

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Stakeholder**

*Stakeholders* merupakan sebagian kelompok yang secara signifikan mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut Freeman menggambarkan teori *stakeholder* sebagai respon manajer kepada lingkungan bisnis yang ada (Laplume, Sonpar, dan Litz, 2008). Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri seperti meningkatkan laba, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Freeman *et al.*, (2010) dalam bukunya menyatakan bahwa suatu bisnis memiliki pemangku kepentingan, teori *stakeholder* dilihat sebagai teori tentang bagaimana sebenarnya bisnis dapat bekerja. Keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari para *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan harus bertanggung jawab (Freeman, 2001 dalam Saputri, 2018). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan para *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain – lain. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para pemangku kepentingannya adalah dengan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan dalam laporan keberlanjutan atau laporan tahunan.

*Stakeholder theory* perusahaan bukan hanya entitas yang beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain). Dengan demikian, maka keberadaan suatu perusahaan sangat

dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Kurniyawati, 2016). Perkembangan bisnis era *modern* menuntut perusahaan untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosialnya dan tidak hanya mementingkan tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*). Namun dalam lingkup yang lebih luas lagi, kesejahteraan yang diciptakan perusahaan itu tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada semua pihak yang terkait dengan perusahaan yaitu *stakeholder* (Widianto, 2011).

Teori *Stakeholder* mengungkapkan bahwa di dalam perusahaan, tidak hanya ada struktur dan proses yang dilakukan oleh bagian perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan kepentingan dari para *stakeholdernya*, perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pribadi saja. Namun, untuk memenuhi tujuan dari perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan (*Stakeholder*). Kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para *stakeholder*, dan setiap perusahaan harus memiliki *stakeholder* yang berbeda – beda (Fernandez Feijoo *et al.*, 2012). Teori *Stakeholder* adalah bagian dari konsep manajemen strategi yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan hubungan bisnis dengan pihak eksternal dan mengembangkan keunggulan yang kompetitif.

Teori *Stakeholder* yang dikembangkan oleh Freeman (1984), menjelaskan bahwa untuk menilai adanya hubungan antara perusahaan dan kelompok yang berbeda selain pemegang saham, bahwa para pemangku kepentingan dapat atau hampir selalu mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan. Carroll (1991) dalam Hamudiana dan Achmad (2017), menyatakan bahwa ada kaitan alami antara tanggung jawab sosial perusahaan dan *Stakeholder* perusahaan. Akibat dari eratnya kaitan antara laporan keberlanjutan dengan kekuatan atau komitmen dari *stakeholder* dalam suatu industri (Hamudiana dan Achmad, 2017). *Stakeholder* pada dasarnya memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan mengendalikan

pemakaian sumber ekonomi perusahaan. Besarnya *power stakeholder* dipengaruhi oleh proporsi besar kecilnya *power* yang mereka miliki atas sumber ekonomi tersebut. Power tersebut berupa kemampuan *stakeholder* untuk membatasi penggunaan sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), kemampuan mengendalikan perusahaan, akses media yang berpengaruh serta kemampuan mempengaruhi konsumsi barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Hal ini berarti bahwa *stakeholder* dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya, perusahaan harus dapat merangkul kepentingan para *stakeholder*. Oleh karena itu, perusahaan penting mengetahui berbagai kepentingan *stakeholder* untuk kemudian menyediakan informasi – informasi relevan terkait aktivitas perusahaan.

Dari penjelasan diatas bahwa teori *Stakeholder* memiliki hubungan dengan transparansi laporan keberlanjutan, karena *Stakeholder* memiliki peran dalam perusahaan tersebut. Dan teori *stakeholder* juga sudah menyebutkan beberapa hal yang berkaitan dengan alasan-alasan mengapa perusahaan perlu atau harus memperhatikan *stakeholders*.

## **2.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan sebagai dasar untuk menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan yang menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi (Chariri, 2007). Landasan teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi yang berada di lingkungan sekitar perusahaan (Chariri, 2007). Chariri dan Ghazali (2007) menjelaskan bahwa kegiatan dari perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga pengungkapan sosial dan lingkungan adalah suatu alat yang dipergunakan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan, serta sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan

berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan baik dalam pengaruh yang baik atau pengaruh yang buruk.

Teori legitimasi biasa digunakan untuk menjelaskan motivasi pengungkapan lingkungan secara sukarela oleh organisasi (Pellegrino dan Lodhia, 2012). Teori ini menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas disekitar perusahaan tersebut, dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan akan semakin berusaha untuk memastikan bahwa mereka akan beroperasi dalam batas-batas dan norma-norma yang ada didalam masyarakat. Hal ini disebabkan karena, pengaruh dari masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, maka perusahaan akan cenderung menggugun kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan dan melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Gray *et al.*, 1995 dalam Ayub, 2018). Teori ini menyarankan kepada perusahaan untu dapat yakin bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan yang menggunakan laporan keberlanjutan untuk menggambarkan aspek tidak hanya ekonomi, namun juga lingkungan dan sosial. Sehingga informasi yang diharapkan dapat diterima oleh masyarakat, dengan adanya penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hingga akhirnya dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi.

Teori legitimasi merupakan teori yang berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini, mendorong masyarakat untuk dapat meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas dari perusahaan yang dilakukan dapat masuk kedalam bingkai masyarakat atau sekitar lingkungan masyarakat (Junita & Memed 2015, Kusumastuti, 2017 dalam Anggreliia, 2018). Gray, dkk.,(1995) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Hal ini disebabkan oleh pengaruh

masyarakat dalam menentukan alokasi sumber dana keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat (Kusumawati, 2017). Dengan demikian, pengungkapan informasi laporan keberlanjutan merupakan investasi jangka panjang, dan memiliki manfaat dalam meningkatkan *image* atau citra perusahaan dan legitimasi untuk perusahaan. Perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa pemangku kepentingan menganggap aktivitas mereka sebagai legitimasi (Ayub, 2018). Legitimasi dari masyarakat merupakan salah satu sumber daya operasional yang sangat penting bagi perusahaan.

## **2.3 Laporan Keberlanjutan**

### **2.3.1 Definisi Laporan Keberlanjutan**

*Global Reporting Initiative* (GRI) adalah Suatu organisasi Internasional yang memiliki kegiatan utamanya ditekankan pada pencapaian transparansi dan pelaporan dalam suatu perusahaan melalui pengembangan standar dan pedoman pengungkapan laporan keberlanjutan. *Global Reporting Initiative* (2013) mendefinisikan Laporan Keberlanjutan adalah laporan yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi tentang dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari – hari perusahaan (GRI, 2013). Laporan keberlanjutan merupakan salah satu media untuk mendeskripsikan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial, seperti konsep *triple bottom line* dan pelaporan *corporate social responsibility*. Laporan Keberlanjutan juga menyajikan nilai – nilai organisasi dan model tata kelola dan menunjukkan hubungan antara strategi dan komitmennya untuk ekonomi global yang berkelanjutan. Menurut Elkington (1997), Laporan keberlanjutan merupakan laporan yang tidak hanya memuat kinerja keuangan tapi juga informasi *non financial* yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan dapat bertumbuh secara berkesinambungan (Adhipradana dan Daljono, 2013).

*Global Reporting Initiative* menjelaskan bahwa pelaporan keberlanjutan akan membantu organisasi untuk menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan dalam rangka membuat operasi mereka lebih berkelanjutan. Sebuah laporan keberlanjutan menyampaikan pengungkapan tentang dampak organisasi baik itu positif atau negatif terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Dalam upaya mewujudkannya, pelaporan keberlanjutan membuat yang abstrak menjadi nyata dan konkret, sehingga membantu dalam pemahaman dan pengelolaan dampak dari pengembangan keberlanjutan terhadap kegiatan dan strategi organisasi. Sampai saat ini organisasi masih aktif untuk mengeluarkan panduan atau standar terkait dengan kerangka kerja laporan berkelanjutan adalah *Global Reporting Initiative (GRI)*. Pelaporan laporan keberlanjutan memiliki standar yang dapat menunjukkan keseluruhan dari kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Laporan keberlanjutan juga merupakan laporan yang berdiri sendiri, meskipun masih banyak penerapan laporan keberlanjutan yang diungkapkan bersamaan dengan laporan tahunan suatu perusahaan (Gunawan, 2010). Laporan keberlanjutan merupakan praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Laporan keberlanjutan ini merupakan sumbangsi perusahaan kepada masyarakat yang dilihat dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang akan menggambarkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat mengenai aspek-aspek yang dilaporkannya dan dapat berguna juga untuk para *stakeholders* dalam mengambil sebuah keputusan (Suryani., *et al*, 2019). Banyaknya permintaan masyarakat terhadap perusahaan untuk melaporkan pengungkapan dalam laporan keberlanjutan yang lebih transparan serta meningkatkan tekanan bagi perusahaan untuk mengumpulkan, mengendalikan, dan mempublikasikan tentang informasi *sustainability* yang mereka miliki maka hasilnya laporan keberlanjutan akan menjadi strategi komunikasi dan kunci bagi para manajer dalam menyampaikan aktivitasnya (Falk, 2007).

Laporan keberlanjutan merupakan pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan yang bersifat *voluntary* atau sukarela, karena sifatnya *voluntary* maka tidak semua perusahaan melaporkan laporan keberlanjutannya. Laporan keberlanjutan merupakan hasil pelaporan dari perusahaan kepada masyarakat yang dilihat dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan yang menggambarkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat mengenai aspek-aspek yang dilaporkannya dan sekaligus menjembatani kebutuhan para pemangku kepentingan *stakeholder* dalam rangka pengambilan keputusan (Hasanah et al., 2015). Laporan keberlanjutan merupakan bukti bahwa telah adanya perjanjian dari pihak perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang dapat dinilai hasilnya oleh para pihak yang membutuhkan informasi mengenai sosial dan lingkungannya. Selain itu, laporan keberlanjutan menjadi salah satu alat atau instrumen yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan ataupun pemerintah atau *stakeholders* sebagai salah satu upaya penerapan pendidikan yang berkelanjutan (Hanindito, 2014 dalam Anggreli, 2018).

Dalam *GRI Standards* 2016 ada dua jenis pengungkapan standar, yaitu pengungkapan umum dan pengungkapan khusus. Pengungkapan umum mencakup strategi dan analisis perusahaan, profil perusahaan, identifikasi aspek material bagi perusahaan, hubungan dengan pemangku kepentingan, profil laporan, dan tata kelola perusahaan. Sedangkan dalam pengungkapan khusus mencakup pengungkapan kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Saat ini, GRI mengeluarkan standar baru yaitu GRI-G4, standar ini menyiapkan kerangka kerja yang lebih komprehensif dan relevan terhadap pengungkapan aktivitas CSR di perusahaan dan tidak hanya itu GRI-G4 juga memiliki acuan untuk menyusun pengungkapan dengan format yang memudahkan perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan baik itu perusahaan yang baru menyusun laporan atau perusahaan yang sudah memiliki pengalaman dalam penyusunan laporan keberlanjutan. Standar GRI-G4 memiliki acuan 91 indikator yang dibagi menjadi tiga komponen utama yaitu:

1. Ekonomi

Pada dimensi ini, menekankan pada dampak perusahaan terhadap pengaruh kepentingan kondisi ekonomi dari pemangku kepentingan. Tidak hanya itu komponen ini juga menunjukkan aliran modal diantara pemangku kepentingan yang berbeda dan dampak ekonomi perusahaan yang akan terjadi pada masyarakat sekitar.

2. Lingkungan

Dimensi Lingkungan menekankan pada perhatian dari dampak organisasi terhadap lingkungan seperti dampak yang berkaitan dengan energi dan air (*input*) dan dampak yang terkait dengan emisi dan limbah (*output*) yang mencakup keanekaragaman hayati.

3. Sosial

Dimensi Sosial memiliki perhatian pada dampak organisasi pada sistem sosial yang berbeda.

- a. Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja

Indikator praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja meliputi lapangan pekerjaan, kondisi pekerja (jumlah, komposisi gender, pekerja penuh waktu dan paruh waktu), relasi buruh dengan manajemen, keselamatan dan kesehatan kerja, pelatihan, pendidikan, pengembangan karyawan, serta keberagaman dan peluang.

- b. Hak Asasi Manusia

Indikator kinerja hak asasi manusia menentukan bahwa organisasi harus selalu memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya dengan memperhatikan asas kesetaraan yang meliputi praktik investasi dan pengadaan, praktik manajemen, penerapan prinsip nondiskriminasi, kebebasan mengikuti perkumpulan, tenaga kerja anak, pemaksaan untuk bekerja, praktik disiplin, praktik pengamanan, dan hak-hak masyarakat adat.

- c. Masyarakat

Indikator kinerja masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beroperasi, dan reaksi dari

institusi sosial kaitannya dengan kepedulian dan pengelolaan isu - isu seperti komunitas, korupsi, kebijakan publik, serta perilaku anti kompetitif seperti anti-trust dan monopoli.

d. Tanggung jawab atas Produk

Indikator kinerja tanggung jawab atas produk mencakup aspek seperti kesehatan keselamatan dari pengguna produk dan pelanggan pada umumnya, produk dan jasa, komunikasi untuk pemasaran, serta *customer privacy*

### **2.3.2 Prinsip Pelaporan Laporan Keberlanjutan**

Laporan keberlanjutan memiliki prinsip-prinsip untuk dapat dapat mencapai transparansi dalam laporan, oleh karena itu perlu diterapkan disemua organisasi untuk menyusun laporan keberlanjutan. Prinsip tersebut dibagi menjadi dua prinsip yaitu:

1. Prinsip-prinsip untuk menentukan konten laporan

Prinsip-prinsip untuk menentukan konten laporan menjelaskan proses yang harus diterapkan untuk mengidentifikasi konten laporan apa yang harus dibahas dengan mempertimbangkan aktivitas, dampak, dan harapan serta kepentingan yang substantif dari para pemangku kepentingannya.

2. Prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas laporan

Prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas laporan memberikan arahan berupa pilihan-pilihan untuk memastikan kualitas informasi dalam laporan keberlanjutan, termasuk penyajiannya yang tepat.

*Global Reporting Initiative (GRI)* menetapkan prinsip-prinsip penyusunan laporan keberlanjutan. Prinsip-prinsip tersebut digunakan untuk menghasilkan informasi yang terdapat di dalam laporan keberlanjutan lebih berkualitas dan layak untuk dinilai oleh para stakeholder.

Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

1. Keseimbangan

Laporan keberlanjutan sebaiknya menyajikan aspek positif dan negatif dari kinerja suatu perusahaan untuk dapat menilai secara keseluruhan kinerja dari perusahaan tersebut. Selain itu laporan keberlanjutan harus menyajikan gambaran yang tidak bias terhadap kinerja perusahaan.

2. Dapat Dibandingkan

Laporan keberlanjutan berisi isu-isu dan informasi yang ada sebaiknya dipilih, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten. Informasi tersebut harus disajikan yang memungkinkan para *stakeholder* untuk menganalisis perubahan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu.

3. Kecermatan

Laporan keberlanjutan berisi informasi yang cukup cermat dan detail sehingga memungkinkan para *stakeholder* untuk menilai kinerja perusahaan.

4. Ketepatan Waktu

Laporan keberlanjutan dijadwalkan secara reguler serta tersedia tepat waktu ketika dibutuhkan para *stakeholder* dalam pengambilan keputusan.

5. Kejelasan

Laporan keberlanjutan harus disediakan dalam cara yang dapat dimengerti dan diakses oleh para *stakeholder* yang menggunakan laporan.

6. Keterandalan

Informasi dan proses yang digunakan dalam penyiapan Laporan keberlanjutan harus dikumpulkan, direkam, dikompilasi, dianalisis, dan diungkapkan dalam sebuah cara yang dapat diuji dan dapat membentuk kualitas dan materialitas dari laporan.

## **2.4 Transparansi Laporan Berkelanjutan**

Transparansi merupakan keterbukaan (*openness*) dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan pengolahan sumber daya publik kepada pihak-pihak yang membutuhkan sebuah informasi. Entitas atau pemerintah memiliki

kewajiban untuk memberikan informasi keuangan dan informasi lainnya yang akan digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengambilan sebuah keputusan (Mardiasmo, 2004 dalam Chrystiana, 2017). Menurut Annisanigrum (2010) transparansi berarti memberikan informasi secara jujur dan terbuka kepada masyarakat. Informasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban sumber daya publik. Penerapan asas transparansi tersebut memberikan kesempatan bahwa masyarakat dapat mengetahui secara terbuka, jujur dan benar (Auditya *et al.*, 2013).

Transparansi juga menurut KNKG merupakan keadaan dimana perusahaan harus menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, serta menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah untuk diakses dan dipahami oleh *stakeholder* (Rakhmat, 2013). Fernandes-Feijoo *et al.*, (2013) menjelaskan bahwa transparansi merupakan kualitas dari komunikasi pertanggungjawaban sosial yang meningkatkan hubungan antara investor dan perusahaan. Laporan keberlanjutan dalam laporan perusahaan merupakan alat komunikasi perusahaan yang digunakan untuk mengungkapkan transparansi, dalam transparansi laporan keberlanjutan akan membantu para *stakeholders* untuk dapat memahami laporan diluar laporan keuangan.

Setiap organisasi yang berhubungan dengan publik atau masyarakat, diperlukan adanya keterbukaan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat sebagai bentuk pengawasan masyarakat terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dalam kerangka kebebasan pers dan upaya menciptakan masyarakat informasi yang memiliki hak dalam mengawasi jalannya pemerintahan, maka dikeluarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). Melalui Undang-Undang tersebut berbagai masalah transparansi informasi, khususnya yang terkait ataupun dikuasai oleh badan-badan publik harus dibuka untuk masyarakat sebagai pemohon atau pengguna informasi publik. Adapun dalam UUD 1945 Pasal 28 F, menyebutkan bahwa setiap orang berhak untuk

berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Transparansi merupakan salah satu karakteristik dari *Good Governance*. Transparansi dibangun atas dasar kebebasan memperoleh informasi yang berlaku dengan kepentingan publik secara langsung dapat diperoleh mereka yang membutuhkan. Menurut Standar Akuntansi Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005, transparansi adalah memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggung jawaban pemerintah dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayanya dan ketaatannya pada peraturan perundang-undangan. Pendapat lain mengatakan transparansi adalah keterbukaan informasi baik dalam pengambilan keputusan maupun pengungkapan informasi yang material yang relevan dengan perusahaan. Transparansi dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu adanya kebijakan terbuka terhadap pengawasan, adanya akses informasi sehingga masyarakat dapat menjangkau setiap segi kebijakan pemerintah, dan berlakunya prinsip *check and balance* (antar lembaga eksekutif dan legislatif). Tujuan dari transparansi adalah membangun rasa saling percaya antara pemerintah dengan publik di mana pemerintah harus memberikan informasi akurat bagi publik yang membutuhkan. Menurut Mardiasmo dalam Muhammad Rizqi Syahri Romdhon indikator dari transparansi adalah:

1. Terdapat pengumuman kebijakan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan dan aset.
2. Tersedia laporan mengenai pendapatan, pengelolaan keuangan, dan aset yang mudah diakses.
3. Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu.
4. Tersedia sarana untuk suara dan usulan rakyat.
5. Terdapat sistem pemberian informasi pada publik.

Jika dilihat dari definisi dan kriteria, tidak ada kriteria yang jelas mengenai seperti apa bentuk laporan keuangan itu sehingga sebuah laporan keuangan dapat disebut sebagai laporan keuangan yang transparan. Definisi dan kriteria tersebut hanya mencakup transparansi dalam pengelolaan keuangan, bukan laporan keuangan. Laporan keuangan memang merupakan salah satu hasil dari transparansi dan akuntabilitas keuangan publik. Hal ini berarti laporan keuangan yang disusun pun harus memenuhi syarat transparansi. Kriteria dari transparansi ini adalah adanya pertanggungjawaban terbuka, adanya aksesibilitas terhadap laporan keuangan serta adanya publikasi laporan keuangan, hak untuk tahu hasil audit dan ketersediaan informasi kinerja. *Laporan keberlanjutan* atau laporan keberlanjutan merupakan praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan (Aziz, 2014).

Dari beberapa pengertian transparansi dan laporan keberlanjutan di atas, maka ditarik kesimpulan bahwa transparansi laporan keberlanjutan merupakan keterbukaan dalam memberikan sebuah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan keberlanjutan secara jujur dan benar, sehingga informasi tersebut dapat dipergunakan para *stakeholder* atau pemangku kepentingan untuk pengambilan sebuah keputusan. Dengan adanya transparansi dalam laporan keberlanjutan maka dapat melihat kualitas dari pelaporan informasi tersebut.

## **2.5 Tekanan *Stakeholder***

*Stakeholder* atau pemangku kepentingan adalah individu atau kelompok yang berada diluar perusahaan atau dikatakan pihak eksternal. *Stakeholder* adalah bagian terpenting dalam suatu bisnis, jika *stakeholders* tidak ada maka suatu perusahaan tidak dapat mengoperasikan kegiatan usahanya. Laporan keberlanjutan bersifat sukarela, maka tidak semua perusahaan akan melaporkan laporan keberlanjutannya. Oleh karena itu, dapat diperkirakan bahwa adanya faktor-faktor yang mendorong suatu perusahaan sehingga mempublikasikan laporan keberlanjutannya atau *laporan keberlanjutan* dalam hal ini faktor yang dimaksudkan yaitu tekanan dari para pemangku kepentingan atau *stakeholder*

(Hamudiana dan Achmad, 2017). Dalam tekanan *stakeholder* terbagi menjadi beberapa indikator industry yaitu:

### **2.5.1 Industri Sensitif Lingkungan**

Menurut De Villiers & Van Staden dalam De Klerk *et al.*, 2015 perusahaan-perusahaan yang beroperasi pada industri sensitif terhadap lingkungan mempunyai resiko yang meningkat dan dihubungkan dengan potensi litigasi serta beban lingkungan di masa depan juga menimbulkan tingkat publikasi lingkungan dan kepedulian publik yang lebih tinggi. Perusahaan yang berada dalam industri sensitif lingkungan memiliki resiko yang lebih tinggi sehingga investor memiliki kekhawatiran yang lebih terhadap dampak arus kas yang negatif dari perhatian terhadap lingkungan dan sosial, selain itu perusahaan pada industri sensitif lingkungan memiliki resiko tinggi dengan potensi hukum dan kewajiban lingkungan dimasa depan dan urusan publik (Notohadmodjo & Muid, 2018).

Perusahaan dalam industri sensitif lingkungan seperti bahan kimia, konstruksi, perkebunan, transportasi, pertambangan, dan sumber daya, minyak bumi, serta produk industri yang memiliki lebih banyak tekanan dari *stakeholders* untuk mengungkapkan informasi lingkungan daripada di industri yang kurang sensitif contohnya, produk perbankan dan konsumen (Mokhtar & Sulaiman, 2012). Deegan dan Gordon (1996) dalam Mokhtar & Sulaiman (2012), menjelaskan bahwa perusahaan yang berada pada industri sensitif lingkungan akan cenderung lebih mengungkapkan informasi lingkungan perusahaan dalam laporan tahunannya dibandingkan dengan perusahaan di industri yang kurang sensitif terhadap lingkungan.

