

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini persaingan industri dapat berdampak negatif. Keinginan dan kepentingan perusahaan untuk meraih keuntungan yang tinggi dan mengembangkan usahanya dapat menimbulkan kerusakan dan konflik lingkungan. Berdasarkan pada data Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) terdapat 302 konflik lingkungan hidup dan Agraria sepanjang 2017. Seperti dalam film dokumenter “Sexy Killer” tentang perjuangan masyarakat Kalimantan untuk mendapat air bersih setelah kegiatan perluasan perusahaan tambang atau perjuangan petani dan nelayan yang terganggu oleh Perusahaan Listrik Tenaga Uap (PLTU) (news.unika.ac.id).

Fenomena ini menimbulkan dilema bagi perusahaan bagaimana menunjukkan kontribusi dan komitmennya terhadap pembangunan berkelanjutan dan juga mempertahankan bisnis mereka secara berkelanjutan dengan melakukan pembangunan dalam memenuhi kebutuhan dunia saat ini tanpa mengabaikan kemampuan generasi dimasa mendatang. Salah satu cara yang dilakukan untuk menuju pembangunan yang terukur dan transparan adalah dengan melakukan pengungkapan pelaporan keberlanjutan (Simbolon & Sueb, 2016).

Laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) merupakan laporan yang menggambarkan tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Tripple Bottom Line* (Sulistyawati & Qadriatin, 2019). Laporan Keberlanjutan (*Sustainability report*) digunakan sebagai praktik untuk mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan sebagai tanggung jawab kepada semua *stakeholder* atas kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan keberlanjutan. Tujuan dibuatnya laporan yang berkualitas agar dapat mengkomunikasikan komitmen, kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial kepada *stakeholder*. Sehingga, dengan adanya *sustainability report*, *stakeholder* dapat dengan mudah menilai bagaimana kinerja suatu perusahaan.

Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan ingin menunjukkan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) komitmen perusahaan terhadap masalah sosial dan lingkungan, menunjukkan transparansi, dan mendapatkan umpan balik atas kinerja perusahaan dengan menanggapi permintaan informasi dari pemangku kepentingan (Astuti & Juwenah, 2017). Laporan keberlanjutan dijadikan bukti bahwa suatu perusahaan telah beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan juga bertanggung jawab atas kepentingan para pemangku kepentingannya serta mampu menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan (Dewi et al., 2019). Salah satu faktor yang mendorong perusahaan untuk mempublikasikan laporan keberlanjutan adalah pemangku kepentingan mengharuskan perusahaan untuk melakukan dan menyajikan kegiatan CSR dalam bentuk laporan yang berkualitas (Alfaiz & Aryati, 2019).

Menurut survei investor global tentang pentingnya informasi *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh Ernest and Young (EY), 51% investor global memiliki laporan keberlanjutan. sumber informasi yang bermanfaat. Keputusan, investasi, dan hanya 4% menilai mereka sangat tidak berguna, sisanya termasuk dalam kategori bermanfaat. *Stakeholder* atau pemangku kepentingan adalah individu, kelompok atau organisasi yang memiliki ketertarikan atau kepentingan dalam organisasi tertentu (Qisthi dan Fitri, 2021). Menurut Freeman (1984) didalam Yanti dan Gayatri (2021) beberapa pemangku kepentingan (*stakeholder*) ini termasuk pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, media, komunitas lokal, pemasok, kelompok lingkungan, dan kelompok kepentingan khusus.

Pelaporan keberlanjutan di Indonesia didukung oleh regulasi yang ada, yaitu Peraturan OJK No. 51/PJOK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik yang mewajibkan lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik menerapkan keuangan berkelanjutan dalam kegiatan usahanya. Regulasi yang ada mengatur perusahaan untuk melakukan pelaporan atas terlaksananya tanggung jawab sosial dan

lingkungan dan bagi perusahaan yang melanggar maka akan mendapat sanksi administratif berupa teguran atau peringatan tertulis.

Collaborative Partner for Sustainability Strategi, Reporting and Assurance dari *National Center for Sustainability Reporting (NCSR)* Indonesia Stella Septiana mengatakan pemahaman dan harapan berbagai pemangku kepentingan telah membantu komunitas bisnis bergerak menuju pembangunan keberlanjutan. Stella juga mengatakan dalam webinar yang bertajuk *Action, Advocacy, and Trust: Strategies for Communicating Sustainability*. Jika 15 tahun yang lalu adopsi dan implementasi *sustainability* oleh perusahaan dianggap sebagai sesuatu yang *nice-to-have*. Maka sekarang, *sustainability* sudah menjadi sesuatu yang *have-to-be-done*. Stella juga mengatakan, *sustainability* harus segera diintegrasikan ke dalam bisnis dan operasi sehari-hari jika perusahaan tidak ingin tertinggal dan ditinggalkan oleh *stakeholder*. (Investor.id)

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan pada dasarnya adalah entitas yang berkewajiban tak hanya bertindak untuk kepentingan sendiri, tetapi juga untuk memberi manfaat bagi pemangku kepentingannya (*stakeholder*). *Stakeholder* disini meliputi pemegang saham, konsumen, pemerintah kreditur, pemasok, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Istilah *stakeholder* diartikan sebagai seseorang atau suatu kelompok yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi (Rudyanto & Siregar, 2018). Berdasarkan definisi, pemangku kepentingan memainkan peran penting dalam keberlanjutan perusahaan. Hal ini karena pemangku kepentingan memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya yang dibutuhkan agar perusahaan tetap hidup. Maka dari itu, untuk bertahan hidup dan berkembang, sebuah organisasi harus secara efektif memuaskan para pemangku kepentingannya. Perusahaan perlu menjaga hubungan dengan berhubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Stakeholder memiliki pengaruh terhadap organisasi yang biasanya diwujudkan dalam bentuk tuntutan. Dalam pemenuhan kebutuhan/tuntutan *stakeholder* tentu ada kendala yang dihadapi, tuntutan para *stakeholders* bisa berbeda satu dengan yang lainnya dan bisa bertolak belakang. Setiap perusahaan merupakan bagian

dari industri yang berbeda dan menerima tekanan dari pemangku kepentingan yang berbeda pula (Hamudiana & Achmad, 2017).

Menurut Mitchell *et al* (1997) terdapat berbagai kendala yang dihadapi perusahaan dalam menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan para pemangku kepentingannya, yang disebut dengan *salience stakeholder*. *Salience* diartikan sebagai sejauh mana perusahaan memberikan prioritas pada klaim pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang bersaing. Untuk mengetahui *stakeholder salience* maka yang harus dilakukan yaitu menetapkan atribut yang membuat *stakeholder* lebih *salience* (menonjol) yaitu kekuatan (*power*), legitimasi, dan urgensi (Yanti & Gayatri, 2021). Contoh pada penemuan Sweeny dan Coughlan (2008) bahwa perusahaan telekomunikasi dan kecantikan memiliki *primary stakeholder* yang sama yaitu pelanggan, atau perusahaan minyak dan otomotif memiliki *primary stakeholder* yang sama, yaitu lingkungan (Rudyanto & Veronica, 2016).

Perusahaan dengan keragaman kepemilikan yang rendah cenderung melaporkan tanggung jawab sosial yang lebih sedikit daripada perusahaan dengan keragaman kepemilikan yang tinggi (Alfaiz & Aryati, 2019). Pemegang saham sebagai *stakeholder* berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan manajemen, operasional, isu-isu sosial dan melampui keputusan investasi dengan memberikan isu-isu pelaporan keberlanjutan pada rapat umum pemegang saham tahunan (Qisthi & Fitri, 2021). Karyawan merupakan salah satu *stakeholder* yang penting karena mereka memiliki kekuatan yang signifikan dan legitimasi yang dapat mempengaruhi perusahaan. Hilangnya karyawan yang berkualitas melemahkan kinerja perusahaan. Untuk menghindarinya, perusahaan harus memenuhi tuntutan dari pekerjanya dengan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan (Alfaiz & Aryati, 2019). Perusahaan yang dekat dengan konsumen sudah pasti akan memperhatikan konsumennya dan beroperasi sesuai keinginan konsumen sebagai *stakeholder* untuk menaikkan brand image dengan cara meningkatkan transparansi laporan tanggung jawab sosial perusahaan (Alfaiz & Aryati, 2019).

Pemerintah bagian dari *stakeholder* yang dianggap paling mempengaruhi perusahaan, dikarenakan pemerintah akan menekan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR dengan membuat regulasi (Şener et al., 2016). Kreditor bertanggung jawab untuk menyediakan dana untuk menjalankan bisnis, keberadaan kreditor sebagai *stakeholder* dapat mempengaruhi kegiatan serta pengungkapan perusahaan. Semakin besar perusahaan bergantung pada pinjaman utang, maka akan semakin tinggi pula apa yang diharapkan kreditor dari perusahaan sehingga semakin banyak informasi yang diungkapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasinya (Ramadhini et al., 2020). Media membantu mencegah perilaku perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Jika sebuah perusahaan ingin membangun legitimasi melalui ekspos media yang aktif, maka media sebagai *stakeholder* harus berperan besar dalam mempromosikan kinerja lingkungan perusahaan untuk meningkatkan image perusahaan dimata masyarakat (Qisthi & Fitri, 2021). Aktivitas sebuah perusahaan haruslah memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan itu sendiri tetapi juga memiliki dampak positif bagi masyarakat sebagai salah satu *stakeholder*. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan adalah melakukan tanggung jawab sosial sehingga citra perusahaan akan semakin baik dimata masyarakat dan membuat loyalitas masyarakat terhadap perusahaan semakin tinggi (Pratiwi et al., 2020).

Adanya hubungan erat antara produktivitas, citra dan reputasi perusahaan, dan kinerja pemasok, perusahaan tentu memiliki tata kelola rantai pasokan. Sinergi dengan pemasok sebagai penyedia barang dan jasa sangat penting untuk mendukung kelancaran proses produksi, sehingga perusahaan berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan para pemasok. Pengungkapan hubungan yang baik, terarah dan sah antara perusahaan dan pemasok sebagai *stakeholder* dapat tercermin dalam laporan keberlanjutan perusahaan yang pada akhirnya perusahaan akan meningkatkan pengungkapan laporan keberlanjutan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pemasok (Pramudita & Dwiyanto, 2017).

Masyarakat dan pecinta lingkungan dan masyarakat menuntut perusahaan untuk melakukan perbaikan terhadap lingkungan yang tercemar atau rusak oleh kegiatan

perusahaan. Dalam pemenuhan tuntutan tersebut, perusahaan berusaha melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya lebih transparan (Alfaiz & Aryati, 2019). Hal tersebut menunjukkan perusahaan dengan tekanan yang tinggi akan terdorong untuk melaporkan laporan keberlanjutannya secara lebih transparan. Kelompok kepentingan khusus terutama LSM atau organisasi non-pemerintah, diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan diskresioner. Pengungkapan yang terkait dengan kelompok ini mencakup kerjasama bersama dengan LSM seperti "subsidi untuk kelompok yang kurang beruntung" dan "dukungan keuangan untuk lembaga seperti sekolah dan rumah sakit" (Şener et al., 2016). Sehingga semakin banyak kelompok kepentingan khusus disuatu perusahaan maka semakin besar tekanan yang diberikan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dan perusahaan akan mengungkapkan *sustainability report* untuk membuat kelompok kepentingan khusus sebagai *stakeholder* merasa puas.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan pengungkapan *sustainability report*. Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Yanti & Gayatri, 2021 yang berjudul identifikasi *salience stakeholders* dalam pengungkapan *sustainability report*. Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu menambahkan 1 tahun pada periode penelitian, dari 2017-2019 menjadi 2017-2020, penelitian ini tidak membedakan *salience stakeholder* antar sektor yang ada di BEI, melakukan penambahan pada indikator *stakeholder*, penambahannya yaitu kreditor. Penambahan dilakukan untuk melihat apakah kreditor dapat mempengaruhi *sustainability report* perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul **“IDENTIFIKASI SALIENCE STAKEHOLDER DALAM PENGUNGKAPAN PELAPORAN KEBERLANJUTAN”**

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan mengidentifikasi *salience stakeholder* diantaranya; pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, kreditor, media massa, masyarakat lokal, pemasok, lingkungan, dan kelompok kepentingan khusus (LSM) terhadap

pengungkapan sustainability report, maka ruang lingkup penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017-2020 dalam situs Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. serta perusahaan yang secara konsisten merilis *sustainability report* periode 2017-2020.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pemegang saham berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
2. Apakah karyawan berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
3. Apakah konsumen berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
4. Apakah pemerintah berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
5. Apakah kreditor berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
6. Apakah media masa berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
7. Apakah masyarakat lokal berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
8. Apakah pemasok berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
9. Apakah lingkungan berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?
10. Apakah kelompok kepentingan khusus (LSM) berpengaruh terhadap *pengungkapan sustainability report*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh pemegang saham terhadap *pengungkapan sustainability report*.

2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh karyawan terhadap pengungkapan *sustainability report*.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh konsumen terhadap pengungkapan *sustainability report*.
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh pemerintah terhadap pengungkapan *sustainability report*.
5. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kreditor terhadap pengungkapan *sustainability report*.
6. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh media masa terhadap pengungkapan *sustainability report*.
7. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh masyarakat lokal terhadap pengungkapan *sustainability report*.
8. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh pemasok terhadap pengungkapan *sustainability report*.
9. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh lingkungan terhadap pengungkapan *sustainability report*.
10. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kelompok kepentingan khusus (LSM) terhadap pengungkapan *sustainability report*.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitiannya adalah:

1. Manfaat ekonomis

Adapun manfaat ekonomis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dapat memperluas ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu akuntansi, khususnya mengenai *salience stakeholder* dalam pengungkapan *sustainability report*.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi investor, kualitas laporan keberlanjutan (*sustainability report*) digunakan sebagai pertimbangan untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki potensi pelaporan keberlanjutan yang berkualitas baik.

- b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi pertimbangan kebijakan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) untuk perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan (*stakeholder*)

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini rincian dari gambaran penulisan penelitian yang akan dilakukan:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan uraian penjelasan yang bersifat umum, seperti latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi uraian penjelasan tentang dasar-dasar teori yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian penjelasan tentang variabel penelitian, definisi operasional, jenis data dan sumber data, metode dalam pengumpulan data, serta analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasa deskripsi analisa data serta pembahasan dari objek penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN