

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Grand Theory**

##### **2.1.1 Teori Legitimasi**

Legitimasi perusahaan berbanding lurus dengan pemenuhan tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak yang menjadi pendukung legitimasi tersebut, yaitu para pemangku kepentingannya. Artinya, pemenuhan tanggung jawab perusahaan akan meningkatkan legitimasi organisasi dan penghindaran atas tanggung jawab akan mengarah pada penurunan legitimasi organisasi, karena legitimasi keorganisasian mencerminkan suatu status yang dicapai ketika sistem nilai suatu organisasi selaras dengan sistem nilai yang dianut oleh sistem sosial yang lebih besar dimana ia menjadi bagian dari sistem tersebut. Ketika terjadi perbedaan sistem nilai diantara keduanya, baik aktual maupun potensial, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi organisasi tersebut.

Untuk mengokohkan keberadaan legitimasi tersebut, kegiatan operasi perusahaan dibatasi oleh suatu kontrak sosial (*licence to operate*) dimana perusahaan sepakat untuk melakukan sejumlah tindakan yang diharapkan oleh para pemangku kepentingan sebagai balasan atas persetujuan mereka terhadap upaya pencapaian tujuan perusahaan. Kontrak sosial tersebut merupakan kesepakatan yang bersifat implisit dan tidak tertulis antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya. Berdasarkan pertimbangan di atas, perusahaan berusaha mempublikasikan kepatuhannya atas kontrak tersebut melalui pengungkapan *sustainability reporting* (Hasyir, 2016).

Informasi melalui pengungkapan *sustainability reporting* berisi imbalan investasi kepada pemegang saham, pemenuhan komitmen kepada kreditur dan pemasok, pemenuhan kualitas produk kepada konsumen, pemenuhan komitmen pajak kepada pemerintah, pemenuhan kewajiban kepada pegawai, masyarakat sekitar, dan lingkungan hidup, serta pemenuhan kewajiban-kewajiban lainnya. Tujuannya adalah untuk mempertahankan reputasi perusahaan, membina hubungan dengan pelanggan, meraih dan mempertahankan staf yang berbakat, dan untuk tujuan manajemen risiko. Teori legitimasi memperkuat premis teori

pemangku kepentingan tentang pengungkapan *sustainability reporting* yang berperan sebagai media dialog antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya.

### **2.1.2 Teori Stakeholder**

Teori lain yang mendukung penelitian ini adalah teori *stakeholder*. Organisasi atau perusahaan tentunya tidak dapat berdiri sendiri, pasti berhubungan dengan banyak pihak, yang disebut sebagai *stakeholder*. Definisi *stakeholder* adalah semua pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi atau bersifat langsung maupun tidak langsung (Hidayat, 2017).

Menurut (Ghozali dan Chariri, 2007) teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Untuk itu tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi, harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial, baik internal maupun eksternal, karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan para *stakeholder*. Dalam penelitian (Bramono, dalam Nahda dan Harjito, 2011) disebutkan bahwa titik tekan dari teori *stakeholder* terletak pada pengambilan keputusan perusahaan yang mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan dari seluruh pihak yang terkait dengan aktivitas perusahaan.

## **2.2 Sustainability Reporting**

*Sustainability reporting* merupakan laporan yang memuat tidak saja informasi keuangan tapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bertumbuh secara berkesinambungan (Azis, 2014).

*Sustainability Report* menurut GRI merupakan praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) kepada para *stakeholder* baik internal maupun eksternal.

Kemampuan perusahaan dalam mengkomunikasikan kegiatan dan kinerjanya secara efektif kepada *stakeholder* merupakan sebuah kunci untuk keberhasilan, kelangsungan hidup (*going concern*), dan pertumbuhan perusahaan (KPMG, 2008). Selain itu, *sustainability reporting* juga dipercaya mampu meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dan konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan *image*, kepercayaan dan pendapatan (Aditya, 2017).

*Sustainability Reporting* kini menjadi sebuah paradigma baru yang menggantikan paradigma lama dalam bisnis. Awalnya bisnis hanya dibangun dengan paradigma berupa *single P (Profit)* yang dilaporkan dengan laporan keuangan. Saat ini bisnis mulai berfokus dengan 3P atau *Triple Bottom Line* yang dilaporkan pada *Sustainability Report*, yaitu *People (social)*, *Planet (environment)*, dan *Profit (economy)*. Ketiganya menjadi pilar dalam mengukur nilai kesuksesan perusahaan dan harus menjadi bagian dari strategi perusahaan untuk membangun keunggulan bersaing (Aditya, 2017).

Aspek ekonomi dalam *sustainability reporting* memuat mengenai dampak aktivitas perusahaan pada perekonomian *stakeholdernya* serta pada sistem ekonomi dalam lingkup lokal, nasional, maupun global. Indikator pada aspek ekonomi mencerminkan 2 hal yaitu, aliran modal di antara para *stakeholder* dan dampak ekonomi perusahaan pada masyarakat. Kinerja keuangan penting untuk memahami suatu organisasi dan kondisi kelangsungan usahanya. Namun, pada umumnya informasi ekonomi telah tersedia dalam laporan keuangan suatu perusahaan. Hal yang jarang dilaporkan mengenai aspek ekonomi adalah kontribusi perusahaan pada masyarakat maupun sistem ekonomi secara keseluruhan (Aditya, 2017).

### **2.3 Corporate Governance**

Menurut (Hidayah,2008) krisis ekonomi yang terjadi di kawasan Asia Tenggara dan negara lain bukan hanya akibat faktor ekonomi makro tapi juga lemahnya *good corporate governance (GCG)*, seperti: lemahnya hukum, standar akuntansi dan pemeriksaan keuangan yang belum mapan, pasar modal yang masih under-regulated, lemahnya pengawasan komisaris, dan terabaikan hak

minoritas. GCG tidak saja berakibat positif bagi pemegang saham, namun bagi masyarakat luas berupa pertumbuhan ekonomi nasional.

*Corporate Governance* sebagai seperangkat aturan dalam rangka pengendalian perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah bagi *stakeholders* karena dengan adanya *Corporate Governance* akan terbentuk pola kerja manajemen yang transparan, bersih dan profesional. Perusahaan dengan pengelolaan yang baik dan transparan berarti sudah menerapkan implementasi *good corporate governance* (GCG). GCG tidak hanya berfokus memberikan manfaat bagi manajemen dan karyawan perusahaan, melainkan juga bagi *stakeholders*: konsumen, pemasok, pemerintah dan lingkungan masyarakat yang terkait dengan perusahaan tersebut (Putri, 2013).

### **2.3.1 Ukuran Dewan Komisaris**

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pada pasal 108 ayat (5) dijelaskan bahwa bagi perusahaan berbentuk perseroan Terbatas, maka wajib memiliki paling sedikitnya 2 (dua) anggota Dewan Komisaris. Oleh karena itu, jumlah anggota Dewan Komisaris dalam tiap perusahaan berbeda-beda jumlahnya karena harus disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektivitas dalam pengambilan keputusan.

Dewan Komisaris terdiri dari komisaris independen dan komisaris nonindependen. Komisaris independen merupakan komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi, sedangkan komisaris non-independen merupakan komisaris yang terafiliasi. Yang dimaksud dengan terafiliasi adalah pihak yang mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota Direksi dan Dewan Komisaris lain, serta dengan perusahaan itu sendiri. Mantan anggota Direksi dan Dewan Komisaris yang terafiliasi serta karyawan perusahaan, untuk jangka waktu tertentu termasuk dalam kategori terafiliasi (KNKG, 2006).

### 2.3.2 Rapat Dewan Komisaris

Rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi dan koordinasi diantara anggota-anggota dewan komisaris dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas manajemen. Dalam rapat tersebut, akan membahas masalah mengenai arah dan strategi perusahaan, evaluasi kebijakan yang telah diambil atau dilakukan oleh manajemen, dan mengatasi masalah benturan kepentingan (FCGI, 2002).

Semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat diharapkan *monitoring* (pengawasan) yang dilakukan oleh dewan komisaris akan semakin baik. Dengan demikian, pengungkapan informasi sosial perusahaan juga akan semakin luas. Semakin tinggi frekuensi rapat antara dewan komisaris, mengindikasikan semakin seringnya komunikasi dan koordinasi antar anggota sehingga lebih mempermudah untuk mewujudkan *good corporate governance*.

Menurut (Suryono dan Prastiwi, 2011) menguji hubungan antara penerapan *corporate governance* terhadap tingkat pengungkapan informasi. Hasilnya semakin tinggi indeks *corporate governance* yang menerapkan GCG semakin tinggi pula tingkat pengungkapan informasinya. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai alat untuk mencari simpati dari para *stakeholder*-nya. Semakin luasnya pengungkapan berarti semakin dekat perusahaan dengan pencapaian GCG, sehingga semakin kuat pula daya tarik perusahaan bagi para *stakeholder*-nya.

### 2.3.3 Komite Audit

Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris dapat membentuk komite-komite yang dapat membantu pelaksanaan tugasnya. Salah satunya adalah Komite Audit, yang memiliki tugas terpisah dalam membantu Dewan Komisaris untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam memberikan pengawasan secara menyeluruh.

Dalam Pedoman GCG Indonesia (KNKG, 2006) dijelaskan bahwa, Komite Audit bertugas membantu Dewan Komisaris untuk memastikan bahwa:

(i) laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, (ii) struktur pengendalian internal perusahaan dilaksanakan dengan baik, (iii) pelaksanaan audit internal maupun eksternal dilaksanakan sesuai dengan standar audit yang berlaku, dan (iv) tindak lanjut temuan hasil audit dilaksanakan oleh manajemen.

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Said *et.al*, 2009).

#### **2.3.4 Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional menggambarkan tingkat kepemilikan saham oleh institusional dalam perusahaan. Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management* (Putra, 2011).

Sifat *agency problem* secara langsung berhubungan dengan struktur kepemilikan. Struktur kepemilikan yang tersebar tidak akan memberikan insentif kepada pemilik untuk memonitor pengelolaan manajemen. Hal ini disebabkan karena para pemilik menanggung sendiri biaya pengawasan (*monitoring cost*) sehingga semua pemilik akan menikmati manfaat. Investor institusi mempunyai peranan dalam menyediakan mekanisme yang dapat dipercaya terhadap penyajian informasi kepada investor. Peranan ini disebabkan investor institusi merupakan investor yang mempunyai daya pengendali yang lebih baik dibanding investor individual.

Melalui kepemilikan institusional, efektivitas pengelolaan sumber daya perusahaan oleh manajemen dapat diketahui dari informasi yang dihasilkan melalui reaksi pasar atas pengumuman laba. Presentasi saham tertentu yang dimiliki oleh institusi dapat mempengaruhi proses penyusunan laporan keuangan yang tidak menutup kemungkinan terdapat aktualisasi sesuai dengan kepentingan pihak manajemen (Antonius, 2012).

Kepemilikan institusional umumnya bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar

(lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan. Tindakan pengawasan perusahaan oleh pihak investor institusional dapat mendorong manajer untuk lebih memfokuskan perhatiannya terhadap kinerja perusahaan sehingga akan mengurangi perilaku *opportunistic* (Ujiyanto dan Pramuka, 2007).

Menurut (Adriani, 2011) kepemilikan institusional memiliki kelebihan antara lain:

1. Memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi.
2. Memiliki motivasi yang kuat untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

### **2.3.5 Komisaris Independen**

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata mata demi kepentingan perusahaan (Putra, 2011).

Dewan komisaris diartikan sebagai organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melauan pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG. Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peran terhadap aktivitas pengawasan. Dewan komisaris juga bertanggung jawab atas kualitas laporan yang disajikan.

Dewan komisaris merupakan inti dari *corporate governance* yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, pengawasan manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewujudkan terlaksananya akuntabilitas. Dewan komisaris melakukan pengawasan terhadap manajemen untuk memastikan bahwa mereka melakukan segala aktivitas dengan kemampuan

terbaiknya bagi kepentingan perseroan, serta menggagalkan keputusan yang tidak menguntungkan (Antonius, 2012).

Beberapa karakteristik yang harus dimiliki oleh komisaris independen, yaitu:

1. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali (mayoritas).
2. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan direktur dan atau komisaris lainnya yang berhubungan dengan perusahaan yang bersangkutan.
3. Tidak bekerja rangkap sebagai direktur di perusahaan lainnya yang terafiliasi dengan perusahaan yang bersangkutan.
4. Tidak menduduki jabatan eksekutif pada perusahaan dan perusahaan lainnya yang terafiliasi dalam jangka waktu tiga tahun terakhir.
5. Tidak menjadi partner atau prinsipal diperusahaan konsultan yang memberikan jasa pelayanan professional pada perusahaan yang bersangkutan dan perusahaan afiliasinya.
6. Tidak menjadi pemasok dan pelanggan signifikan dari perusahaan yang bersangkutan atau perusahaan afiliasinya.
7. Tidak memiliki hubungan yang mengikat dengan perusahaan yang bersangkutan atau perusahaan afiliasinya, kecuali hanya sebagai komisaris independen.

## **2.4 Karakteristik Perusahaan**

### **2.4.1 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Dengan peningkatan profitabilitas perusahaan maka perusahaan memiliki dana yang lebih untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial. (Nasir, Ilham, dan Utara, 2014).

Rasio ini untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, semakin pula sebaliknya. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh suatu keuntungan (profit). Pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen diperlukan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini (Febrianti, 2016).

Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuannya, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan kas, ekuitas, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Rasio profitabilitas perusahaan bisa diukur melalui beberapa rasio antara lain *Return of Asset* (ROA), *Return of Equity* (ROE) ataupun *Net Profit Margin* (NPM) (Febrianti, 2016). Dalam penelitian ini untuk mewakili profitabilitas perusahaan peneliti akan menggunakan ROA dimana penggunaan ROA dapat menggambarkan efisiensi perusahaan dalam memperoleh *asset* perusahaan. ROA dihitung dengan menggunakan laba bersih dibagi total aktiva.

#### **2.4.2 Likuiditas**

Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam jangka pendek dengan melihat aktiva lancar perusahaan terhadap hutang lancarnya (hutang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan). (Suryono dan Pratiwi, 2011).

Menurut (Kasmir, 2012) rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuid suatu perusahaan. Dengan cara membandingkan seluruh komponen yang ada di aset lancar dengan komponen dikewajiban lancar (hutang jangka pendek). Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio lancar, maka akan semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar berbagai tagihannya, oleh karena itu akan berpengaruh juga terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

Rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancarnya. Untuk dapat memenuhi kewajibannya yang sewaktu-waktu ini, maka perusahaan harus

mempunyai aset-aset lancar yang jumlahnya harus lebih besar dari kewajiban lancarnya (Harahap, 2009). Current ratio merupakan rasio likuiditas dengan bentuk perbandingan antara aset lancar dengan liabilitas lancar, sehingga nilai yang dihasilkan lebih bisa menggambarkan kemampuan perusahaan membayar hutang jangka pendek tanpa harus terpengaruh oleh perbedaan ukuran perusahaan yang terdapat dalam sampel. Selain itu, ratio ini juga melihat kemampuan perusahaan dalam mengelola piutang dan persediaannya untuk membayar hutang jangka pendeknya, sehingga tidak semata-mata terpaku dalam banyaknya kas dan marketable securities yang dimiliki perusahaan tapi melihat kinerja perusahaan dalam mengelola piutang maupun persediaannya. Oleh karena itu, dalam mengukur likuiditas perusahaan dalam penelitian ini menggunakan Current Ratio (CR).

### **2.4.3 Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva (Hasanah *et al*, 2014). Sedangkan ukuran perusahaan dapat juga diartikan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun.

Ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan total aset berpengaruh terhadap luas pengungkapan perusahaan. Total aset perusahaan diperoleh dari laporan posisi keuangan pada akhir periode dalam laporan tahunan perusahaan (maulida, 2014). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan Total aset.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Yunita Ratnasari dan Andri Prastiwi (2010)	pengaruh corporate governance terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam sustainability report	Ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit sebagai variabel independen, ukuran perusahaan(size), leverage, dan profitabilitas sebagai variabel kontrol dan luas pengungkapan CSR dalam	faktor-faktor karakteristik <i>Corporate Governance</i> mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial hanya sebesar 21,3%, sedangkan variabel kontrol leverage berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan sustainability report.

			sustainability report sebagai variabel dependen	
2.	Sufian dan Zahan, (2013)	Ownership Structure and Corporate Social Responsibility Disclosure in Bangladesh	Variabel independen: konsentrasi kepemilikan, kepemilikan asing, kepemilikan pihak luar dan ukuran perusahaan. Variabel dependen: pengungkapan CSR	Konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan asing, kepemilikan pihak luar dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3.	Nasir, A. Ilham, E dan Vadela Irna, (2014)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report	Variabel Independen: Profitabilitas, likuiditas, leverage, aktifitas, ukuran perusahaan, komite audit, dewan direksi dan	Profitabilitas, leverage dan governance comitte berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sustainability report, sedangkan likuiditas, aktifitas, ukuran perusahaan, komite audit dan dewan direksi tidak berpengaruh signifikan

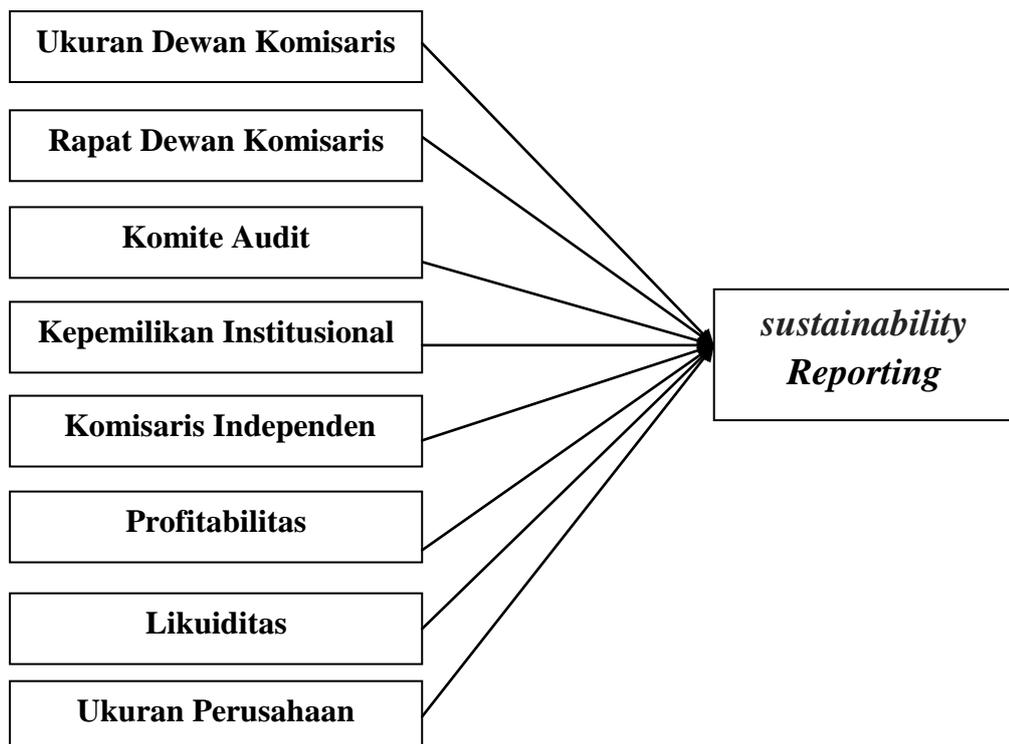
			governance comitte. Variabel dependen: pengungkapan sustainability report.	terhadap pengungkapan sustainability report.
4	Abdul Aziz (2014)	Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Kualitas Pengungkapan Sustainability Report	lain ukuran Dewan Komisaris, proporsi Komisaris Independen, ukuran Komite Audit, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham terkonsentrasi, dan ukuran perusahaan sebagai variabel dependen,	faktor kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan, sedangkan ukuran Dewan Komisaris, proporsi Komisaris Independen, Komite Audit, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham terkonsentrasi, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengungkapan sustainability report.

