

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS  
TERHADAP PENGUNGKAPAN *SUSTAINABILITY REPORT*  
(Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



**OLEH :**

**FANDI AHMAD**

**98669/2009**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS  
TERHADAP PENGUNGKAPAN *SUSTAINABILITY REPORT*  
(Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Nama : Fandi Ahmad  
NIM / BP : 98669/2009  
Program studi : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2014

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



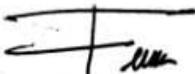
Nelvirita, SE, M.Si, Ak  
NIP. 19740706 199903 2 002

Pembimbing II



Navang Helmavunita SE, M.Sc  
NIP. 19860127 200812 2 001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Akuntansi



Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak  
NIP. 19730213 199903 1 003

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

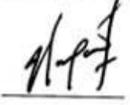
*Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang*

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS  
TERHADAP PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT  
(Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

Nama : Fandi Ahmad  
NIM/BP : 98669/2009  
Program Studi : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2014

**Tim Penguji**

	<b>Nama</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Ketua	: Nelvirita, SE, M.Si, Ak	1. 
2. Sekretaris	: Nayang Helamyunita, SE, M.Sc	2. 
3. Anggota	: Vita Fitria Sari, SE, M.Si	3. 
4. Anggota	: Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak	4. 

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fandi Ahmad  
NIM/Tahun Masuk : 98669/2009  
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 11 Juli 1989  
Program Studi : Akuntansi  
Keahlian : Akuntansi Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl Gajah 7, Kelurahan Air Tawar, Kecamatan Padang Utara.  
Judul Skripsi : **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji, dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2014

Yang menyatakan



**FANDI AHMAD**

**NIM. 98669**

## ABSTRAK

### **Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

**Oleh : Fandi Ahmad/2014**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mekanisme karakteristik perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Mekanisme karakteristik perusahaan yang digunakan adalah ukuran perusahaan dan tipe industri. dan profitabilitas diukur dengan *return on asset* (ROA).

Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2009 sampai 2012. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 32 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan tingkat signifikansi 5% maka hasil penelitian ini menyimpulkan: (1) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *sustainability report* dengan koefisien  $\beta$  bernilai positif 6,859 dan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ , (2) Tipe industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *sustainability report* dengan koefisien  $\beta$  bernilai positif 31,542 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan (3) Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* dengan koefisien  $\beta$  bernilai positif 0,894 dan nilai signifikansi  $0,011 < 0,05$ ,

Berdasarkan hasil penelitian di atas, disarankan: 1) Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang jelas dan tegas untuk mengatur pengungkapan *sustainability report*. 2) Penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* perusahaan di luar variabel penelitian ini.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikanprogram S-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nelvirita, SE, M.Si, Ak selaku pembimbing I dan juga kepada Ibu Nayang Helmayunita, SE, M.Sc selaku pembimbing II, yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dorongan berbagai pihak dalam rangka penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

3. Kepada Dosen penguji Ibu Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak dan Ibu Vita Fitria ari SE, M.Si telah memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Akuntansi serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini serta yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam mendapatkan data selama penelitian ini.
5. Pegawai perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Teristimewa kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, serta keluarga besar penulis yang telah memberikan motivasi, semangat dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terkhusus untuk Viony Gita Risha, SE yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta mau menemani saat proses penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Akuntansi BP 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Dan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini sehingga kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan tulisan ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Teori	
1. Teori Stakeholder.....	14
2. Teori Legitimasi.....	16
3. Konsep Keberlanjutan.....	19
a. Definisi Keberlanjutan.....	19
b. Pembangunan Keberlanjutan .....	21

4. Laporan Keberlanjutan.....	22
a. Pengungkapan Laporan Keberlanjutan .....	22
b. Penyusunan Pengungkapan Laporan Keberlanjutan.....	26
c. Pengungkapan SR dan Faktor yang mempengaruhinya ...	35
5. Karakteristik Perusahaan .....	37
a. Ukuran Perusahaan .....	38
b. Tipe Industri.....	40
6. Profitabilitas .....	42
7. Penelitian Terdahulu .....	44
8. Hubungan Antar Variabel.....	47
B. Kerangka Konseptual .....	53
C. Hipotesis.....	55

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	56
B. Objek Penelitian .....	56
C. Populasi dan Sampel .....	56
D. Jenis dan Sumber Data .....	59
E. Teknik Pengumpulan Data .....	60
F. Variabel Penelitian dan Pengukurannya .....	60
G. Teknik Analisis Data .....	63

1. Uji Asumsi Klasik .....	63
a. Uji Normalitas.....	64
b. Uji Multikolonieritas.....	64
c. Uji Heterokedastisitas .....	65
d. Uji Autokorelasi .....	65
2. Model Regresi Berganda .....	65
3. Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness of Fit Test</i> ) .....	66
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
b. Uji <i>F</i> -statistik .....	66
4. Uji Hipotesis (Uji <i>t</i> ) .....	67
H. Definisi Operasional.....	67

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Sejarah Perkembangan Bursa Efek Indonesia.....	69
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	70
C. Statistik Deskriptif .....	87
D. Analisis Data .....	88
E. Pembahasan .....	98

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	103
B. Keterbatasan Penelitian .....	104
C. Saran .....	104

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	106
<b>LAMPIRAN</b> .....	109

### DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Konsep Pelaporan SR Berdasarkan GRI.....	28
2. Kriteria Pemilihan Sampel.....	57
3. Daftar Perusahaan Sampel.....	59
4. Perhitungan Nilai SRD PT. Tambang Batubara Bukit Asam.....	71
5. Data Indeks Pengungkapan SR Perusahaan Sampel Tahun 2009-2012.....	74
6. Data LN Total Aset Perusahaan Sampel Tahun 2009-2012.....	79
7. Data Tipe Industri Perusahaan Sampel Tahun 2009-2012.....	81
8. Data Profitabilitas (ROA) Perusahaan Sampel Tahun 2009-2012.....	84
9. Statistik Deskriptif.....	87
10. Hasil Uji Normalitas.....	89
11. Hasil Uji Multikolinieritas.....	90
12. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91
13. Hasil Uji Autokorelasi.....	92
14. Hasil Uji Regresi Berganda.....	93
15. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	95

16. Hasil Uji <i>F</i> .....	96
------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Kerangka Konseptual .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Pemilihan Sampel Berdasarkan Kriteria .....	109
2. Data Rekap Indeks Pengungkapan SR Perusahaan Sampel .....	119
3. Data Total Aset Perusahaan Sampel .....	120
4. Data <i>Log Natural</i> Total Aset Perusahaan Sampel .....	121
5. Data Tipe Industri Perusahaan Sampel .....	122
6. Data Profitabilitas/ROA Perusahaan Sampel .....	123
7. Hasil Olahan Statistik SPSS .....	124

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di tengah dunia bisnis yang terus berkembang ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu dinamis mengikuti keinginan pasar dan tuntutan-tuntutan eksternal. Persaingan yang semakin tinggi membuat mereka berlomba untuk mendapatkan citra dan persepsi yang baik dari setiap pemegang kepentingan. Aktivitas non keuangan atau aktivitas sosial dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan telah menjadi isu perkembangan utama kegiatan bisnis perusahaan. Konsep tersebut muncul dari tuntutan dan harapan masyarakat tentang peran perusahaan dalam masyarakat. Ditambah dengan keadaan lingkungan dan sosial yang buruk seperti seperti kasus PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, Newmont Minahasa Raya di Buyat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk secara aktif mengawasi kegiatan bisnis yang ada dan dampak keberlanjutan bisnis tersebut terhadap lingkungan sekitar. (Lutfia, 2011)

Salah satu tantangan pembangunan yang berkelanjutan adalah tuntutan dan pilihan akan cara berpikir baru serta inovatif. Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengurangi kemampuan pemenuhan kebutuhan bagi generasi yang akan datang (*Commission on Environment and Development* (dalam GRI, 2010)). Globalisasi ekonomi telah

membuka kesempatan baru untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran, hal ini dapat dicapai melalui perdagangan, berbagi pengetahuan lewat informasi, maupun kelancaran dalam mengakses teknologi canggih. Namun, pertumbuhan positif dan peningkatan mutu kualitas hidup ternyata diimbangi dengan munculnya informasi yang mengkhawatirkan mengenai kondisi lingkungan yang kualitasnya semakin hari semakin memburuk.

Penting dan besarnya risiko terkait dengan *sustainability* mendorong perlu ditemukannya pilihan metode-metode pengendalian baru, terutama untuk menciptakan transparansi mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial bagi para pemangku kepentingan (GRI, 2010). Perusahaan mulai menyadari untuk mengungkapkan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja. Menurut Elkington (dalam Nugroho, 2009) kini tujuan bisnis tidak hanya mencari keuntungan (*profit*), tetapi juga bertanggung jawab kepada masyarakat (*people*) dan bumi (*planet*). Ketiga hal tersebut dikenal dengan *Tripple-P Bottom Line* yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi sosial dan lingkungan, yang kemudian disebut *sustainability report*. Dalam mendukung harapan ini, diperlukan sebuah kerangka konsep global dengan bahasa yang konsisten dan dapat diukur dengan tujuan agar lebih jelas dan mudah dipahami. Konsep inilah yang kemudian dikenal dengan sebutan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*).

Secara definisi, *sustainability report* adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). *Sustainability report* disusun berdasarkan pedoman dari *Global Reporting Initiative (GRI)* yang telah dikembangkan sejak tahun 1990 dan disusun tersendiri terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan. Dalam pedoman penyusunan *sustainability report* yang dikeluarkan oleh *GRI*, telah disediakan seperangkat indikator untuk menilai kinerja keberlanjutan perusahaan, yaitu: 9 indikator kinerja ekonomi, 30 indikator kinerja lingkungan, dan 40 indikator kinerja sosial. Saat ini, penyusunan dan pengungkapan *sustainability report* penting dilakukan sebagai salah satu upaya perusahaan untuk membuktikan akuntabilitas pelaksanaan tanggung jawabnya telah dilakukan secara benar dan terukur.

Pengungkapan SR berbeda dengan pengungkapan CSR, meskipun keduanya merupakan pengungkapan aktivitas sosial perusahaan. Pengertian dari CSR itu sendiri ialah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan stakeholder berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan, sedangkan SR memuat informasi kinerja keuangan dan informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas

perusahaan secara menyeluruh sehingga memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*) (Chairiri, 2009). Pengungkapan *sustainability report* juga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan membangun legitimasi perusahaan.

Penyusunan dan pengungkapan *sustainability report* penting dilakukan sebagai salah satu upaya perusahaan untuk membuktikan akuntabilitas pelaksanaan tanggung jawabnya telah dilakukan secara benar dan terukur. Bagi perusahaan, *sustainability report* (laporan keberlanjutan) dapat berfungsi sebagai alat ukur pencapaian target kerja dalam isu lingkungan, sosial, dan ekonomi. Bagi investor, berfungsi sebagai alat kontrol atas capaian kinerja perusahaan sekaligus sebagai media pertimbangan investor dalam mengalokasikan sumber daya finansialnya terutama dalam lingkup *sustainable and responsible investement*. Sementara bagi pemangku kepentingan lainnya, menjadi tolok ukur menilai kesungguhan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan ([www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com)). Para pemimpin perusahaan-perusahaan dunia semakin menyadari bahwa pengungkapan laporan yang lebih komprehensif (tidak hanya sekedar laporan keuangan) akan mendukung strategi perusahaan. Selain itu dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap *sustainable development* atau pemabangunan berkelanjutan (*CSR Quest* dalam Dilling, 2009).

Pengungkapan *sustainability report* di Indonesia sendiri didukung oleh sejumlah peraturan pemerintah, diantaranya UU No. 23 tahun 1997 mengenai

lingkungan, UU No. 40 pasal 66 ayat 2 dan pasal 74 tahun 2007 mengenai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan. Keputusan ketua BAPEPAM dan Lembaga Keuangan melalui No.Kep-134/BL/2006 juga mewajibkan laporan keuangan tahunan perusahaan sekurang-kurangnya memuat uraian tentang aktivitas dan biaya yang dikeluarkan terkait aktivitas sosial perusahaan. Selain itu, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tentang tanggung jawab atas laporan keuangan paragraf 9 (sembilan) secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan akan masalah lingkungan dan sosial dalam laporan tambahan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah.

Di Indonesia sendiri belum banyak perusahaan-perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*. Dari kegiatan *Indonesian Sustainability Reporting Awards (ISRA)* 2013 yang diselenggarakan oleh Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) terungkap bahwa hanya sekitar 11% dari perusahaan publik di Indonesia yang mengungkapkan informasi lingkungan dan secara terpisah masih dapat dihitung dengan jari, namun diharapkan terus berkembang untuk tahun-tahun selanjutnya.

Rendahnya pengungkapan *sustainability report* di Indonesia karena pengungkapan *sustainability report* di Indonesia saat ini masih bersifat sukarela, padahal bila dilihat dari kemampuannya yang memberi nilai tambah melalui transparansi aktivitas sosial dan lingkungan, serta solusi kasus bisnis yang sering dialami, *sustainability reporting* akan menjadi poin tersendiri untuk mendongkrak

kemampuan manajemen risiko bagi suatu perusahaan. Namun, tingkat inisiatif kesadaran yang dimiliki oleh masing-masing manajer perusahaan berbeda-beda, sehingga tidak semua perusahaan di Indonesia melakukan pengungkapan *sustainability report*. Tidak adanya *single definition* dari *sustainability report* yang mampu diterima secara global, maupun bagaimana seharusnya bentuk format dari *sustainability report* itu sendiri menjadi alasan utama. Tidak setiap perusahaan mau melakukan pengungkapan, jadi implementasi pengungkapan *sustainability report* ini tergantung kepada karakteristik perusahaan itu sendiri (Dilling, 2009).

Melanjutkan pendapat yang dinyatakan oleh Diling (2009) bahwa implementasi pengungkapan *sustainability report* tergantung kepada karakteristik perusahaan itu sendiri atau sama juga dengan pengungkapan *sustainability report* dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan itu sendiri. Menurut Wibisono (2007) karakteristik perusahaan sendiri merupakan ciri-ciri khusus yang melekat pada perusahaan, menandai sebuah perusahaan, dan membedakannya dengan perusahaan lain yaitu komitmen pemimpin, jenis perusahaan, ukuran perusahaan, regulasi dan sistem perpajakan. Pada penelitian ini karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* perusahaan akan difokuskan berdasarkan ukuran perusahaan dan tipe industri.

Menurut Luthfia (2011) selain karakteristik perusahaan, pengungkapan *sustainability report* juga dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan. Kinerja

keuangan terdiri atas profitabilitas, likuiditas, leverage dan aktivitas perusahaan. Pada penelitian ini hanya difokuskan pada profitabilitas, karena perusahaan dengan manajemen mampu menciptakan profit yang tinggi dari asset yang ada akan memahami pentingnya pengungkapan aktivitas sosial, lingkungan dan ekonomi perusahaan, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam *sustainability report*.

Merujuk kepada karakteristik perusahaan yang pertama yaitu ukuran perusahaan, menurut Machfoed (1998) dalam Luthfia (2011) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain total asset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada penelitian kali ini, ukuran perusahaan diukur dengan total asset yang dimiliki perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang memiliki total asset besar menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam hal ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lama dan stabil.

Terkait dengan pengungkapan *sustainability report*, dalam penelitian Widiyanto (2011) ukuran perusahaan merupakan karakteristik perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Semakin besar suatu perusahaan akan memunculkan pengeluaran yang lebih besar dalam mewujudkan legitimasi perusahaan, hal ini disebabkan karena perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Legitimasi ini diperlukan

perusahaan sebagai jalan untuk menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat. Legitimasi perusahaan dapat diwujudkan melalui pengungkapan *sustainability report*. *Sustainability report* akan mengungkapkan bagaimana tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan.

Menurut Cowen *et. Al* (1987) dalam Adistira (2012) 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, lingkungan, ekonomi yang telah diimplementasikan. Penyampaian informasi mengenai hal tersebut, dapat disampaikan secara lebih luas oleh perusahaan, salah satunya melalui pembuatan media *sustainability report*.

Karakteristik perusahaan selanjutnya dalam penelitian ini yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* yaitu tipe industri perusahaan. Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu industri *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan high profile lebih mengungkapkan aktivitas terkait sosial, lingkungan dan ekonominya dibandingkan perusahaan *low profile*. (Robert, 1992 dalam Arum, 2012)

*High profile companies* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat resiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi sehingga perusahaan seperti ini menjadi sorotan masyarakat, karena aktivitasnya operasi-nya yang memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dapat berakibat fatal bagi masyarakat. Oleh karena itu untuk menghindari masalah yang tidak di inginkan nantinya, perusahaan dituntut untuk membuat suatu kebijakan untuk melaporkan aktivitas sosial dan produksi-nya, berupa pengungkapan keberlanjutan yaitu *sustainability report*, yang tentunya diharapkan melaporkan aktivitas perusahaan yang harmonis dengan lingkungan dan alam sekitar, tujuannya adalah untuk meningkatkan *image* perusahaan, (Cowen *et. Al*, 1987 dalam Ayu , 2012).

Selain dua karakteristik perusahaan di atas pengungkapan *sustainability report* juga dipengaruhi oleh profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Sartono, 2001). Alat untuk mengukur profitabilitas pada penelitian ini adalah *Return On Assets*. *Return on Assets* (ROA) memfokuskan kemampuan perusahaan untuk memperoleh *earning* dalam kegiatan operasi perusahaan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan dengan manajemen

yang memiliki pengetahuan akan mampu menciptakan profit dari asset yang ada dan akan memahami pentingnya aktivitas sosial, lingkungan dan ekonomi perusahaan, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam *sustainability report*.

*Sustainability report* merupakan salah satu jenis pengungkapan informasi sukarela (*voluntary*). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi, karena ingin menunjukkan kepada *public* dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama (Ghozali dan Chariri, 2007).

Perusahaan yang menghasilkan *profit* tinggi akan membuka lini atau cabang yang baru, kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Tingkat *profit* yang tinggi akan menandakan pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan memerlukan pengungkapan yang lebih luas dalam memenuhi kebutuhan informasi sesuai kebutuhan masing-masing pengguna yaitu melalui media pengungkapan *sustainability report*. Terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*, karena mengacu pada teori *stakeholder* bahwa aktivitas sosial atau non keuangan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba, jadi dapat disimpulkan perusahaan dengan perolehan laba yang besar sebaiknya mengungkapkan aktivitas sosial atau yang berkaitan dengan lingkungannya lebih luas.

Pada penelitian-penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil mengenai pengaruh beberapa variabel-variabel tersebut di atas . Penelitian Adistira (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hasil ini pun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto (2011) dan Arum (2012) yang mendapatkan hasil serupa bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mega (2013) yang mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto (2011) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arum dan Ayu (2012) yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan Adistira (2012) dan Mega (2013) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Di Indonesia, penelitian mengenai pengungkapan *sustainability report* cenderung masih tergolong dalam fase awal. Penelitian-penelitian lebih lanjut mengenai *sustainability report* perlu dilakukan untuk mendorong perkembangan pengungkapan *sustainability report*, sehingga kontribusi yang dilakukan

perusahaan kepada pihak yang berkepentingan atau *stakeholders* lebih optimal, yaitu menunjukkan komitmen perusahaan terhadap perkembangan berkelanjutan yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, penelitian terdahulu juga masih sedikit yang membandingkan variabel-variabel karakteristik perusahaan dengan *sustainability report* dan memiliki hasil yang beragam. Oleh sebab itu menarik untuk menganalisis karakteristik-karakteristik yang dimiliki perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan dalam mempublikasikan *sustainability report*. Hal itulah yang menjadi alasan peneliti untuk menguji pengaruh beberapa variabel karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* Pada Perusahaan yang Tercatat di BEI Periode 2009-2012”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Sejauhmana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*?

2. Sejauhmana tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*?
3. Sejauhmana profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*.
2. Menguji pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan *sustainability report*.
3. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability report*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti, untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*.
2. Bagi akademis, untuk menambah literatur berkaitan dengan fenomena pengungkapan *sustainability report*.
3. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperhatikan dan melaksanakan program pengungkapan *sustainability report* dan mengungkapkannya dalam bentuk pelaporan yang lebih baik lagi.

## BAB II

### KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

#### A. KAJIAN TEORI

##### 1. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007)

Aktivitas sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang diciptakan oleh perusahaan tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan (Widianto, 2011). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan (Luthfia, 2011). *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, power *stakeholder* ditentukan oleh

besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* atas sumber ekonomi tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Adanya teori *stakeholder* ini memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Adanya program tersebut pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

Perusahaan mampu tumbuh dan berkembang dengan baik kemudian menjadi besar dibutuhkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Para *stakeholder* membutuhkan berbagai informasi terkait dengan aktivitas perusahaan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk memberikan berbagai informasi yang dimiliki untuk menarik dan mencari dukungan dari para *stakeholder*-nya. Pengungkapan informasi dapat dibagi menjadi dua yakni yang sifatnya wajib (*mandatory*) dan sukarela (*voluntary*). Salah satu bentuk pengungkapan sukarela yang berkembang dengan pesat saat ini yaitu pengungkapan *sustainability report*. Melalui pengungkapan *sustainability report* (pengungkapan sosial dan lingkungan) perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih cukup dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan (Chariri, 2008).

## 2. Teori Legitimasi

Beberapa studi tentang pengungkapan yang berkaitan dengan lingkungan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis dalam menjelaskan praktiknya (Wlimshurts dan Frost (dalam Ghozali dan Chariri, 2007)) menjelaskan teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Mereka mengatakan :

“Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.”

Teori legitimasi berdasarkan pada gagasan “perusahaan beroperasi di dalam masyarakat melalui suatu kontrak sosial, kemudian perusahaan tersebut akan membuat kesepakatan untuk melaksanakan berbagai macam tindakan yang diinginkan oleh masyarakat sebagai balasan atas diterimanya tujuan perusahaan, kelangsungan hidup perusahaan, dan penghargaan lainnya” (Guthrie dan Parker, 1989). Senada dengan Dowling dan Pfeffer (dalam Anke, 2009) menyatakan bahwa teori ini benar-benar memberikan saran bagi perusahaan bagaimana teknik untuk membangun kesesuaian nilai sosial yang diterapkan oleh perusahaan dengan norma yang berlaku di masyarakat.

Kesesuaian nilai sosial yang ingin diciptakan oleh perusahaan dapat diciptakan melalui peningkatan komunikasi yang efektif bagi masyarakat. Komunikasi ini dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi-informasi

tambahan yang lebih bersifat pendukung dan kebanyakan bersifat sukaarela. Salah satu usaha yang dapat dilakukan yakni dengan pembuatan *sustainability report*. Laporan ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi. Dalam usahanya untuk memperoleh legitimasi melalui pengungkapan, perusahaan berharap pada akhirnya akan terus-menerus eksis. ((Lehman ,1989) dalam Suryono, 2011)

Teori legitimasi menfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat yang kemudian memberikan alasan yang logis tentang bagaimana legitimasi organisasi (Dowling dan Pfeffer (dalam Ghozali dan Chariri, 2007)). Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma perilaku yang ada pada masyarakat. Selama kedua sistem nilai selaras, maka dapat dilihat sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan terjadi maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Teori ini dilandasi oleh suatu pandangan yang disebut dengan “kontrak sosial”. Hal ini dikatakan oleh Shocker dan Sethi (1974, hal.67) dalam (Ghozali dan Chariri, 2007) kontrak dianggap sebagai perjanjian antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

Menurut Lindblom (dalam Nugroho, 2009) berpendapat bahwa organisasi dapat menggunakan empat straregi legitimasi ketika organisasi menemui ancaman legitimasi, yaitu dengan :

- a. Mendidik dan menginformasikan para *stakeholder* tentang tujuan atau maksud organisasi untuk meningkatkan kinerjanya;
- b. Mengubah persepsi organisasi, tanpa mengubah kinerja aktual organisasi;
- c. Mengalihkan atau memanipulasi perhatian dari isu-isu penting ke isu-isu lain yang berhubungan; atau
- d. Mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja organisasi.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Lindbiom (dalam Chariri, 2008)). Perbedaan yang terjadi ini antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan "*legitimacy gap*" dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya. *Legitimacy gap* menurut Wartol dan Mahon (dalam Chariri, 2008) dapat terjadi karena tiga alasan :

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah;
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah;

3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda;

Namun demikian, keberadaan dan besarnya *legitimacy gap* bukanlah hal yang mudah untuk ditentukan. Bagian terpenting dalam hal ini bagaimana perusahaan berusaha memonitor nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai sosial masyarakat dan mengidentifikasi kemungkinan munculnya *gap* tersebut. O'donovan (dalam Chariri, 2008) menyarankan ketika terdapat perbedaan, perusahaan harus mampu mengubah nilai sosial atau persepsi terhadap perusahaan sebagai taktik legitimasi. Jadi untuk mengurangi *legitimacy gap*, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya. Oleh karena itu, pengungkapan laporan yang berorientasi pada sosial dan lingkungan seperti halnya *sustainability report* merupakan salah satu media yang efektif yang digunakan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

### **3. Konsep Keberlanjutan (*Sustainability*)**

#### **a. Definisi Keberlanjutan (*sustainability*)**

Konsep *sustainability* pada mulanya tercipta dari pendekatan ilmu kehutanan. Istilah ini berarti suatu upaya untuk tidak akan pernah memanen lebih banyak daripada kemampuan panen hutan pada kondisi normal. Kata *nachhaltigkeit* (bahasa Jerman untuk keberlanjutan) berarti upaya melestarikan sumber daya alam untuk masa depan (*Agricultural Economic Research Institut*, 2004) dalam (Widianto, 2011). Terdapat dua sudut pandang

yang berbeda terkait hubungan antara manusia dengan alam. Salah satu sudut pandang menekankan pada adaptasi dan harmoni, sedangkan di posisi yang lain melihat alam sebagai sesuatu yang harus ditaklukkan (Kuhlman, 2010).

Makna lain dari keberlanjutan seperti yang dikemukakan oleh ekonom Solow (1991) dalam (Whitehead, 2006) mengemukakan keberlanjutan sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang setidaknya tetap memiliki kekayaan alam yang sama dengan generasi yang ada pada saat ini. Dalam pidatonya menjelaskan bahwa keberlanjutan tidak berarti kemudian memerlukan penghematan sumber daya yang sedemikian khusus, melainkan hanya memastikan kecukupan sumber daya (kombinasi dari sumber daya manusia, fisik, dan alam) untuk generasi mendatang, sehingga membuat standar hidup mereka setidaknya sama baiknya dengan generasi saat ini. Ide utama yang dimiliki oleh Solow adalah bentuk peningkatan usaha untuk terus berupaya meninggalkan sumber daya yang cukup bagi generasi mendatang secara berkelanjutan. Sehingga masalah utamanya yakni keputusan mengenai seberapa banyak yang akan dikonsumsi saat ini, bila ditandingkan dengan seberapa banyak yang mampu dilakukan, sebagai faktor penggerak utama bagi *sustainability* (Whitehead, 2006).

Pandangan lain mengenai *sustainability* dari Daly (dalam Nugroho, 2000) mengatakan *sustainability* merupakan suatu keadaan yang dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang tidak terbatas. Dari pernyataan ini

diusulkan tiga kaidah operasional dalam mendefinisikan keadaan dari *sustainability*, yaitu :

1. Sumber daya alam yang dapat diperbarui seperti ikan, tanah, dan air harus digunakan tidak lebih cepat dari waktu yang dibutuhkan sumber daya alam tersebut untuk diperbarui kembali;
2. Sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui seperti bahan bakar dari fosil dan mineral harus digunakan tidak lebih cepat dari kemampuan sumber daya alam yang dapat diperbarui untuk menggantikannya;
3. Polusi dan sampah harus dikeluarkan tidak lebih cepat daripada kemampuan alam untuk menyerapnya, mendaur ulangnya, atau bahkan memusnahkannya.

**b. Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainability Development*)**

*Brutland report 1987* merupakan suatu dokumen awal yang membahas mengenai konsep awal dari *sustainability*. Dokumen tersebut membahas mengenai dua masalah utama yakni pembangunan dan lingkungan. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai kebutuhan *versus* sumber daya, atau sebagai jangka panjang *versus* jangka pendek. Sampai saat ini, keberlanjutan selalu dilihat dalam tiga dimensi yakni : sosial, ekonomi, dan lingkungan (Wikipedia, 2007). Pengertian *sustainability* yang diadopsi dari *United Nations* (dalam *Agenda for Developmenti*) yakni pembangunan yang wawasan multidimensional dalam mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi.

Pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan terhadap lingkungan akan saling tergantung dan memperkuat komponen-komponen yang ada pada pembangunan berkelanjutan (Kuhlman, 2010).

#### **4. Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)**

##### **a. Pengungkapan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)**

Pengungkapan sosial perusahaan bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu diungkapkan oleh perusahaan secara sukarela tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Standar pelaporan aktivitas sosial dan lingkungan masih belum memiliki standar yang baku, sehingga jumlah dan cara pengungkapan informasi social bergantung kepada kebijakan dari pihak manajemen perusahaan. Hal ini mengakibatkan timbulnya variasi luas pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan masing-masing perusahaan.

*Sustainability Report* termasuk dalam pengungkapan sosial perusahaan yang bersifat sukarela, hal ini dikarenakan belum ada peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk mengungkap informasi tersebut. Sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 (revisi 1998) paragraf

kesembilan:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna yang memegang peranan penting.”

Permintaan akan kebutuhan pengungkapan bagi perusahaan yang lebih transparansi, meningkatkan tekanan bagi perusahaan untuk mengumpulkan, mengendalikan, mempublikasikan tentang informasi *sustainability* yang mereka miliki. *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan salah satu organisasi internasional yang berpusat di Amsterdam, Belanda. Aktivitas utamanya difokuskan kepada pencapaian tranparansi dan pelaporan suatu perusahaan, melalui pengembangan stándar dan pedoman pengungkapan *sustainabilty*. Menurut GRI mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal maupun eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. *Sustainability report* akan menjadi salah satu media untuk mendeskripsikan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial (seperti halnya konsep *triple bottom line*, pelaporan CSR, dsb).

Ide dalam *sustainability* memiliki tiga dimensi yang di dapat dari konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh Elkington. Elkington beranggapan bahwa hal ini berasal dari pendekatan ilmu manajemen yang dimaksudkan sebagai cara untuk mengoperasionalkan aktivitas sosial perusahaan (Kuhlman, 2010). Ratner (2004) mengatakan para ekonom adalah kelompok yang paling enggan dalam menangani isu-isu keberlanjutan karena mereka memperlakukan keberlanjutan sebagai masalah sumber daya ekonomi

daripada masalah publik. Alasan mengapa ekonom enggan untuk mengakui keberlanjutan sebagai isu publik dikarenakan bahwa konsep keberlanjutan secara fundamental tidak sesuai dengan teori ekonomi konvensional (Rogers & Jalal, dkk, 2008) dalam (Woodfin, 2007).

*Social Economic Council of Netherland* (SER) (dalam Anke, 2009) menekankan bahwa kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat tidak terbatas pada penciptaan nilai ekonomi saja, namun juga harus memperhatikan ciptaan nilai pada tiga bidang, mengacu pada *Triple-P bottom line*. Hal-hal tersebut adalah :

1. **Profit (keuntungan)**: Dimensi ini mengacu pada ciptaan nilai melalui produksi barang dan jasa dan melalui ciptaan pekerjaan (*employment*) dan sumber-sumber pendapatan.
2. **People (manusia)**: Meliputi beragam aspek mengenai dampak operasional perusahaan terhadap kehidupan manusia, baik di dalam maupun di luar organisasi, seperti kesehatan (*health*) dan keamanan (*safety*).
3. **Planet (bumi)**: Dimensi ini berhubungan dengan dampak perusahaan terhadap lingkungan alam.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan manfaat yang didapat dari *sustainability report* antara lain :

1. *Sustainability report* memberikan informasi kepada *stakeholder* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan

meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi.

2. *Sustainability report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan loyalitas konsumen jangka panjang.
3. *Sustainability report* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola risikonya.
4. *Sustainability report* dapat digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. *Sustainability report* dapat mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial.
6. *Sustainability report* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang.
7. *Sustainability report* membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

Menurut Chariri (2009), pengungkapan sosial dan lingkungan telah meningkat dari waktu ke waktu, baik dalam jumlah perusahaan yang

membuat pengungkapan dan dalam jumlah informasi yang dilaporkan. Beberapa perusahaan mulai mengungkapkan praktik SR dalam laporan tahunannya maupun berdiri sendiri sebagai laporan yang terpisah, walaupun sifat dari pengungkapan SR itu sendiri masih sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan CSR berbeda dengan pengungkapan SR, meskipun keduanya merupakan pengungkapan aktivitas sosial perusahaan. Pengertian dari CSR itu sendiri ialah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan stakeholder berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan, sedangkan SR memuat informasi kinerja keuangan dan informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh sehingga memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*).

**b. Penyusunan Pengungkapan *Sustainability Report***

Pengungkapan standar dalam *Sustainability Report* menurut GRI-G3 *Guidelines* terdiri dari:

1. Ekonomi yaitu menyangkut dampak yang dihasilkan perusahaan pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan pada sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global.

2. Lingkungan yaitu menyangkut dampak yang dihasilkan perusahaan terhadap makhluk di bumi, dan lingkungan sekitar termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air.
3. Hak Asasi Manusia menyangkuta adanya transparansi dalam mempertimbangkan pemilihan investor dan pemasok / kontraktor. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.
4. Masyarakat yaitu memusatkan perhatian pada dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beroperasi, dan mengungkapkan bagaimana risiko yang mungkin timbul dari interaksi dengan lembaga sosial lainnya.
5. Tanggung jawab produk yang berisi pelaporan produk yang dihasilkan perusahaan dan layanan yang secara langsung mempengaruhi pelanggan, yaitu kesehatan dan keamanan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi.
6. Sosial yang berisi kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, apa saja yang sudah dilakukan dan bagaimana kegiatan tersebut dilakukan.

Menurut Duckworth (2010), pedoman internasional mengenai cara pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat dijadikan rujukan dalam menyusun *sustainability report* adalah pedoman yang disusun oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*. Menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*,

*sustainability report* adalah praktek pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. *GRI* sendiri merupakan organisasi yang berpusat di Amsterdam, Belanda. *GRI* pada awalnya merupakan bagian *United Nations Environmental Program (UNEP)* dan berkantor di Boston, Amerika Serikat. Pada tahun 1999 pindah ke Amsterdam serta mengubah bentuk menjadi organisasi independen pada tahun 2002. Anggotanya berasal dari beragam pemangku kepentingan mulai dari perusahaan-perusahaan multinasional, akuntan, ahli hukum, konsultan, akademisi, sampai pada *non-government organization* (Urip, 2012).

Dalam pedoman *GRI* terdapat tiga komponen utama pengungkapan yang memperlihatkan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar *disclosures*. Dari ketiga dimensi tersebut diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu: ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Dari keenam dimensi terdapat 34 konstruk dan total seluruh item pengungkapan menurut *GRI* adalah 79 *item* seperti terlihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Konsep Pelaporan SR Berdasarkan *Global Reporting Initiative***

<b>Indikator Kinerja Ekonomi</b>	
Aspek: Kinerja Ekonomi	
EC 1	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.

EC 2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC 3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC 4	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
<b>Aspek: Kehadiran Pasar</b>	
EC 5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC 6	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC 7	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
<b>Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>	
EC 8	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura.
EC 9	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
<b>Indikator Kinerja Lingkungan</b>	
<b>Aspek: Material</b>	
EN 1	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
EN 2	Persentase penggunaan bahan daur ulang.
<b>Aspek: Energi</b>	
EN 3	Penggunaan energi langsung dari sumberdaya energi primer.
EN 4	Pemakaian energi tidak langsung berdasarkan sumber primer.
EN 5	Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi.
EN 6	Inisiatif mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN 7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
<b>Aspek: Air</b>	
EN 8	Total pengambilan air per sumber.
EN 9	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
EN10	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
<b>Aspek: Keanekaragaman Hayati</b>	
EN 11	Lokasi dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi

EN 12	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi)
EN 13	Perlindungan dan pemulihan habitat
EN 14	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam daftar merah IUCN ( <i>Red List Species</i> ) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
<b>Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah</b>	
EN 16	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
EN 17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
EN 19	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon ( <i>ozone depleting substances/ODS</i> ) diperinci berdasarkan berat.
EN 20	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
EN 21	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
EN 22	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
EN 23	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan
EN 24	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
EN 25	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
<b>Aspek: Produk dan Jasa</b>	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN 27	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
<b>Aspek: Kepatuhan</b>	
EN 28	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah sanksi non-moneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
<b>Aspek: Pengangkutan/Transportasi</b>	
EN 29	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi

	perusahaan&tenaga kerja yang memindahkan.
<b>Aspek: Menyeluruh</b>	
EN 30	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan.
<b>Praktek Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak</b>	
<b>Aspek: Pekerjaan</b>	
LA 1	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
LA 2	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA 3	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
<b>Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen</b>	
LA 4	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar menawar kolektif tersebut.
LA 5	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
<b>Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan</b>	
LA 6	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia kesehatan dan keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
LA 7	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA 9	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
<b>Aspek: Pelatihan dan Pendidikan</b>	
LA 10	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
LA 11	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
LA 12	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
<b>Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara</b>	
LA 13	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia,

	keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA 14	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
<b>Hak Asasi Manusia</b>	
Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan	
HR 1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR 2	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM
HR 3	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
Aspek: Nondiskriminasi	
HR 4	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul	
HR 5	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Aspek: Pekerja Anak	
HR 6	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib	
HR 7	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan	
HR 8	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
Aspek: Hak Penduduk Asli	
HR 9	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
<b>Masyarakat/ Sosial</b>	
Aspek: Komunitas	
S0 1	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak

	operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
<b>Aspek: Korupsi</b>	
S0 2	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
S0 3	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi
S0 4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
<b>Aspek: Kebijakan Publik</b>	
S0 5	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
S0 6	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
<b>Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing</b>	
S0 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, <i>antitrust</i> , dan praktek monopoli serta sanksinya.
<b>Aspek: Kepatuhan</b>	
S0 8	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi non-moneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
<b>Tanggung Jawab Produk</b>	
<b>Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan</b>	
PR 1	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
PR 2	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
<b>Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa</b>	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
PR 4	Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label.
PR 5	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
<b>Aspek: Komunikasi Pemasaran</b>	
PR 6	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan <i>voluntary codes</i> yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan <i>sponsorship</i> .
PR 7	Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan

	<i>sponsorship</i> , menurut produknya.
Aspek: Keleluasaan Pribadi ( <i>privacy</i> ) Pelanggan	
PR 8	Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi ( <i>privacy</i> ) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Aspek: Kepatuhan	
PR 9	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: *GRI G3* ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)) dan Solihin (2009)

Di Indonesia, promosi dan penyebarluasan pedoman *GRI* telah dilakukan oleh *NCSR* (*National Center for Sustainability Reporting*) sejak tahun 2005. Saat ini berbagai perusahaan multinasional baik yang bergerak di bidang manufaktur, perdagangan, maupun jasa, mengumumkan *corporate governance* beserta dampak yang ditimbulkannya terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam sebuah *sustainability report*. Berbagai perusahaan besar di dunia seperti Unilever, Procter and Gamble, Carrefour, Freeport, UPS, dan PT Aneka Tambang (Antam) saat ini juga menyusun *sustainability report* berdasarkan pedoman yang dikembangkan oleh *GRI* (Solihin, 2009).

Pengguna utama dari *sustainability report* tersebut antara lain, masyarakat atau komunitas, investor, bank, institusi pemerintah, manajemen dan karyawan. Manfaat *SR* berdasarkan pada kerangka *GRI*, yaitu: 1) sebagai *benchmark* kinerja organisasional dengan memperhatikan hukum, norma, undang-undang, standar kinerja, dan prakarsa sukarela; 2) mendemostrasikan komitmen organisasional untuk *sustainable development*, dan 3) membandingkan kinerja organisasional setiap waktu. *GRI* mempromosikan dan mengembangkan pendekatan standarisasi pelaporan tersebut untuk

menstimulasikan permintaan terhadap informasi *sustainability* yang akan menguntungkan organisasi ([www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com)).