Praktik lingkungan mengacu pada konsumsi sumber daya alam dan pelepasan emisi, keduanya harus dibawah tingkat yang menjamin kesehatan ekosistem-sistem. Dengan seperti itu, praktik lingkungan yang berkaitan dengan pengurangan degradasi lingkungan melalui sumber daya, didalamnya termasuk energi serta pengelolaan limbah keberlanjutan. Pelaporan mengenai praktik

lingkungan berfokus pada *eco-control*, akuntansi biaya lingkungan serta analisis siklus hidup. Indikator potensial dari kinerja lingkungan yaitu emisi udara, keanekaragaman hayati, penggunaan energy, kebisinganm penipisan sumber daya, limbah padat, transportasi serta penggunaan dan pembuangan air.

Menurut teori legitimasi, perusahaan yang sensitif terhadap lingkungan cenderung mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial dengan lebih berkualitas untuk melegitimasi operasional perusahaan. Hal ini tidak luput dari tekanan dari kelompok pecinta lingkungan dan masyarakat pada umumnya. Masyarakat dan kelompok pecinta lingkungan menuntut perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang telah perusahaan rusak akibat kegiatan operasionalnya. Untuk memenuhi tuntutan tersebut, perusahaan berusaha melakukan tanggungjawab sosial dan mengungkapkannya dengan lebih transparan. Hal ini disebabkan karena semakin sensitif industri terhadap lingkungan, pemegang saham semakin peka terhadap informasi lingkungan, maka semakin signifikan laporan tentang lingkungan perusahaan tersebut (Abdullah, dan Fatima, 2014; Astrid, 2017).

Perusahaan mengklasifikasikan industri sensitif lingkungan (ESI) kedalam dua kategori yaitu industri sensitif lingkungan dengan *high profile* dan industri yang tidak sensitif dalam lingkungan dengan *low profile* (Yusoff *et al.*, 2018). Roberts (1992) dalam Yusoff *et al.*, (2018) mendefinisikan industri *high profile* sebagai industri yang memiliki potensi dampak lingkungan yang tinggi, cenderung tidak akan mempublikasikan informai terkait dengan tanggung jawab sosial yang lebih transparan. Menurut Novita Indrawati (2009), perusahaan-perusahaan *high-profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas.

### **2.5.2 Industri Dekat Konsumen**

Perusahaan yang dekat dengan konsumen cenderung akan menghasilkan laporan keberlanjutan yang transparan yang tinggi karena memperhatikan keinginan

dengan konsumen. Perusahaan dianggap memperoleh tekanan sosial untuk bertindak baik dan menyediakan berbagai informasi terkait dengan tanggung jawab sosial. Dan perusahaan yang memiliki kedekatan akan memiliki citra yang baik yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Menurut Dewi (2013:1), konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan para pembelian seorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang.

Perusahaan yang memiliki kedekatan akan memiliki citra yang baik yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Penemuan Gamerschlag et al. (2011), perusahaan yang termasuk ke dalam industri konsumen (*consumer industry*) dan industri penyedia energi (*energy supplying industries*) mengungkapkan isu CSR secara lebih. Hasil penelitian Fernandez- Feijoo et al., (2012) juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen yang tinggi mungkin mencoba untuk menaikkan brand image dengan meningkatkan transparansi laporannya.

Perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen akhir cenderung lebih diperhatikan konsumen. Perusahaan yang memproduksi barang yang dikonsumsi oleh konsumen akhir cenderung lebih diperhatikan daripada perusahaan yang memproduksi barang produksi (Astrid, 2017). Hal ini menyebabkan perusahaan harus memperhatikan tindakannya dan beroperasi sesuai dengan keinginan konsumen. Saat ini, konsumen telah diinformasikan dengan lebih transparan mengenai dampak produk konsumsi terhadap lingkungan sehingga mereka lebih peduli terhadap lingkungan. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen akhir mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Saka dan Noda, 2013; Darus, Mad, dan Yusoff, 2014; Astrid, 2017). Perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen yang tinggi mungkin mencoba untuk

menaikkan brand image dengan meningkatkan transparansi laporannya (Fernandez- Feijoo et al. , 2012).

### **2.5.3 Industri Berorientasi Investor**

Pelaporan CSR adalah bentuk akuntabilitas yang memuat informasi penting bagi investor dan calon investor dalam berinvestasi. Anderson *et al.*, (2003) menyatakan bahwa mayoritas pemegang saham mempunyai minat terhadap kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan pentingnya mengelola reputasi mereka, yang berkaitan erat dengan reputasi perusahaan. Jadi khusus pemegang saham yang dominan akan lebih memaksimalkan tindakan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Dan para pemegang saham juga akan menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan atas tindakan ekonomi, sosial dan lingkungan untuk meningkatkan citra perusahaan di pasar. Jadi semakin tinggi tekanan dari investor akan meningkatkan transparansi laporan keberlanjutan yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam dunia keuangan, investor adalah orang perorangan atau lembaga baik domestik atau non domestik yang melakukan suatu investasi (bentuk penanaman modal sesuai dengan jenis investasi yang dipilihnya) baik dalam jangka pendek atau jangka panjang.

Investor juga digunakan untuk menyebutkan seseorang yang melakukan pembelian properti, mata uang, komoditi, derivatif, saham perusahaan, ataupun aset lainnya dengan suatu tujuan untuk memperoleh keuntungan dan bukan merupakan profesinya serta hanya untuk suatu jangka pendek saja. Para pemegang saham juga akan menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan atas tindakan ekonomi, sosial dan lingkungan untuk meningkatkan citra perusahaan di pasar. Jadi semakin tinggi tekanan dari investor akan meningkatkan pengaruh transparansi laporan keberlanjutan yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal itu sesuai dengan penelitian dari Fernandez-Feijoo et al., (2012) yaitu ada kenaikan tingkat kepercayaan investor dengan meningkatkan transparansi pelaporan keberlanjutan.

Perusahaan dengan tingkat penyebaran kepemilikan saham yang rendah cenderung memiliki laporan tanggung jawab sosial yang lebih buruk daripada perusahaan dengan tingkat penyebaran kepemilikan saham yang tinggi. Hal ini disebabkan karena perusahaan dengan tingkat penyebaran kepemilikan saham yang rendah memberikan tekanan yang lebih ringan terhadap perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya karena terkonsentrasinya jumlah pemegang saham dan pemegang saham yang sedikit tersebut mendapat informasi yang lebih menyeluruh. (Arum, 2017; Astrid, 2017). Sjafjell (2016) menambahkan bahwa persyaratan di beberapa negara melarang pemegang saham mayoritas untuk bertindak dengan cara yang dapat merugikan kepentingan perusahaan secara keseluruhan, terutama keberlanjutan perusahaan. Selain itu, pemegang saham dapat memberikan tekanan yang lebih tinggi dengan terus mengawasi keberlanjutan perusahaan dengan tingkat konsentrasi kepemilikan yang tinggi.

#### **2.5.4 Industri Berorientasi Pekerja**

Perusahaan dalam hal ini juga bertujuan untuk menambah nilai komunitas lokal serta membantu menjaga komunitas yang stabil dan kualitas hidup mereka di bawah payung hak asasi manusia. Selain *citizenship*, filantropi perusahaan, kemitraan sosial, dan sponsor sosial, dalam hal ini berfokus pada pengembangan sumber daya manusia sendiri. Seperti program pelatihan karyawan, manajemen perbaikan, program magang, tunjangan model waktu kerja yang lebih fleksibel, program kesehatan dan pencegahan, desain tempat kerja yang fleksibel, program kualifikasi untuk pekerja yang kembali, program minoritas, dan perawatan anak di tempat kerja. Hal lain yang termasuk juga keterlibatan pemangku kepentingan dan kepuasan pelanggan. Karena Keberlangsungan dan kesuksesan dalam suatu organisasi sangat tergantung dengan para pihak-pihak yang terkait yaitu *stakeholder*. Pada saat krisis menyerang perusahaan/organisasi, pengelolah hubungan dengan para *stakeholder* memegang peranan sangat penting. Kesalahan dalam mengelolah hubungan dengan *stakeholder* pada saat krisis akan berakibat buruk pada suatu perusahaan/organisasi.

Karyawan dan calon karyawan memperhatikan apakah perusahaan tempat seseorang bekerja merupakan perusahaan yang bertanggung jawab sosial atau tidak. Karyawan-karyawan yang berkualitas telah mengerti akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Aset paling berharga untuk perusahaan bukan lagi aset yang dapat diukur dan dapat dilihat tapi aset yang tidak dapat diukur, yaitu *intellectual capital* atau sumber daya manusia. Kehilangan karyawan berkualitas menyebabkan perusahaan dapat terguncang operasionalnya (Alfaiz, 2019). Untuk menghindari hal tersebut, perusahaan harus melakukan tuntutan karyawan untuk melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan. Sun dan Yu (2015), Betts, Wiengarten, dan Tadisina (2015), menemukan bahwa perusahaan dalam perusahaan yang bertanggung jawab sosial bekerja dengan lebih baik daripada yang bekerja di tempat yang tidak bertanggung jawab sosial.

Pekerja merupakan *Stakeholder* yang sangat penting, artinya mereka mempunyai kekuatan yang signifikan dan legitimasi yang dapat mempengaruhi perusahaan (Greenwood, 2007). Huang and Kung (2010) menilai bahwa berkenaan dengan pengungkapan lingkungan, pekerja pada perusahaan besar secara umum lebih terorganisasi dan pendapat mereka cenderung lebih dipertimbangkan pada tingkat manajerial. Huang and kung (2010) juga menegaskan, semakin banyak jumlah pekerja, semakin tinggi tingkat transparansi yang akan mereka minta.

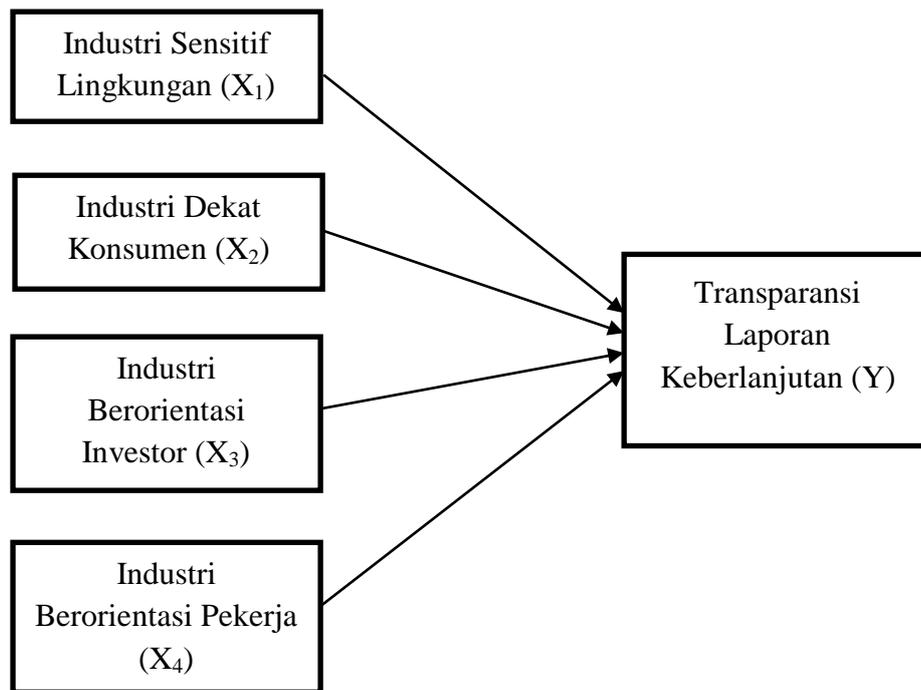
## 2.6 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arum Hamudia dan Tarmizi Achmad (2017)	Pengaruh Tekanan <i>Stakeholder</i> Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan Perusahaan Di Indonesia	- Tekanan <i>Stakeholder</i> (X) diprosikan dengan: 1. Industri sensitif lingkungan. 2. Industri Dekat Konsumen. 3. Industri berorientasi investor. 4. Industri berorientasi pekerja.	- Industri sensitif lingkungan dan Industri dekat konsumen berpengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan. - Industri berorientasi investor

			- Transparansi Laporan Keberlanjutan (Y).	dan Industri berorientasi Pekerja tidak terdapat pengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.
2	Elis Purwanti (2018)	Pengaruh Tekanan Pemangku Kepentingan Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan	- Tekanan Pemangku Kepentingan diprosikan dengan: 1. Industri sensitif lingkungan. 2. Industri berorientasi investor. - Transparansi Laporan Keberlanjutan (Y)	Tekanan pemangku kepentingan berpengaruh signifikan terhadap Transparansi laporan keberlanjutan
3	Fernandez-Feijoo. B , Romero. S, dan Ruiz. S (2012)	<i>“Effect of Stakeholders Pressure on Transparency of Sustainability Reporting Within the GRI Framework”</i> .	- <i>Stakeholders Pressure</i> diprosikan dengan: 1. Industri sensitif lingkungan. 2. Industri Dekat Konsumen. 3. Industri berorientasi investor. 4. Industri berorientasi pekerja. - <i>Transparency of Sustainability Reporting</i> (Y)	- Industri sensitif lingkungan berpengaruh negatif terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan - Industri dekat konsumen berpengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.  - Industri berorientasi investor dan Industri berorientasi Pekerja berpengaruh positif terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.
4	Frank Verberten (2010)	<i>“Determinants of Voluntary CSR Disclosure: Empirical Evidence from Germany”</i>	- Pemangku Kepentingan (X <sub>1</sub> ) - Pengungkapan CSR (Y)	- Pemangku kepentingan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan untuk menggambarkan bagaimana teori berhubungan dengan beberapa faktor yang telah ditentukan dan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah.



### Keterangan:

ISL (X<sub>1</sub>) = Industri Sensitif Lingkungan

IDK (X<sub>2</sub>) = Industri Dekat Konsumen

IBI (X<sub>3</sub>) = Industri Berorientasi Investor

IBP (X<sub>4</sub>) = Industri Berorientasi Pekerja

TLK (Y) = Transparansi Laporan Keberlanjutan

## 2.8 Bangunan Hipotesis

### 2.8.1 Industri Sensitif Lingkungan Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan

*Stakeholder* merupakan bagian penting dari perusahaan, suatu perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa adanya stakeholder. Kelangsungan hidup perusahaan sangat dipengaruhi oleh para pemangku kepentingan. Faktor-faktor yang

diperkirakan bahwa suatu perusahaan melaporkan keberlanjutannya yaitu akibat dari adanya tekanan dari stakeholder. Perusahaan yang berada dalam industri sensitif lingkungan memiliki resiko yang lebih tinggi sehingga investor memiliki kekhawatiran yang lebih terhadap dampak arus kas yang negatif dari perhatian terhadap lingkungan dan sosial, selain itu perusahaan pada industri sensitif lingkungan memiliki resiko tinggi dengan potensi hukum dan kewajiban lingkungan dimasa depan dan urusan publik (Notohadmodjo & Muid, 2018). Perusahaan dengan tekanan dari lingkungan yang tinggi mendorong perusahaan untuk melaporkan laporan keberlanjutannya secara lebih transparan.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang sensitif terhadap lingkungan cenderung mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial dengan lebih berkualitas untuk melegitimasi operasional perusahaan. Hal ini tidak luput dari tekanan dari kelompok pecinta lingkungan dan masyarakat pada umumnya. Masyarakat dan kelompok pecinta lingkungan menuntut perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang telah perusahaan rusak akibat kegiatan operasionalnya. Untuk memenuhi tuntutan tersebut, perusahaan berusaha melakukan tanggungjawab sosial dan mengungkapkannya dengan lebih transparan. Hal ini disebabkan karena semakin sensitif industri terhadap lingkungan, pemegang saham semakin peka terhadap informasi lingkungan, maka semakin signifikan laporan tentang lingkungan perusahaan tersebut (laporan tanggung jawab sosial) (Abdullah, dan Fatima, 2014; Astrid, 2017). Fernandez-Feijoo e t al. (2012) menyatakan bahwa industri berorientasi investor dan pekerja berpengaruh paling tinggi dan industri sensitif lingkungan berpengaruh paling rendah terhadap transparansi dan pengungkapan *sustainability report*. Sejalan dengan hasil penelitian lainnya, bahwa industri berorientasi investor dan pekerja/karyawan berpengaruh paling tinggi terhadap *transparansi sustainability report*.

Dari penjelasan diatas maka didapatkan hipotesis berikut:

H<sub>1</sub>: Industri Sensitif Lingkungan berpengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.

### **2.8.2 Industri Dekat Konsumen Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan**

Perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen akhir cenderung lebih diperhatikan konsumen. Perusahaan yang memproduksi barang yang dikonsumsi oleh konsumen akhir cenderung lebih diperhatikan daripada perusahaan yang memproduksi barang produksi (Astrid, 2017). Hal ini menyebabkan perusahaan harus memperhatikan tindakannya dan beroperasi sesuai dengan keinginan konsumen. Saat ini, konsumen telah diinformasikan dengan lebih transparan mengenai dampak produk konsumsi terhadap lingkungan sehingga mereka lebih peduli terhadap lingkungan.