			dan kualitas pengungkapan sustainability report sebagai variabel dependen.	
--	--	--	--	--

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini, dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



## **2.7 Pembangunan Hipotesis**

### **2.7.1 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap *Sustainability Reporting***

Dewan komisaris merupakan sebuah mekanisme akuntabilitas yang berperan dalam meyakinkan bahwa perusahaan memenuhi kepentingan para *stakeholder*, bukan hanya kepentingan pemegang saham (*shareholders*) (Ratnasari dan Prastiwi, 2010). Untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial.

Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh (Sembiring, 2005). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H1: Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh Signifikan Terhadap *Sustainability Reporting***

### **2.7.2 Pengaruh Rapat Dewan Komisaris Terhadap *Sustainability Reporting***

Rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi dan koordinasi diantara anggota-anggota dewan komisaris dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas manajemen. Dalam rapat tersebut, akan membahas masalah mengenai arah dan strategi perusahaan, evaluasi kebijakan yang telah diambil atau dilakukan oleh manajemen, dan mengatasi masalah benturan kepentingan (Ratnasari dan Prastiwi, 2010). Oleh karena itu, semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat diharapkan *monitoring* (pengawasan) yang dilakukan oleh dewan komisaris akan semakin baik. Dengan demikian, pengungkapan informasi sosial perusahaan juga akan semakin luas.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Waryanto,

2010) yang menemukan bahwa semakin sering dewan komisaris mengadakan rapat, maka fungsi pengawasan semakin efektif sehingga pengungkapan yang dilakukan perusahaan akan semakin luas. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H2: Rapat Dewan Komisaris Berpengaruh Signifikan Terhadap Sustainability Reporting**

### **2.7.3 Pengaruh Komite Audit Terhadap Sustainability Reporting**

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Ratnasari dan Prastiwi, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh (Said *et.al*, 2009) menyatakan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, dengan ukuran komite audit yang semakin besar diharapkan pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan dapat meningkatkan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H3: Komite Audit Berpengaruh Signifikan Terhadap Sustainability Reporting**

### **2.7.4 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Sustainability Reporting**

Kepemilikan institusional merupakan persentase jumlah saham pada akhir periode akuntansi yang dimiliki oleh pihak eksternal, seperti lembaga, perusahaan, asuransi, bank atau institusi lain (Novitaningrum, 2017). Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar akan lebih mampu untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Machmud dan Djakman, 2008).

Menurut (Waryanto, 2010) Investor institusional memiliki *power dan experience* untuk bertanggung jawab dalam menerapkan prinsip *corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham, sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan. Hal ini berarti, dengan kepemilikan institusional yang besar dapat mendorong kualitas informasi dari pengungkapan *Sustainability Reporting* yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya (Novitaningrum, 2017) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap *sustainability reporting*. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4: Kepemilikan Institusional Berpengaruh Signifikan Terhadap *Sustainability Reporting***

#### **2.7.5 Pengaruh Komisaris Independen Terhadap *Sustainability Reporting***

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata mata demi kepentingan perusahaan (Putra, 2011).

Keberadaan Komisaris Independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Karena komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen, mereka cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris dalam dewan dapat mendorong pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas. Dewan komisaris independen memainkan peran penting dalam meningkatkan *image* perusahaan. Oleh karena itu, dewan komisaris independen dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya karena hal tersebut dapat meningkatkan *image* perusahaan dimata masyarakat.

Direktur independen berusaha mempublikasikan aktivitas perusahaan dan memberikan tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan laporan *sustainability* dalam rangka memastikan keselarasan antara keputusan organisasi, tindakan perusahaan dengan nilai-nilai sosial dan legitimasi perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya (Novitaningrum, 2017) menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap sustainability reporting. Berdasarkan uraian diatas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H5: Komisaris Independen Berpengaruh Signifikan Terhadap *Sustainability Reporting***

**2.7.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Sustainability Reporting***

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang baik, sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosial secara luas. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosial (Munif, 2010).

Perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk menginformasikan kepada stakeholder-nya, karena perusahaan mampu menunjukkan kepada mereka bahwa perusahaan dapat memenuhi harapan mereka terutama investor dan kreditor. Akibatnya, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan melalui SR, karena profitabilitas merupakan salah satu indikator kinerja yang harus diungkapkan dalam SR.

Pengungkapan SR ini dilakukan dalam rangka pertanggungjawaban kepada stakeholder untuk mempertahankan dukungan mereka dan juga untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Selain itu pengungkapan SR juga dapat

digunakan sebagai media komunikasi dengan para stakeholder, yang ingin memperoleh keyakinan tentang bagaimana profit dihasilkan perusahaan. Informasi ini terutama penting bagi stakeholder selain investor dan kreditor yang biasanya dimotivasi oleh kepentingan ekonomi atau financial.

Hasil penelitian sebelumnya (Suryaningsih, 2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sustainability reporting. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H6: Profitabilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap *Sustainability Reporting***

**2.7.7 Pengaruh Likuiditas Terhadap *Sustainability Reporting***

Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam jangka pendek dengan melihat aktiva lancar perusahaan terhadap hutang lancarnya (Suryono dan Pratiwi, 2011).

Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi berarti menandakan kemampuan yang besar untuk membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Perusahaan yang dapat dengan segera memenuhi kewajiban keuangannya berarti menandakan memiliki kinerja keuangan yang baik. Hal ini didukung oleh Burton, dkk (2000) dalam (Almilia dan Devi, 2007) yang juga mengatakan tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan yang kuat akan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk meyakinkan para stakeholder-nya. Hasil penelitian sebelumnya (Suryaningsih, 2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sustainability reporting. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H7: Likuiditas Berpengaruh Signifikan Terhadap *Sustainability Reporting***

**2.7.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Sustainability Reporting***

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva (Hasanah *et al*, 2014).

Semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para stakeholder. Dalam kondisi demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi stakeholder dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu semakin besar perusahaan akan semakin berkepentingan untuk mengungkap informasi yang lebih luas.

Pengungkapan yang luas ini dimaksudkan untuk, antara lain: mendidik dan menginformasikan para stakeholder tentang tujuan atau maksud organisasi untuk meningkatkan kinerjanya; mengubah persepsi organisasi, tanpa mengubah kinerja aktual organisasi; mengalihkan atau memanipulasi perhatian dari isu- isu penting ke isu-isu lain yang berhubungan; atau mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja organisasi. Hal-hal tersebut dilakukan dalam rangka menyelaraskan aktivitas perusahaan dengan norma perilaku dalam sistem sosial masyarakat sebagai suatu wujud legitimasi perusahaan (Dowling dan Pfeffer dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Menurut (Rismanda, 2007) mengemukakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan memiliki pengaruh dan aktivitas yang lebih banyak terhadap masyarakat, sehingga akan membuat para pemegang sahamnya untuk lebih memperhatikan laporan- laporan perusahaan dalam menyebarkan informasi aktivitas-aktivitas sosial yang telah diimplementasikan. Oleh karena itu semakin besar perusahaan, semakin memiliki kecenderungan untuk mengungkap informasi lebih banyak, sehingga semakin mungkin untuk melakukan praktik pengungkapan *sustainability reporting*. Hasil penelitian sebelumnya (Suryaningsih, 2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H8: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap *Sustainability Reporting***