.
7. Konsistensi dan Komprabilitas, Informasi dalam laporan terintegrasi harus disajikan atas dasar itu konsisten dari waktu ke waktu dan dengan cara yang memungkinkan perbandingan dengan organisasi lain sejauh hal itu material kemampuan organisasi sendiri untuk menciptakan nilai dari waktu ke waktu.

2.3 Green Innovation

2.3.1 Pengertian Green Innovation

Green Innovation adalah penciptaan produk dan proses yang baru serta peningkatan yang signifikan terhadap produk, proses, metode pemasaran, dan metode praktik bisnis perusahaan yang baru dalam orientasi lingkungan. Apabila perusahaan menerapkan *Green Innovation* artinya perusahaan menerapkan inovasi yang ramah lingkungan pada produk dan proses dalam pembuatan produk tersebut. *Green Innovation* menurut (Zameer et al., 2021) dibagi menjadi dua komponen, yakni *Green Product Innovation* dan *Green Process Innovation*. Perusahaan menerapkan *Green Product Innovation* artinya perusahaan menggunakan bahan yang bersifat ramah lingkungan dan mudah untuk didaur

ulang. Perusahaan menerapkan *Green Process Innovation* artinya perusahaan dalam kegiatan produksinya meminimalisir segala dampak negatif terhadap lingkungan dan menggunakan sumber daya dengan efisien sehingga tidak terjadi pemborosan (Murwaningsari, 2023). Menurut (Li *et al.*, 2020), Praktik inovasi ramah lingkungan dapat didefinisikan sebagai meminimalkan konsumsi energi, mengurangi penggunaan material dan mencegah polusi di seluruh proses produksi yang ramah lingkungan, dan menyediakan produk dengan atribut keberlanjutan atau lingkungan yang positif.

2.3.2 Jenis *Green Innovation*

Intan Octavianingrum *et al.* (2024) mengemukakan bahwa terdapat 2 jenis *Green Innovation* yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. *Green Process Innovation*

Proses-proses baru hadir sebagai modifikasi untuk mengurangi dampak perusahaan terhadap lingkungan, termasuk penerapan dan pengembangan yang mempengaruhi proses dan hasil akhir. Inovasi proses ramah lingkungan mencakup dua kategori, yaitu Teknologi Terminal (*End-of-pipe Technologies*) dan *Clean Technologies*.

2. *Green Product Innovation*

Inovasi yang mempengaruhi desain produk dengan tujuan mengurangi dampak lingkungan dari proses produksi, selama penggunaan dan sampai akhir masa manfaat produk, konsumsi energi produk dan mencegah polusi.

2.4 *Green Intellectual Capital*

2.4.1 Pengertian *Green Intellectual Capital*

Green Intellectual Capital (GIC) adalah aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan dalam bentuk pengetahuan, keahlian dan pengalaman sumber daya manusia terkait dengan upaya pelestarian lingkungan. *Green Intellectual Capital* (GIC) mencakup berbagai inovasi dan pengetahuan yang digunakan untuk mengembangkan praktik ramah lingkungan serta meningkatkan efisiensi energi

dalam operasional perusahaan. Modal intelektual ini berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif karena perusahaan yang memiliki *Green Intellectual Capital* (GIC) yang baik cenderung lebih adaptif dalam menghadapi tantangan lingkungan dan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan melalui peningkatan citra positif di mata investor Trisakti et al., (2024).

Menurut Anggraini et al., (2024) pengungkapan *Green Intellectual Capital* (GIC) bertujuan untuk menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola sumber daya intelektualnya untuk mencapai keunggulan kompetitif serta memastikan keberlanjutan dalam jangka panjang. Melalui *Green Intellectual Capital* (GIC) perusahaan dapat menciptakan informasi penting bagi para investor terkait potensi dan keberlanjutan perusahaan. Informasi ini penting dalam membangun persepsi positif terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan yang dapat mengelola sumber daya manusia dan intelektualnya secara efektif dianggap memiliki peluang lebih besar untuk beradaptasi dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

2.4.2 Komponen *Green Intellectual Capital*

Menurut Murwaningsih (2023) *Green Intellectual Capital* diklasifikasikan menjadi tiga komponen yaitu :

1. *Green Human Capital*

Melibatkan keterampilan, pengetahuan, keahlian, inovasi dan kompetensi karyawan yang berfokus pada praktik ramah lingkungan di dalam perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan efisiensi energi dan sumber daya, mendukung strategi keberlanjutan perusahaan, serta membangun budaya kerja yang peduli terhadap lingkungan. Perusahaan yang memiliki karyawan yang berkinerja baik tentu berpengaruh terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai tambah jangka panjang, termasuk citra positif dan daya saing di pasar.

2. *Green Structural Capital*

Mencakup semua aset tidak jasmani seperti kebijakan organisasi, sistem manajemen, teknologi informasi, pandangan manajemen, nilai budaya,

reputasi, hak cipta, hak paten, dan merek dagang yang mendukung praktik dan inisiatif ramah lingkungan dalam sebuah perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan kerangka kerja yang memungkinkan pengelolaan sumber daya yang efisien dan inovasi berkelanjutan, serta mendukung implementasi strategi keberlanjutan yang lebih baik.

3. *Green Relational Capital*

Merujuk pada hubungan yang terjalin antara perusahaan dan pihak eksternal seperti pelanggan, pemasok, komunitas, dan pemangku kepentingan lainnya, yang berfokus pada praktik ramah lingkungan dan keberlanjutan. Tujuannya adalah untuk membangun kepercayaan dan reputasi positif di pasar dengan menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Melalui kolaborasi dan komunikasi yang efektif dengan mitra eksternal, *green relational capital* memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya, berbagi pengetahuan, dan meningkatkan inovasi berkelanjutan, sehingga memperkuat posisi kompetitif dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

2.5 *Green Competitive Advantage*

2.5.1 *Pengertian Green Competitive Advantage*

Green Competitive Advantage merupakan keadaan dimana perusahaan mencapai titik unggul dibandingkan perusahaan pesaing dalam kompetisi pasar, yang berarti perusahaan harus mengelola dan menerapkan strategi bersaingnya dengan sebaik dan semaksimal mungkin. *Green Competitive Advantage* adalah benefit yang didapatkan dari proses pengaplikasian strategik bersaing dengan tujuan untuk membangun posisi atau jabatan yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menjadi penentu dalam persaingan industri (Murwaningsari, 2023).

Green Competitive Advantage di dasarkan pada pemikiran perusahaan untuk meminimalkan dampak lingkungan dan sosial yang merugikan sehingga dimasa mendatang memiliki sumber daya yang cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka dan untuk keberhasilan dalam jangka panjang. Dapat disimpulkan bahwa *green*

competitive advantage merupakan keunggulan dalam bersaing sebuah perusahaan terkait produknya yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dan keinginan konsumen sejalan dengan kepedulian terhadap lingkungan alam (Ilyas Nur Imam *et al.*,2024).

2.5.2 Manfaat *Green Competitive Advantage*

Rachmawati, (2022) *Green Competitive Advantage* (keunggulan kompetitif hijau) dalam meningkatkan nilai perusahaan sangat signifikan dalam konteks keberlanjutan berikut adalah beberapa manfaat utamanya:

1. Meningkatkan Reputasi dan Citra Perusahaan.

Penerapan *Green Competitive Advantage* atau strategi hijau dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata konsumen, investor dan masyarakat luas. Ketika perusahaan dianggap peduli terhadap lingkungan, hal ini menciptakan persepsi positif yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan juga lebih mungkin mendapat dukungan dari investor dan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

2. Menarik Investor yang Berfokus pada ESG

Banyak investor saat ini mencari perusahaan yang memiliki strategi keberlanjutan yang jelas, dengan fokus pada aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). *Green Competitive Advantage* membuat perusahaan lebih menarik bagi investor yang mengutamakan keberlanjutan. Dengan meningkatkan minat investor ini, nilai pasar perusahaan berpotensi naik, terutama dengan adanya investasi jangka panjang berkelanjutan.

3. Meningkatkan Inovasi Produk dan Diferensi Pasar

Keunggulan kompetitif hijau mendorong perusahaan untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif dan ramah lingkungan, produk tersebut dapat memiliki daya tarik tersendiri di pasar, terutama bagi konsumen yang semakin sadar akan isu-isu lingkungan. Dengan menawarkan produk yang berbeda dari pesaing yang tidak mengutamakan lingkungan, perusahaan dapat

memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

2.6 Komite Audit

2.6.1 Pengertian Komite Audit

Menurut IIA, komite audit adalah salah satu pilar utama dalam tata kelola perusahaan yang baik. Peran utama komite audit adalah untuk memantau proses pelaporan keuangan, termasuk penilaian terhadap sistem pengendalian internal dan manajemen risiko, serta memastikan bahwa perusahaan mematuhi peraturan dan standar yang berlaku.

Menurut penelitian Nurlisa Haniffah (2022) Komite Audit adalah komite yang dibentuk dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris untuk membantu mereka dalam melaksanakan fungsi pengawasan terhadap kegiatan perusahaan. Komite ini bertugas memastikan bahwa laporan keuangan perusahaan disusun sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku, pengendalian internal berjalan efektif, dan kebijakan manajemen risiko diterapkan dengan baik. Komite audit juga memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, serta bekerja sama dengan auditor internal dan eksternal dalam mengawasi proses audit.

Komite audit biasanya terdiri dari beberapa anggota, termasuk setidaknya satu orang yang memiliki keahlian di bidang keuangan atau akuntansi. Komite ini berfungsi sebagai penghubung antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, dan auditor eksternal, serta membantu memastikan bahwa perusahaan dikelola secara transparan dan akuntabel.

2.6.2 Tujuan Komite Audit

Tujuan utama dari Komite Audit adalah untuk mendukung dewan komisaris dalam melaksanakan pengawasan yang efektif terhadap manajemen, khususnya dalam hal pelaporan keuangan, pengendalian internal, manajemen risiko, dan kepatuhan terhadap regulasi (Haniffah, 2022). Berikut adalah beberapa tujuan spesifik dari Komite Audit :

1. Memastikan Integritas Laporan Keuangan

Komite Audit bertujuan untuk memastikan bahwa laporan keuangan perusahaan disusun secara akurat dan transparan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Hal ini melibatkan pengawasan terhadap proses penyusunan laporan keuangan dan melakukan komunikasi dengan auditor eksternal.

2. Mengawasi Sistem Pengendalian Internal

Komite Audit bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki sistem pengendalian internal yang efektif guna mencegah penyelewengan, kesalahan, atau pelanggaran. Pengendalian internal yang baik diperlukan untuk melindungi aset perusahaan dan memastikan operasi berjalan sesuai dengan kebijakan perusahaan.

3. Meningkatkan Manajemen Risiko

Komite Audit berperan dalam memantau sistem manajemen risiko perusahaan. Mereka menilai efektivitas kerangka kerja manajemen risiko, termasuk identifikasi, mitigasi, dan pemantauan risiko yang dapat mempengaruhi perusahaan.

4. Memastikan Kepatuhan terhadap Regulasi

Tujuan lainnya adalah untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi seluruh peraturan dan undang-undang yang berlaku, termasuk kepatuhan terhadap standar akuntansi, perpajakan, dan regulasi industri.

5. Menyediakan Saluran Komunikasi yang Efektif dengan Auditor

Komite Audit bertujuan untuk menjembatani komunikasi antara manajemen, dewan komisaris, dan auditor (baik internal maupun eksternal). Komite ini memastikan bahwa auditor memiliki akses penuh ke informasi yang diperlukan untuk menjalankan audit dengan efektif dan independen.

6. Mendukung Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*)

Komite Audit mendukung tata kelola perusahaan yang baik dengan memastikan transparansi, akuntabilitas, dan kejujuran dalam semua aspek operasional perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan keuangan dan pelaporan.

7. Melindungi Kepentingan Pemangku Kepentingan

Dengan meningkatkan kepercayaan terhadap laporan keuangan dan memastikan pengendalian internal yang kuat, Komite Audit membantu melindungi kepentingan para pemegang saham, kreditur, regulator, dan pihak berkepentingan lainnya.