Perusahaan dengan kedekatan konsumen yang tinggi cenderung akan menghasilkan laporan keberlanjutan dengan transparansi yang tinggi pula. Perusahaan tersebut dianggap memperoleh tekanan sosial untuk bertindak dengan baik dan menyediakan informasi mengenai tanggung jawab sosial. Perusahaan yang tergolong ke dalam industri dekat konsumen diperkirakan lebih berfokus untuk meningkatkan image perusahaan yang dapat mempengaruhi penjualan, sehingga mereka cenderung lebih mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Tagesson *et al.* (2009) menemukan bahwa industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) mengungkapkan secara lebih informasi mengenai isu etika. Sama halnya dengan penemuan Gamerschlag *et al.* (2011), perusahaan yang termasuk ke dalam industri konsumen (*consumer industry*) dan industri penyedia energi (*energy supplying industries*) mengungkapkan isu CSR secara lebih. Hasil penelitian Fernandez- Feijoo *et al.*, (2012) juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen yang tinggi mungkin mencoba untuk menaikkan brand image dengan meningkatkan transparansi laporannya. Penelitian

menunjukkan bahwa konsumen akhir mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Saka dan Noda, 2013; Darus, Mad, dan Yusoff, 2014; Astrid, 2017). Hasil penelitian Fernandez- Feijoo *et al.*, (2012) juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kedekatan dengan konsumen yang tinggi mungkin mencoba untuk menaikkan brand image dengan meningkatkan transparansi laporannya.

Dari penjelasan diatas maka didapatkan hipotesa berikut:

H<sub>2</sub>: Industri Dekat Konsumen berpengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.

### **2.8.3 Industri Berorientasi Investor Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan**

Pelaporan CSR merupakan suatu bentuk akuntabilitas yang memuat informasi penting bagi investor dan calon investor dalam berinvestasi. Anderson *et al.*, (2003) menyatakan bahwa mayoritas pemegang saham mempunyai minat terhadap kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan pentingnya mengelola reputasi mereka, yang berkaitan erat dengan reputasi perusahaan. Jadi pemegang saham khususnya pemegang saham dominan akan cenderung mengambil keputusan yang dapat memaksimalkan tindakan ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan. Selanjutnya, mereka juga akan menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan atas tindakan ekonomi, sosial, dan lingkungan tersebut untuk meningkatkan reputasi perusahaan di pasar. Jadi, semakin tinggi tekanan dari investor, semakin tinggi pula tingkat transparansi laporan keberlanjutan yang dihasilkan perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Fernandez Feijoo *et al.*, (2012) yakni ada kenaikan tingkat kepercayaan investor dengan meningkatkan transparansi pelaporan keberlanjutan.

Perusahaan dengan tingkat penyebaran kepemilikan saham yang rendah cenderung memiliki laporan tanggung jawab sosial yang lebih buruk daripada perusahaan dengan tingkat penyebaran kepemilikan saham yang tinggi. Hal ini

disebabkan karena perusahaan dengan tingkat penyebaran kepemilikan saham yang rendah memberikan tekanan yang lebih ringan terhadap perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab sosialnya karena terkonsentrasinya jumlah pemegang saham dan pemegang saham yang sedikit tersebut mendapat informasi yang lebih menyeluruh. (Arum, 2017; Astrid, 2017). Sjaafjell (2016) menambahkan bahwa persyaratan di beberapa negara melarang pemegang saham mayoritas untuk bertindak dengan cara yang dapat merugikan kepentingan perusahaan secara keseluruhan, terutama keberlanjutan perusahaan. Selain itu, pemegang saham dapat memberikan tekanan yang lebih tinggi dengan terus mengawasi keberlanjutan perusahaan dengan tingkat konsentrasi kepemilikan yang tinggi.

Dari penjelasan diatas maka didapatkan hipotesis berikut:

H<sub>3</sub>: Industri Berorientasi Investor berpengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.

#### **2.8.4 Industri Berorientasi Pekerja Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan**

Pekerja merupakan *stakeholder* yang sangat penting, artinya mereka mempunyai kekuatan yang signifikan dan legitimasi yang dapat mempengaruhi perusahaan (Greenwood, 2007). Holder Webb *et al.*, (2009) menyatakan bahwa perusahaan farmasi mengungkapkan lebih sering dan lebih intensif dalam kaitannya dengan masyarakat, serta keanekaragaman dan sumber daya manusia. Penemuan tersebut dijelaskan oleh fakta bahwa perusahaan tersebut termasuk ke dalam industri intensif R&D dan *stakeholder* utamanya adalah human capitalnya. Masalah paling relevan pada laporan keberlanjutan perusahaan berhubungan dengan produksi kekayaan intelektual yang berkaitan dengan pekerja (Hamudiana, 2017).

Saat ini, karyawan dan calon karyawan memperhatikan apakah perusahaan tempat bekerja merupakan perusahaan yang bertanggung jawab sosial atau tidak. Karyawan-karyawan yang berkualitas telah mengerti akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Aset paling berharga untuk perusahaan bukan lagi aset

yang dapat diukur dan dapat dilihat tapi aset yang tidak dapat diukur, yaitu *intellectual capital* atau sumber daya manusia. Kehilangan karyawan berkualitas menyebabkan perusahaan dapat terguncang operasionalnya. Untuk menghindari hal tersebut, perusahaan harus melakukan tuntutan karyawan untuk melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan. Sun dan Yu (2015); Betts, Wiengarten, dan Tadisina (2015), menemukan bahwa perusahaan dalam perusahaan yang bertanggung jawab sosial bekerja dengan lebih baik daripada yang bekerja di tempat yang tidak bertanggung jawab sosial.

Huang dan Kung (2010) menilai bahwa berkenaan dengan pengungkapan lingkungan, pekerja pada perusahaan besar secara umum lebih terorganisasi dan pendapat mereka cenderung lebih dipertimbangkan pada tingkat manajerial. Huang dan Kung (2010) juga menegaskan, semakin banyak jumlah pekerja, semakin tinggi tingkat transparansi yang akan mereka minta.

Dari penjelasan diatas maka didapatkan hipotesis berikut:

H<sub>4</sub>: Industri Berorientasi Pekerja berpengaruh terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan.