

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)

Ramizes dalam bukunya *Cultivating Peace*, mengidentifikasi berbagai pendapat mengenai *stakeholder*. Friedman mendefinisikan *stakeholder* sebagai:

“any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives.” Yang bermaksud bahwa sebagai kelompok atau individu yang dapat memengaruhi dan/ atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu dari organisasi.

Teori *stakeholder* ini berfokus pada bagaimana cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengelola hubungan perusahaan dengan *stakeholdernya*. Menurut (Chariri, 2007) teori stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lainnya). Stakeholder tersebut yang menjadi patokan bagi manajemen perusahaan untuk menyediakan informasi apa saja yang akan diungkapkan oleh perusahaan di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan value perusahaan sebagai dampak dari seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dan meminimalkan kerugian yang mungkin akan muncul bagi *stakeholder*.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut, maka dalam hal tersebut perusahaan akan berusaha memberikan berbagai informasi yang dimiliki agar menarik dan mendapat dukungan dari *stakeholdernya*.

Stakeholder sendiri dibagi menjadi 2 jenis, yaitu stakeholder eksternal dan stakeholder internal. Stakeholder eksternal memberikan tekanan yang kuat terhadap pengungkapan lingkungan dan sosial perusahaan sedangkan stakeholder internal hanya memberikan tambahan atas tekanan pengungkapan dari stakeholder eksternal.

Berdasarkan teori stakeholder, segala informasi yang terkait kegiatan serta aktivitas perusahaan menjadi hak bagi para stakeholder untuk mengetahuinya, terutama informasi yang berpengaruh terhadap stakeholder. Hal ini menunjukkan pengungkapan sukarela atas informasi kinerja dan informasi sosial lingkungan serta prospek jangka pendek, menengah, dan jangka panjang perusahaan menjadi hal yang harus diungkapkan untuk memenuhi harapan stakeholder (Kusuma, 2020).

2.2. Integrated Reporting

The International Integrated Reporting Council (IIRC) mendefinisikan pelaporan terpadu sebagai “suatu proses yang menghasilkan komunikasi oleh organisasi, yang paling jelas laporan terpadu periodik, tentang bagaimana organisasi strategi, pemerintahan, kinerja, dan prospek mengarah pada penciptaan nilai dalam jangka pendek, menengah dan panjang” (Yaone2, 2016). Tujuan utama dari *integrated reporting* adalah untuk menjelaskan kepada penyedia modal keuangan atau para *stakeholder* mengenai bagaimana suatu perusahaan menciptakan *value* dari waktu ke waktu. Tujuan IR yang tercantum dalam *IR framework* adalah untuk memberikan wawasan mengenai : (1) lingkungan eksternal yang berpengaruh terhadap organisasi; (2) sumber daya serta hubungan yang terdapat dalam organisasi; (3) hubungan antara organisasi dengan lingkungan dan *capital* untuk menciptakan nilai jangka pendek, menengah, dan panjang.

IIRC memiliki prinsip-prinsip panduan dalam mengungkapkan informasi perusahaan melalui IR. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

- a) *Strategic focus and future orientation*

Dalam prinsip ini laporan terintegrasi harus memberikan pemahaman yang dalam mengenai strategi organisasi, dan bagaimana kemampuan organisasi untuk menciptakan *value* dalam jangka pendek, menengah dan panjang dan penggunaannya dalam dan efek pada *capital*.

b) *Connectivity of information*

Sebuah laporan terintegrasi harus menunjukkan gambaran menyeluruh dari kombinasi, keterkaitan dan ketergantungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk menciptakan *value* dari waktu ke waktu.

c) *Stakeholder relationship*

Dalam prinsip ini harus memberikan pemahaman sifat dan kualitas hubungan organisasi dengan *stakeholder*, termasuk pemahaman organisasi dalam mempertimbangkan dan merespon kebutuhan dan kepentingan.

d) *Materiality*

Sebuah laporan terintegrasi harus mengungkapkan informasi tentang hal-hal substantif yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk menciptakan *value* dalam jangka pendek, menengah dan panjang.

e) *Conciseness*

Pada prinsip ini sebuah laporan terintegrasi harus singkat. Artinya, sebuah laporan yang terintegrasi meliputi konteks yang cukup untuk memahami strategi organisasi, *governance*, kinerja dan prospek tanpa ditambah dengan informasi yang kurang relevan.

f) *Reliability and completeness*

Laporan terintegrasi harus mencakup semua hal yang material, baik positif maupun negatif, secara seimbang dan tanpa kesalahan yang material.

g) *Consistency and comparability*

Pada prinsip ini, informasi yang disajikan harus :

- 1) Secara yang konsisten dari waktu ke waktu.

- 2) Dengan cara yang memungkinkan perbandingan dengan organisasi lain terhadap hal yang material untuk organisasi.

2.2.1 Elemen Integrated Reporting

Integrated reporting adalah penyajian secara laporan tahunan yang lengkap dan terintegrasi dimana didalamnya terdapat informasi mengenai strategi, tata kelola, kinerja dan prospek yang saling berkaitan. Berdasarkan *IR Framework*, *integrated reporting* memiliki beberapa elemen yang saling berkaitan, yaitu :

1. *Organizational overview and external environmental* (gambaran organisasi dan lingkungan eksternal)

Sebuah laporan terintegrasi menyajikan informasi terkait hal yang dilakukan oleh suatu organisasi dan tempat dimana ia beroperasi, beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut :

- a. Visi dan misi perusahaan
- b. Budaya, etika dan nilai perusahaan
- c. Struktur kepemilikan dan struktur operasi perusahaan
- d. Pasar dan aktivitas utama perusahaan
- e. Market positioning dan kompetisi perusahaan
- f. Letak/posisi perusahaan dirantai suplai
- g. Informasi perubahan hukum, politik, dan lingkungan sosial
- h. Kondisi mikro dan makro
- i. Isu – isu sosial
- j. Tantangan perubahan lingkungan hidup
- k. Perubahan lingkungan legislatif dan peraturan

2. *Governance* (tata kelola)

Laporan terintegrasi menyajikan informasi mengenai struktur organisasi yang mendukung kemampuannya dalam memberikan nilai jangka pendek,

menengah dan panjang. Beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut :

- a. Pendidikan, pengalaman, dan kompetensi dewan direksi
- b. Pendidikan, pengalaman, dan kompetensi dewan komisaris
- c. Keberagaman dewan direksi
- d. Keberagaman dewan komisaris
- e. Pendidikan, pengalaman, dan kompetensi komite audit
- f. Keberagaman komite audit
- g. Keputusan dewan direksi
- h. Hasil rapat dewan direksi
- i. Keputusan dewan komisaris
- j. Hasil rapat dewan komisaris
- k. Keputusan atau laporan komite audit
- l. Budaya, nilai, dan etika perusahaan tercermin dalam keputusan yang diambil dewan direksi dan dewan komisaris
- m. Remunerasi dan insentif
- n. Dewan direksi dan komisaris mempromosikan inovasi

3. *Opportunities and risk* (risiko dan peluang)

Laporan terintegrasi menunjukkan risiko serta peluang yang dihadapi perusahaan baik dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut :

- a. Identifikasi risiko dan peluang
- b. Sumber risiko dan peluang
- c. Deskripsi tentang keterkaitan risiko/peluang dengan strategi tertentu

4. *Strategy and resource allocation* (strategi dan alokasi sumber daya)

Laporan terintegrasi berisi tujuan strategis perusahaan dalam jangka pendek, menengah maupun panjang. Beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut :

- a. Strategi jangka pendek, menengah dan panjang

- b. Rencana alokasi sumber daya
- c. Pengukuran kinerja penerapan strategi
- d. Keunggulan kompetitif perusahaan

5. *Business model* (model bisnis)

Laporan terintegrasi menggambarkan bagaimana sistem perusahaan dalam mengubah input menjadi output dan outcome melalui kegiatan bisnis dengan tujuan untuk menciptakan nilai dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi elemen kunci model bisnis
- b. Diagram elemen kunci model bisnis
- c. Identifikasi stakeholder utama
- d. Identifikasi bahan baku utama
- e. Deskripsi tentang produk
- f. Deskripsi tentang limbah hasil sampingan produksi
- g. Informasi reputasi perusahaan, kepuasan konsumen, ketaatan pajak, dampak lingkungan dan social
- h. Deskripsi aktivitas bisnis kunci perusahaan
- i. Penyajian informasi yang sama untuk berbagai divisi/ unit usaha dengan model bisnis yang berbeda

6. *Performance* (kinerja)

beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitatif target risiko dan peluang
- b. Kinerja keuangan
- c. Bagaimana perusahaan merespon stakeholder
- d. Informasi yang menghubungkan kinerja masa lalu dan sekarang
- e. Dampak regulasi terhadap kinerja perusahaan

7. *Outlook* (tampilan masa depan)

Beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut:

- a. Ekspektasi perusahaan tentang perubahan lingkungan
- b. Bagaimana strategi perusahaan untuk menghadapi perubahan lingkungan
- c. Analisis outlook keuangan terkait perubahan lingkungan
- d. Peramalan keuangan terkait perubahan lingkungan

8. *Basic of presentation*

Beberapa hal yang harus diungkapkan dalam elemen ini adalah sebagai berikut:

- a. Kebijakan materialitas perusahaan
- b. Kebijakan keuangan / akuntansi
- c. Deskripsi proses mengidentifikasi materialitas informasi
- d. Informasi keuangan diluar laporan keuangan
- e. Kepemilikan minoritas di entitas lain

2.3 Aktivitas Internasional

Aktivitas internasional adalah kegiatan perusahaan yang dilakukan di luar negeri, seperti adanya anak perusahaan di luar negeri dan perusahaan memiliki kegiatan ekspor. (Tarca, 2004), suatu perusahaan yang melakukan kegiatan secara internasional melakukan operasinya di beberapa negara disebut *multinasional corporation*. Aktivitas internasional dilakukan dengan melintasi batas negara. Biasanya pihak yang melakukan kegiatan ini adalah perusahaan pemerintah, swasta atau gabungan keduanya. Perusahaan yang memasuki aktivitas internasional biasanya secara bertahap melakukan transisi dari tahap yang paling sederhana tanpa risiko ke tahap yang paling kompleks dengan risiko bisnis yang tinggi (Unknown, 2012). Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut :

1. Eksport insidental, yaitu perusahaan yang memulai dengan partisipasi awal adalah melalui ekspor yang tidak disengaja. Ini terjadi ketika orang asing tiba di negara kita, kemudian dia membeli barang dan kemudian mengirimkannya ke negara asing.
2. Eksport aktif, tahap sebelumnya dapat terus berkembang dan menjalin hubungan bisnis yang teratur dan berkelanjutan, dan transaksi akan semakin aktif. Aktivitas hubungan transaksi komersial ditunjukkan dengan peningkatan jumlah dan jenis komoditas yang diperdagangkan secara internasional.
3. Penjualan lisensi, pada tahap ini hanya penjualan merek atau lisensi, sehingga negara penerima dapat melakukan pengelolaan proses pemasaran dan produksi cukup luas termasuk bahan baku dan peralatan. Untuk menggunakan lisensi tersebut, perusahaan dan negara penerima harus membayar biaya lisensi kepada perusahaan asing tersebut.
4. Franchising, tahap ini perusahaan tidak hanya menjual lisensi atau merek dagang akan tetapi lengkap dengan segala atributnya termasuk peralatan, proses produksi, resep rahasia dalam proses produksi, pengendalian mutunya, pengawasan mutu bahan baku maupun barang jadi, serta pelayanannya.
5. Pemasaran di luar negeri, tahap bentuk pemasaran di luar negeri, ini akan memerlukan intensitas manajemen serta keterlibatan yang lebih tinggi karena perusahaan pendatang harus dengan aktif melakukan manajemen pemasaran bagi produknya di negara asing. Tahap ini sering disebut dengan tahap pemasaran aktif atau *active marketing*.
6. Produksi dan pemasaran luar negeri, pada tahap ini perusahaan asing datang ke luar negeri dan mendirikan perusahaan dengan seluruh modal di dalam negeri, kemudian melakukan proses produksi dan menjual hasil produksi di negara tersebut.

Kebutuhan mengonsumsi barang dalam kehidupan sehari – hari antara negara tidak jauh berbeda. Karena adanya kesamaan tersebut mendorong perusahaan untuk beroperasi secara internasional dengan cara mencari tempat untuk memproduksi barang dengan harga minimum kemudian dipasarkan ke seluruh penjuru sehingga lebih ekonomis dan memiliki daya saing lebih tinggi. Tetapi dalam kegiatan ekspor dan impor terdapat batasan – batasan tertentu sehingga perusahaan didorong untuk memproduksi barang di negara sendiri kemudian menjualnya ke luar negeri. Dengan hal itu maka batasan ekspor impor tidak berlaku bagi perusahaan tersebut.

2.4 Tipe Industri

Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi, termasuk jasa industri (Undang-Undang No 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian).

Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko perusahaan, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Tipe industri mengindikasikan kegiatan operasi perusahaan dan dampaknya terhadap lingkungan dan sosial. Tipe industri dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu industri *high-profile* dan *low-profile*. Menurut Reverte, 2009 industri high profile merupakan industri yang memiliki visibilitas konsumen yang tinggi, tingkat risiko politik, dan tingkat kompetisi yang tinggi. Industri yang termasuk ke dalam kategori high profile adalah perusahaan minyak dan pertambangan, farmasi, hutan, dan transportasi, pertanian, perikanan, barang konsumsi, serta makanan dan minuman. Perusahaan dengan kategori high profile pada umumnya memperoleh sorotan lebih dari masyarakat terkait kepentingan sosial dan lingkungannya. Sedangkan industri low profile ini merupakan kebalikan dari industri high profile, karena pada industri ini tingkat visibilitas konsumen, risiko politik serta risiko kompetensi tergolong rendah,

sehingga tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat atas aktivitas perusahaannya meskipun dalam melakukan aktivitasnya tersebut perusahaan melakukan kesalahan atau kegagalan dalam proses maupun hasil produksinya.

2.5 Growth Opportunity

Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Pertumbuhan dapat dilihat dari pertumbuhan total asset, dimana pertumbuhan aset masa lalu dapat menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan di masa depan. Pertumbuhan asset dapat dihitung sebagai presentase perubahan asset pada waktu tertentu dibandingkan dengan waktu sebelumnya. Pertumbuhan perusahaan juga dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan, dimana kenaikan atau penurunan penjualan dapat menggambarkan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Peluang pertumbuhan mengindikasikan adanya kemampuan perusahaan untuk berkembang di masa depan dengan memanfaatkan peluang investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan investor ketika berinvestasi di suatu perusahaan. Dalam sudut pandang investor pertumbuhan suatu perusahaan yang baik merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan sehingga menarik minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi memiliki nilai positif dalam hal persaingan bisnis, peningkatan penjualan yang signifikan yang diiringi dengan adanya peningkatan pangsa pasar, akan tetapi perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang tinggi rentan terhadap isu – isu negatif. Maka dari itu setiap pertumbuhan harus diungkapkan dalam annual report perusahaan hal ini ditujukan untuk menarik minat investor untuk melakukan investasi di dalam perusahaan.

Perusahaan dengan peluang pertumbuhan tinggi cenderung melakukan pengungkapan lebih terintegrasi ketika terdapat kenaikan peluang pertumbuhan. Hal ini agar dapat mengurangi kesenjangan informasi dalam masa penerbitan saham dan agar dapat

mempertanggungjawabkan informasi tersebut ketika terjadi penurunan biaya modal (Lang, 2000).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *integrated reporting* sebelumnya sudah dilakukan oleh beberapa peneliti-peneliti terdahulu. Tabel 2.6 di bawah ini menunjukkan hasil-hasil penelitian mengenai pelaporan terintegrasi (*integrated reporting*).

Tabel 2.6
Penelitian-penelitian terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul	Hasil
1	Rini Purnama Sari	2017	Pengaruh Aktivitas Internasional, Tipe Industri, Dan Growth Opportunity Terhadap Elemen Integrated Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Di BEI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable aktivitas internasional dan tipe industri berpengaruh terhadap elemen integrated reporting. Sedangkan variable growth

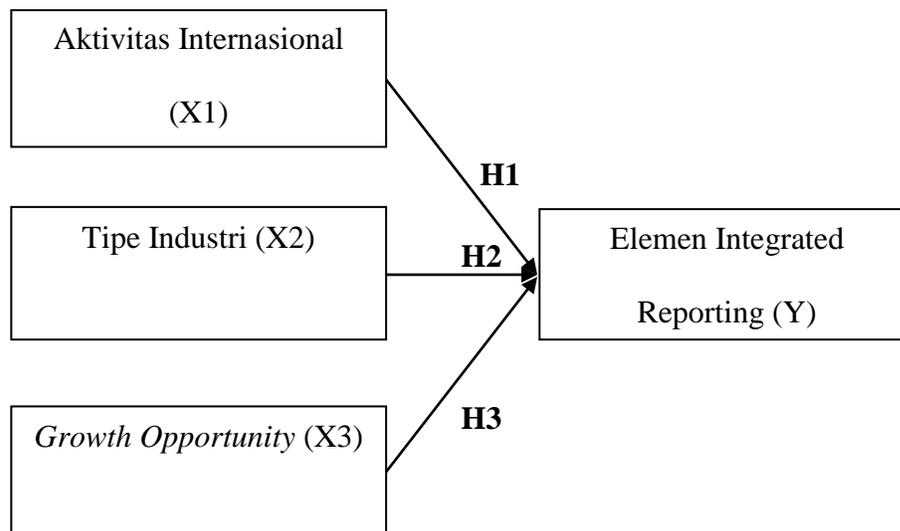
			Tahun 2015)	opportunity tidak berpengaruh terhadap elemen integrated reporting.
2	Arvita Kusuma, Rr. Karlina Aprilia K	2020	Pengaruh Modal Intelektual dan Internasionalisasi Terhadap Adopsi Pelaporan Terintegrasi di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable modal intelektual berpengaruh terhadap adopsi pelaporan terintegrasi di Indonesia. Sedangkan variable internasionalisasi tidak berpengaruh terhadap adopsi pelaporan terintegrasi di Indonesia.
3	Muhammad Hari Subangkit	2019	Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Peluang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable profitabilitas berpengaruh

			<p>Pertumbuhan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Kesiapan Adopsi Integrated Reporting (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di Indonesia Tahun 2017)</p>	<p>terhadap kesiapan adopsi integrated reporting. Sedangkan variabel peluang pertumbuhan, ukuran perusahaan dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap kesiapan adopsi integrated reporting</p>
4	<p>Destiara Dyah Puspita Sari, Satria Yudhia Wijaya, Munasiron Miftah</p>	2020	<p>Kesiapan Perusahaan di Indonesia Menerapkan <i>Integrated Reporting</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa komite audit dan kepemilikan institusional memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan perusahaan di Indonesia menerapkan <i>integrated reporting</i>,</p>

				sedangkan variabel aktivitas internasional tidak mempengaruhi kesiapan perusahaan di Indonesia menerapkan <i>integrated reporting</i> .
--	--	--	--	---

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan sebagai acuan bagi peneliti agar arah penelitiannya sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka penelitian yang melandasi penelitian ini adalah Pengaruh Aktivitas Internasional, Tipe Industri Dan Growth Opportunity Terhadap Elemen Integrated Reporting.



Gambar 2.7
Kerangka Pemikiran

2.8 Bangunan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh Aktivitas Internasional Terhadap Elemen Integrated Reporting

Aktivitas internasional merupakan aktivitas perusahaan yang dilakukan di luar negeri, seperti adanya anak perusahaan di luar negeri dan kegiatan penjualan yang dilakukan di luar negeri atau aktivitas ekspor (Sari, 2017). Perusahaan yang melakukan aktivitas internasional lebih memungkinkan untuk memberikan laporan keuangannya secara lebih lengkap dan lebih berkualitas kepada stakeholder. Perusahaan yang melakukan aktivitas internasional memberikan pengungkapan lebih luas dalam hal pelaporan. Hal itu dikarenakan beberapa kondisi, seperti perusahaan dengan aktivitas internasional mendapatkan pelatihan yang lebih, baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induknya di luar negeri. Kemudian perusahaan dengan aktivitas internasional cenderung memiliki sistem informasi manajemen yang lebih efisien dalam memenuhi pengendalian internal dan kebutuhan informasi bagi perusahaan induknya. Lalu perusahaan dengan aktivitas internasional mendapat sorotan lebih dari para stakeholder sehingga permintaan informasi yang lengkap pun lebih tinggi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari, 2017) menunjukkan bahwa aktivitas internasional memiliki pengaruh terhadap integrated reporting. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Aktivitas internasional memiliki pengaruh signifikan terhadap elemen integrated reporting

2.8.2 Pengaruh tipe industri terhadap elemen integrated reporting

Tipe industri menjelaskan perusahaan berdasarkan lingkup operasi, risiko perusahaan serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis (Silaban, 2020). Tipe industri

dapat diklasifikasikan menjadi industri *high-profile* dan industri *low-profile*. Pada umumnya perusahaan *high-profile* lebih banyak mendapat sorotan dari masyarakat, hal itu dikarenakan aktivitas dalam kegiatan operasinya lebih luas dan bersinggungan dengan banyak pihak. Hal tersebut dapat memacu perusahaan untuk mengungkapkan informasi lebih kepada stakeholder, karena perhatian para stakeholder cenderung lebih terpusat pada perusahaan yang termasuk ke dalam industri *high profile*. Sedangkan perusahaan *low profile* tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat meskipun dalam operasionalnya terdapat kesalahan. Dengan mengungkapkan informasi yang lebih banyak perusahaan akan mampu meningkatkan kepercayaan dari *stakeholder* dan mendapat dukungan dari *stakeholdernya*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari, 2017) menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap laporan *integrated reporting*. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Tipe industri memiliki pengaruh signifikan terhadap elemen *integrated reporting*

2.8.3 Pengaruh Growth Opportunity Terhadap Elemen *Integrated Reporting*

Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa yang akan datang (Setiawan, 2009). Tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan memberikan nilai tambah bagi pihak internal dan eksternal perusahaan karena dengan pertumbuhan perusahaan yang baik berarti perusahaan tersebut memiliki aspek yang menguntungkan di masa yang akan datang. Khususnya bagi pihak eksternal seperti investor dan kreditur yang akan memberikan kredit ke perusahaan dengan berpatokan pada laporan *non-financial* perusahaan terkait dengan peluang pertumbuhan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang baik cenderung akan lebih melakukan pengungkapan pelaporan terintegrasi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari, 2017) dan (Subangkit, 2019) menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap laporan

integrated reporting. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3 : Growth opportunity memiliki pengaruh signifikan terhadap elemen integrated reporting