2.6.3 Jenis-Jenis Komite Audit

Menurut Penelitian Haniffah (2022) Komite Audit secara umum berfungsi sebagai entitas pengawasan yang independen dalam perusahaan, tetapi jenis-jenis Komite Audit dapat bervariasi tergantung pada struktur perusahaan, regulasi, dan fokus yang ingin dicapai. Berikut adalah beberapa jenis Komite Audit berdasarkan fokus atau peran khususnya :

1. Komite Audit Independen

Komite ini sepenuhnya terdiri dari anggota independen yang bukan bagian dari manajemen perusahaan. Anggota biasanya berasal dari luar perusahaan, seringkali terdiri dari pakar keuangan atau akuntan yang tidak memiliki hubungan bisnis atau pribadi dengan perusahaan yang bertujuan meningkatkan objektivitas dan memastikan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam proses audit.

2. Komite Audit Internal

Komite yang melibatkan anggota internal perusahaan, termasuk manajemen senior. Mereka terlibat langsung dalam pengawasan sistem pengendalian internal dan pelaporan keuangan internal perusahaan yang bertujuan memastikan audit internal dilakukan dengan baik dan efisien, serta memberikan panduan terhadap perbaikan pengendalian internal.

3. Komite Audit Regulasi (*Regulatory Audit Committee*)

Komite ini berfokus pada kepatuhan terhadap peraturan dan hukum yang berlaku, khususnya di industri yang diatur ketat seperti perbankan, asuransi, atau energi yang bertujuan memastikan perusahaan mematuhi semua regulasi dan peraturan industri serta hukum yang relevan, dan mengurangi risiko hukum atau denda akibat ketidakpatuhan.

4. Komite Audit Khusus (*Special Audit Committee*)

Dibentuk untuk menangani situasi tertentu seperti investigasi kecurangan atau pelanggaran serius dalam sistem keuangan. Komite ini bersifat sementara dan biasanya hanya bertugas hingga masalah diselesaikan yang bertujuan melakukan investigasi menyeluruh dan memastikan langkah korektif diambil untuk menyelesaikan isu-isu yang muncul.

5. Komite Audit Risiko (*Risk Audit Committee*)

Komite ini berfokus pada manajemen risiko perusahaan, baik itu risiko operasional, finansial, maupun strategis yang bertujuan mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko utama yang dihadapi perusahaan serta memastikan bahwa sistem manajemen risiko berjalan efektif.

6. Komite Audit Keuangan (*Financial Audit Committee*)

Jenis komite audit yang berfokus secara spesifik pada aspek keuangan dari perusahaan. Ini mencakup pengawasan terhadap laporan keuangan, audit internal, dan eksternal yang bertujuan menjamin transparansi dan akurasi pelaporan keuangan serta memastikan sistem pengendalian keuangan berjalan dengan baik.

7. Komite Audit Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG Audit Committee)

Komite ini memfokuskan pada aspek non-keuangan seperti kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (*Environmental, Social, and Governance/ESG*) yang bertujuan memastikan perusahaan mematuhi standar keberlanjutan, praktik bisnis yang etis, dan tanggung jawab sosial.

8. Komite Audit Teknologi dan Keamanan Informasi

Komite ini berfokus pada risiko yang terkait dengan teknologi dan keamanan informasi, termasuk perlindungan data dan infrastruktur IT yang bertujuan mengawasi kebijakan dan prosedur keamanan informasi untuk memastikan integritas sistem informasi dan data perusahaan.

2.7 *Leverage*

2.7.1 *Pengertian Leverage*

Leverage merupakan rasio yang menilai atau memperkirakan sebesar apa perusahaan dibiayai dengan hutang. Pada penelitian ini *leverage* diukur dengan DER (*Debt to Equity Ratio*) yang membandingkan antara total hutang dengan total ekuitas. Peneliti memilih *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai alat ukur *leverage*, karena *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan ukuran yang digunakan dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor (Pasaribu *et al.*, 2023). Semakin besar nilai *leverage* akan berdampak terhadap *integrated reporting* juga akan baik. Sehingga, para pemangku kepentingan dapat mengambil keputusan dengan tepat dan menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Leverage adalah salah satu indikator yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Hutang yang digunakan dalam bentuk investasi selain untuk mendanai aset perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan karena aset yang diperoleh perusahaan dari hutang digunakan untuk menghasilkan keuntungan (Nasir, 2021). Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi artinya perusahaan memiliki tingkat hutang yang lebih besar daripada modal yang dimiliki. Tingginya tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan menyebabkan turunnya kepercayaan investor terhadap laba yang diumumkan perusahaan, karena ketika perusahaan memperoleh laba maka pembayaran yang didahulukan adalah pembayaran hutang kepada kreditor daripada pembagian deviden kepada investor.

2.7.2 *Tujuan Leverage*

Menurut Kasmir (2018:153) berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).

3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendirinya yang dimiliki.

2.7.4 Manfaat *Leverage*

Menurut Kasmir (2018:154) berikut adalah beberapa manfaat *leverage* yaitu:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.7.5 Jenis *Leverage*

Terdapat 3 jenis *leverage* yang diungkapkan oleh Hanifi (2004:327) diantaranya yaitu: *Operating Leverage*, *Financial Leverage* dan *Combination Leverage*. Berikut ini penjelasan mengenai ketiga jenis *leverage* tersebut:

1. *Leverage Operasi (Operating Leverage)*

Menurut Syamsuddin (2013:107), *leverage* operasi merupakan kemampuan perusahaan di dalam menggunakan *fixed operating cost* untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *earning before interest and taxes* (EBIT). *Leverage* operasi timbul sebagai akibat dari adanya beban tetap yang ditanggung dalam operasional perusahaan. Perusahaan yang memiliki biaya operasi tetap atau biaya modal tetap, maka menggunakan *leverage*.

2. *Leverage Keuangan (Financial Leverage)*

Financial leverage adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan beranggapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. *Financial leverage* timbul karena adanya kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan perusahaan. Kewajiban finansial yang tetap ini tidaklah berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harus di bayar tanpa melihat sebesar apapun tingkat EBIT yang dicapai perusahaan.

3. *Leverage Gabungan (Combination Leverage)*

Leverage gabungan merupakan pengaruh perubahan penjualan terhadap perubahan laba setelah pajak untuk mengukur secara langsung efek perubahan penjualan terhadap perubahan laba rugi pemegang saham dengan *Degree of Combine Leverage* (DCL) yang didefinisikan sebagai persentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat persentase perubahan dalam unit yang terjual. Combination leverage terjadi jika perusahaan memiliki baik *operating leverage* maupun *financial leverage* dalam usahanya untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham biasa.

2.7.6 Pengukuran *Leverage*

Pada rasio *leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage* berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir dalam bukunya (2018:155) yaitu:

1. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Hutang Terhadap Ekuitas)

Debt to Equity Ratio atau Rasio Hutang terhadap Ekuitas merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan.

2. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Debt Ratio atau Rasio Hutang adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya.

3. *Times Interest Earned Ratio*

Times Interest Earned adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi untuk memperluas dan memperdalam berbagai teori yang akan digunakan di dalam kajian penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini tidak lepas dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan sehingga dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

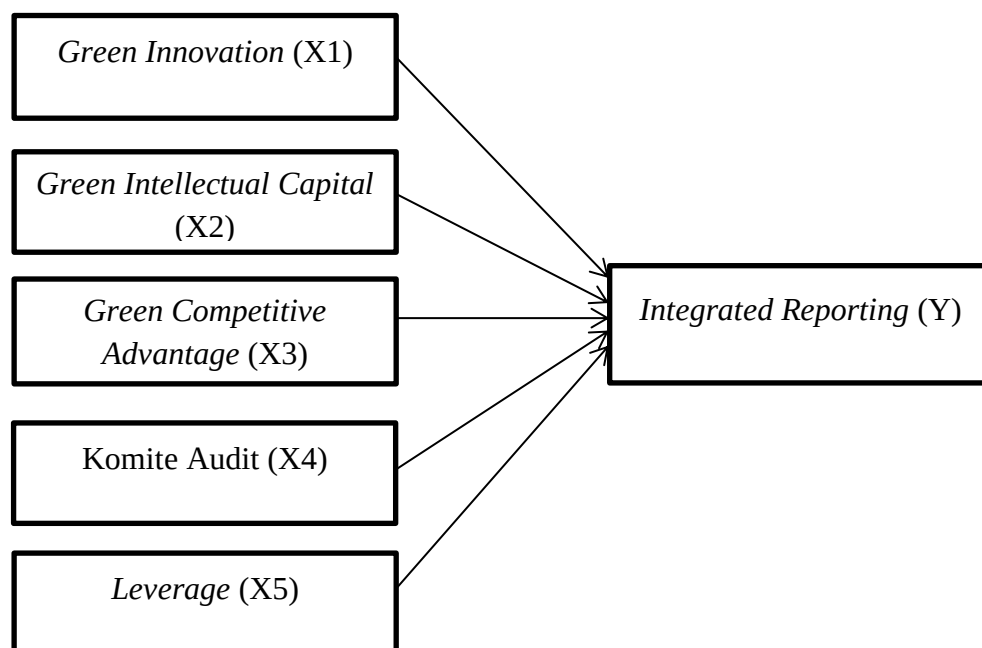
No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Utamie, D. N. (2021)	Determinan implementasi <i>integrated reporting</i>	Komite Audit dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Integrated Reporting</i> , sedangkan variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terdapat pengaruh signifikan terhadap <i>Integrated Reporting</i> .
2	Dani, S. D. R. (2021)	Pengaruh Jumlah Dan Keahlian Komite Audit Terhadap Pengungkapan <i>Integrated</i>	Jumlah komite audit memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>Integrated</i>

		<i>Reporting</i> Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<i>Reporting</i> , sedangkan Keahlian komite audit memiliki pengaruh terhadap pengungkapan <i>Integrated Reporting</i>
3	Wijaya dan Agustina (2021)	Pengaruh Elemen-Elemen <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap <i>Integrated Reporting</i>	<i>Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap <i>Integrated Reporting</i>
4	Murwaningsari, E. (2023).	Pengaruh <i>Green Innovation</i> dan <i>Green Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Green Competitive Advantage</i> , Dengan Peran <i>Integrated Reporting</i> Sebagai Variabel Mediasi.	<i>Integrated Reporting</i> memperkuat pengaruh <i>Green Innovation</i> dan <i>Green Intellectual Capital</i> terhadap <i>Green Competitive Advantage</i>
5	Rosyadi <i>et al</i> (2023)	Pengaruh <i>Firm Size</i> , <i>Company Age</i> , <i>Leverage</i> , <i>Profitabilitas</i> Dan Kepemilikan Institusional Terhadap <i>Integrated Reporting Quality</i>	<i>Firm Size</i> dan <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap <i>Integrated Reporting Quality</i> , sedangkan <i>Company Age</i> dan <i>Profitabilitas</i> tidak berpengaruh
6	Muna, Z (2024)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , Ukuran Perusahaan Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Integrated Reporting</i> Dengan Auditor Eksternal Sebagai	<i>Profitabilitas</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap <i>Integrated Reporting</i> , <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Integrated Reporting</i> ,

		Variabel Moderating	sedangkan Auditor Eksternal tidak mampu memoderasi semua X terhadap Y
--	--	---------------------	---

2.9 Kerangka Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menguji ada tidaknya hubungan antara variabel dependen yaitu *Integrated Reporting*, variabel independen yaitu Komite Audit, *Green Innovation*, *Green Intellectual Capital*, *Green Competitive Advantage*, dan *Leverage*. Adapun hasil uraian tersebut maka peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.10 Bangunan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, dimana rumusan penelitian ini telah dinyatakan dalam bentuk sebuah pertanyaan. Penelitian ini akan meneliti pengaruh *Green Innovation*, *Green Intellectual*

Capital, *Green Competitive Advantage*, komite audit, dan *leverage* terhadap *integrated reporting*.

2.10.1 Pengaruh *Green Innovation* Terhadap *Integrated Reporting*

Green Innovation adalah penciptaan produk dan proses yang baru serta peningkatan yang signifikan terhadap produk, proses, metode pemasaran, dan metode praktik bisnis perusahaan yang baru dalam orientasi lingkungan. Menerapkan *Green Innovation* artinya perusahaan menerapkan inovasi yang ramah lingkungan pada produk dan proses dalam pembuatan produk tersebut. *Green Innovation* menurut (Zameer et al., 2021) dibagi menjadi dua komponen, yakni *Green Product Innovation* dan *Green Process Innovation*.

Perusahaan menerapkan *Green Product Innovation* artinya perusahaan menggunakan bahan yang bersifat ramah lingkungan dan mudah untuk didaur ulang. Perusahaan menerapkan *Green Innovation* artinya perusahaan dalam kegiatan produksinya meminimalisir segala dampak negatif terhadap lingkungan dan menggunakan sumber daya dengan efisien sehingga tidak terjadi pemborosan (Murwaningsari, 2023). Apabila suatu perusahaan menerapkan *Green innovation* maka akan menciptakan kepercayaan pemangku kepentingan yang lebih besar seiring dengan peningkatan pengembangan kinerja tujuan perusahaan yang berkelanjutan. Sehingga perusahaan mampu mengungkapkan laporan yang berintegritas dengan baik.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damayanti & Dewayanto, (2023) dan Anggraini *et al*, (2024) dengan hasil bahwa *Green Innovation* berpengaruh terhadap *integrated reporting* dikarenakan semakin tinggi *Green Innovation* semakin luas pengungkapan *integrated reporting*.

H1 : *Green Innovation* berpengaruh signifikan terhadap *Integrated Reporting*

2.10.2 Pengaruh *Green Intellectual Capital* Terhadap *Integrated Reporting*

Green Intellectual Capital (GIC) merupakan perusahaan aktiva tidak berwujud seperti pengetahuan, kemampuan dan hal lainnya terkait dengan perlindungan

lingkungan serta GI dalam tingkat individu dan tingkat perusahaan dalam perusahaan atau dengan kata lain berupa sumber daya informasi, inovasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing dengan tetap melindungi lingkungan yang mampu meningkatkan *sustainable performance* (Yusliza et al., 2019).

Green Intellectual Capital (GIC) diklasifikasikan menjadi 3 bagian. Pertama adalah *Green Human Capital*, yakni kekayaan intelektual perusahaan terkait perlindungan lingkungan yang tertanam dalam karyawan. Kemudian *Green Structural Capital* yang tertanam dalam perusahaan itu sendiri, dan yang terakhir adalah *Green Relational Capital* yang tertanam dalam hubungan perusahaan dengan pelanggan, pemasok, anggota jaringan, dan partnernya. Semua kekayaan intelektual perusahaan tersebut harus dikelola dengan sebaik dan semaksimal mungkin supaya menghasilkan karyawan yang aktif berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan lingkungan, tatanan, nilai, dan budaya perusahaan terkait lingkungan yang telah mendarah daging, kerja sama dan relasi perusahaan dengan partner dan pemasok untuk sama-sama melindungi lingkungan, serta relasi dengan pelanggan atau klien dalam memenuhi kepuasan dan ekspektasinya terkait perlindungan lingkungan (Rachmawati, 2022).

Perusahaan dengan pengungkapan *Green Intellectual Capital* yang lebih banyak artinya perusahaan tersebut mampu memberikan informasi terkait pentingnya perlindungan lingkungan. Hal ini akan membuat pelaporan terintegrasi lebih lengkap dan akan membuat investor lebih tertarik dalam berinvestasi

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damayanti & Dewayanto, (2023) dan Anggraini et al, (2024) dengan hasil bahwa *Green Intellectual Capital* berpengaruh terhadap *integrated reporting* dikarenakan semakin tinggi *Green Intellectual Capital* semakin luas pengungkapan *integrated reporting*.

H2 : *Green Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap *Integrated Reporting*

2.10.3 Pengaruh *Green Competitive Advantage* Terhadap *Integrated Reporting*

Green Competitive Advantage merupakan keadaan dimana perusahaan mencapai titik unggul dibandingkan perusahaan pesaing dalam kompetisi pasar, yang berarti perusahaan harus mengelola dan menerapkan strategi bersaingnya dengan sebaik dan semaksimal mungkin. *Green Competitive Advantage* adalah benefit yang didapatkan dari proses pengaplikasian strategik bersaing dengan tujuan untuk membangun posisi atau jabatan yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menjadi penentu dalam persaingan industri (Murwaningsari, 2023).

Perusahaan yang banyak menerapkan pengungkapan *Green Competitive Advantage* artinya perusahaan tersebut mampu bersaing dalam kompetisi pasar sehingga hal ini akan berdampak pada laporan terintegrasi perusahaan yakni *integrated reporting* mampu diungkapkan dengan banyak informasi sehingga membuat perusahaan memiliki nilai yang baik untuk investor, karena investor akan merasa bahwa perusahaan yang laporan terintegrasinya banyak mengungkapkan *Green Competitive Advantage* mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang untuk pembangunan berkelanjutan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Octavianingrum *et al.* (2022), Murwaningsari (2023), menghasilkan bahwa *Green Competitive Advantage* berpengaruh terhadap *integrated reporting* semakin tinggi *Green Competitive Advantage* semakin luas pengungkapan *integrated reporting*.

H3 : *Green Competitive Advantage* berpengaruh signifikan terhadap *Integrated Reporting*

2.10.4 Pengaruh Komite Audit Terhadap *Integrated Reporting*

Komite audit menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (2006) Komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar untuk mengerjakan pekerjaan tertentu atau untuk melakukan tugas-tugas khusus atau sejumlah anggota dewan komisaris perusahaan klien yang bertanggungjawab untuk membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari

manajemen. Adanya komite audit diharapkan dapat membantu pihak manajemen dalam meningkatkan pengawasan internal yang ada di Perusahaan yaitu untuk membantu Dewan komisaris dalam menjalankan fungsinya (Utamie, 2021).

Berdasarkan teori keagenan untuk mengatasi hal ini, komite audit hadir sebagai badan pengawas perusahaan. Hadirnya komite audit akan memastikan bahwa pengungkapan perusahaan berkualitas tinggi (Prawesti, 2019). Sehingga diyakini bahwa kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh komite audit akan mendorong manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi secara lebih luas dan lengkap melalui pengungkapan sukarela. Salah satu cara untuk melakukan pengungkapan sukarela ini adalah dengan menambahkan elemen pengungkapan terintegrasi ke dalam laporan tahunan untuk mengurangi asimetri informasi dan menyimpan informasi yang dibutuhkan oleh prinsip-prinsip yang tidak dapat diakses melalui pengungkapan sukarela.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yulyan, *et al* (2021), Utamie (2021), Sari *et al.*, (2020), Mandalika *et al.*, (2020) dengan hasil komite audit berpengaruh terhadap *integrated reporting* dikarenakan semakin tinggi komite audit semakin luas pengungkapan *integrated reporting*.

H4 : Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap *Integrated Reporting*

2.10.5 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Integrated Reporting*

Rasio *Leverage* adalah rasio total utang terhadap total ekuitas. Rasio ini menggambarkan struktur modal perusahaan. Dengan menggunakan analisis rasio *leverage* maka perusahaan dapat mengetahui pendanaan dari modal sendiri atau pinjaman. Pengawasan akan lebih optimal jika tingkat *leverage* perusahaan tinggi karena biaya utang tidak luput dari insentif yang di dapat manajer. Pengawasan kepada perusahaan dapat dilakukan dengan cara pengungkapan informasi yang lebih luas seperti *integrated reporting* (Rahayuningsih, 2019).

Berdasarkan teori keagenan bahwa suatu perusahaan harus memberikan manfaat kepada para *principal*. Rasio *leverage* merupakan rasio total utang terhadap total

modal yang menggambarkan struktur modal perusahaan. Perusahaan yang memiliki rasio tinggi kemungkinan akan memiliki resiko kehilangan dana mereka sehingga akan mengungkapkan informasi lebih sedikit ke publik.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Novianti et al. (2022), Alexandra (2023), Puspitasari (2022), Yeni et al. (2022) dengan hasil bawa *leverage* berpengaruh terhadap *integrated reporting* semakin tinggi *leverage* semakin luas pengungkapan *integrated reporting*.

H5 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Integrated Reporting*