Jadi, dapat diketahui bahwa telah berkembang konsep pelaporan aktivitas sosial dengan model baru dengan standar yang telah ditetapkan untuk melaporkan kegiatan sosial sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan yang telah ditetapkan pemerintah. Pelaporan aktivitas sosial tersebut berbentuk “*sustainability report*” atau laporan berkelanjutan dengan pedoman berdasarkan *GRI* yang telah disosialisasikan oleh *NCSR*.

### **c. Pengungkapan *SR* dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya**

Dalam menjalankan aktifitas pelaporan *sustainability report* tidak ada standar atau praktek tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Hal ini menyebabkan implementasi *sustainability report* disesuaikan dengan kondisi operasional masing-masing perusahaan. Menurut Wibisono (2007), karakteristik perusahaan sendiri merupakan ciri-ciri khusus yang melekat pada suatu perusahaan yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya seperti komitmen pemimpin, jenis perusahaan, ukuran perusahaan, regulasi dan sistem perpajakan. Pada penelitian ini karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* perusahaan akan difokuskan berdasarkan ukuran perusahaan dan tipe industri, karena dua hal

tersebut sangat menggambarkan karakteristik suatu perusahaan dan memiliki hubungan yang signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Ukuran perusahaan yang besar akan mendukung pengungkapan *SR* yang lebih luas karena memiliki sumber dana untuk melaksanakan program tersebut.

Sedangkan tipe industri merupakan karakteristik perusahaan yang sangat mendeskripsikan kegiatan suatu perusahaan itu sendiri. Selain itu, perusahaan yang tergolong *high profile* paling sering mendapat sorotan dari masyarakat, karena tingkat operasinya yang tinggi dan berpotensi untuk bersinggungan langsung dengan kepentingan luas, sehingga perusahaan tersebut akan mengungkapkan lebih banyak informasi pada laporan tentang aktivitas sosialnya dan laporan keberlanjutan usahanya untuk menghindari masalah yang tidak diinginkan nantinya.

Menurut Luthfia (2011) selain karakteristik perusahaan, pengungkapan *sustainability report* juga dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan terdiri atas profitabilitas, likuiditas, leverage dan aktivitas perusahaan. Pada penelitian ini hanya difokuskan pada profitabilitas, karena perusahaan dengan manajemen mampu menciptakan profit yang tinggi dari asset yang ada akan memahami pentingnya pengungkapan aktivitas sosial, lingkungan dan ekonomi, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam *sustainability report*.

Berdasarkan uraian di atas, pada penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh variabel karakteristik perusahaan yaitu ukuran perusahaan tipe industri terhadap pengungkapan *sustainability report* dan profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability report*.

## 5. Karakteristik Perusahaan

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang masih bersifat sukarela di Indonesia membuat implementasinya akan berbeda sesuai situasi kondisi dan karakteristik masing-masing perusahaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, karakteristik sendiri dapat diartikan sebagai ciri-ciri khusus atau sifat khas yang sesuai dengan perwatakan tertentu. Arum (2012) melihat pengungkapan *SR* akan dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* perusahaan dan Tipe industri.

Tapi menurut Luthfia (2011) profitabilitas dan *leverage* bukanlah bagian dari karakteristik perusahaan melainkan tergolong kepada kinerja keuangan, hal serupa juga dilakukan oleh Mega (2013). Sembiring (2005) melengkapi karakteristik-karakteristik perusahaan diatas dengan melihat *profile* perusahaan tersebut. Jadi Pada penelitian kali ini, pengaruh karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* akan dilihat berdasarkan ukuran perusahaan dan tipe industri, karena dua hal tersebut sangat menggambarkan karakteristik suatu perusahaan dan memiliki

hubungan yang signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report* seperti yang dijelaskan sebelumnya.

### **1. Ukuran Perusahaan**

Secara umum, ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ukuran diartikan sebagai: (1) Alat untuk mengukur (seperti meter, kilogram, dan sebagainya); (2) Sesuatu yang dipakai untuk menentukan; (3) Pendapatan mengukur; (4) Panjangnya (lebarnya, luasnya, dan besarnya) sesuatu. Sedangkan perusahaan menurut Soemarso (2002) adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia.

Menurut Bambang (2001) ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan (*firm size*) dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai perusahaan ataupun hasil nilai aktiva dari suatu perusahaan.

Menurut Bapepam No. 9 tahun 1995 berdasarkan ukuran, perusahaan dapat digolongkan atas 2 kelompok sebagai berikut:

#### **1. Perusahaan Kecil**

Perusahaan kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang:

(1) memiliki sejumlah kekayaan (*total asset*) tidak lebih dari Rp 20 miliar; (2)

bukan merupakan afiliasi dan dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah/kecil; (3) bukan merupakan reksadana.

## 2. Perusahaan Menengah/Besar

Perusahaan menengah/besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik negara atau swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk mengklasifikasikan ukuran perusahaan yaitu berdasarkan jumlah karyawan, kapitalisasi pasar, dan jumlah total asset (Mega, 2013). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang memiliki total asset besar menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam hal ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lama dan stabil.

Ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel dalam pengungkapan *sustainability report*. Pada umumnya perusahaan besar memiliki informasi yang lebih lengkap sehingga besar kemungkinan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan besar tersebut. Suropto (1999) menyatakan bahwa perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, system informasi yang

canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Selain itu, perusahaan besar memiliki emiten yang banyak disoroti, sehingga pengungkapan yang lebih luas dapat mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Perusahaan dengan asset yang besar lebih banyak mendapat sorotan dari publik. Maka dari itu, perusahaan yang besar cenderung lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas sebagai upaya untuk menjaga legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat diwujudkan melalui pengungkapan *sustainability report*. *Sustainability report* akan mengungkapkan bagaimana tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan.

## **2. Tipe Industri**

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menguji pengungkapan sosial pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu industri *high-profile* dan *low-profile*.

Robbets (1992) dalam Ayu dan Arum (2012) mendefinisikan industri *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis

yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Sedangkan *low profile companies* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki tingkat *consumer visibility* dan *political visibility* yang rendah.

Pada penelitian ini industri yang dikategorikan sebagai high profile adalah industri di bidang migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi. Alasan pemilihan industri tersebut adalah perusahaan-perusahaan tersebut merupakan *regulated company*. Adapun regulasi yang berkaitan dengan bidang-bidang tersebut antara lain :

1. Undang-undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001
2. Undang-undang Pertambangan Umum No. 11 Tahun 1967
3. Undang-undang No. 23 Tahun 1997 mengenai Kinerja Pengelolaan Lingkungan Perusahaan
4. Undang-undang Telekomunikasi No. 36 Tahun 1999 dimana menyatakan bahwa dalam penyelenggaraan telekomunikasi salah satunya mengikutsertakan peran masyarakat
5. Peraturan yang berhubungan dengan hak pengelolaan Hutan.

Penelitian ini mengacu pada (Hasibuan, 2001 dan Sembiring, 2005) yang membagi klasifikasi perusahaan high profile dan low profile. Perusahaan yang termasuk dalam high profile adalah perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi

dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang termasuk dalam perusahaan low profile adalah perusahaan bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer tekstil, produk personal dan produk rumah tangga. Perusahaan high profile merupakan perusahaan yang mendapat sorotan dari masyarakat luas karena aktivitas operasinya berpotensi untuk berhubungan dengan masyarakat banyak. Oleh karena itu, pengungkapan *sustainability report* perusahaan diperlukan sebagai media oleh perusahaan untuk mempertanggungjawabkan pelaporan aktivitas sosial, lingkungan, ekonomi kepada masyarakat luas.

## **6. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan (Sudana, 2009). Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Menurut Brigham dan Houston (2006) dalam mengukur tingkat profitabilitas ada beberapa rasio yang bisa dipakai. Diantaranya akan dijelaskan dibawah ini, yaitu:

- a. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor) Yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba kotor. Sehingga bisa diketahui tingkat penjualan yang berhasil dilakukan akan memberikan tingkat pendapatan yang berupa laba kotor,
- b. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih) Yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba bersih
- c. *Return On Asset* (Pengembalian atas Asset) Yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto.
- d. *Return On Equity* (Pengembalian atas Ekuitas) Yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen.

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi dari profitabilitas. ROA memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam melakukan efisiensi penggunaan total assets untuk operasional perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah dengan membandingkan laba bersih di bagi dengan total asset (Sartono, 2001).

Menurut Widiyanto (2011), tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing antarperusahaan. Perusahaan yang memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi akan membuka lini atau cabang

yang baru kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Tingkat keuntungan yang tinggi akan menandakan pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang. Dalam memenuhi kebutuhan informasi, diperlukan adanya pengungkapan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna yaitu pengungkapan *sustainability report*.

## 7. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengungkapan *sustainability report* perusahaan terus berkembang saat ini. Terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan indikator dan hasil beragam yang menjelaskan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Beberapa diantaranya adalah:

### 1. Anke (2009)

Anke (2009) menganalisis pelaksanaan SR pada PT Semen Gresik (Persero) Tbk. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan dokumen perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa PT Semen Gresik (Persero) Tbk, telah mempublikasi SR perusahaannya berdasarkan standar GRI.

### 2. Nugroho (2009)

Nugroho (2009) menganalisis *narrative text* pengungkapan CSR dalam SR pada PT Aneka Tambang, Tbk. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan

analisis *semiotik*. Hasil penelitian menyatakan bahwa PT Antam telah melaporkan SR dengan menggunakan format pelaporan GRI sebagai pedomannya.

### 3. Widiyanto (2011)

Widiyanto melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, aktivitas perusahaan, dan *corporate governance* terhadap praktik pengungkapan *sustainability report* dengan menggunakan analisis uji beda *t-test* dan regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan antara karakteristik perusahaan dan pelaksanaan *corporate governance* antara perusahaan yang melakukan pengungkapan dan tidak melakukan pengungkapan SR. Selanjutnya, terdapat pengaruh positif yang ditimbulkan oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dewan direksi, dan komite audit. Berbeda dengan variabel yang lain seperti likuiditas, *leverage*, aktivitas, dan *governance committee* yang dijelaskan tidak memberikan pengaruh terhadap level pengungkapan *sustainability report* suatu perusahaan.

### 4. Luthfia (2011)

Luthfia melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *corporate governance* terhadap publikasi *sustainability report* dengan menggunakan alat analisis berupa regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan total aset, jumlah karyawan, rapat dewan direksi, dan keberadaan *governance committee* berpengaruh positif terhadap

publikasi SR. Adapun *leverage* menunjukkan pengaruh secara negatif terhadap publikasi SR. Sedangkan *return on asset*, *current ratio*, *inventory turnover*, struktur modal, rapat komite audit menunjukkan tidak berpengaruh terhadap publikasi SR.

5. Arum dan Ayu (2012)

Arum dan Ayu melakukan penelitian mengenai Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *internet financial and sustainability reporting* (ifsr) dengan menggunakan analisis uji beda *t-test* dan regresi logistic. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industry berpengaruh positif terhadap pengungkapan IFRS. Dan karakteristik perusahaan yang lain yaitu *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan IFRS.

6. Adistira (2012)

Melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability reporting* dengan alat analisis yaitu analisis regresi berganda. diperoleh hasil bahwa hanya variabel *type*, *size* yang berpengaruh terhadap *sustainability reporting disclosure*. Hal tersebut terlihat dari nilai *t* hitung yang lebih besar dari pada nilai *t* tabel. Sedangkan nilai *t* hitung untuk variabel *leverage* dan *profitability* lebih kecil dari pada nilai *t* tabel yang sudah ditentukan. Sehingga dapat disimpulkan kedua variabel

tersebut tidak berpengaruh secara parsial terhadap *sustainability reporting disclosure*.

#### 7. Mega (2013)

Melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan *corporate governance* terhadap pengungkapan *sustainability reporting* dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Variabel komite audit dan dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan variabel likuiditas, *leverage*, aktivitas perusahaan, ukuran perusahaan dan dewan direksi tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* perusahaan.

### 8. Hubungan Antara Variabel

#### a. Hubungan Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Sustainability Report*.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar/kecilnya usaha dari suatu perusahaan yang melakukan aktivitas bisnis untuk mencapai tujuan tertentu. Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan besar merupakan entitas bisnis yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial.

Ukuran perusahaan diukur berdasarkan nilai total aset perusahaan tersebut. Semakin besar total aset perusahaan maka perusahaan tersebut dapat dikategorikan perusahaan besar dan apabila total aset perusahaan meningkat, maka proporsi perusahaan dalam penyediaan informasi juga meningkat. Cowen, et al (dalam luthfia, 2011) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki pengaruh lebih besar terhadap masyarakat sehingga perusahaan dimungkinkan lebih memperhatikan program sosial untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Semakin besar perusahaan akan memunculkan pengeluaran yang lebih besar dalam mewujudkan legitimasi perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan akan meningkatkan informasi yang lebih luas. Legitimasi dibutuhkan perusahaan untuk menyelaraskan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat (Suryono dan Prastiwi, 2011). Perusahaan dengan ukuran yang besar lebih banyak mendapat sorotan dari publik. Maka dari itu, perusahaan yang besar cenderung lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas sebagai upaya untuk menjaga legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat diwujudkan melalui pengungkapan *sustainability report*. *Sustainability report* akan mengungkapkan bagaimana tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan.

Adistira (2012) dan Arum (2012) menemukan pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report* perusahaan. Namun, hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mega (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

**b. Hubungan Tipe Industri dan Pengungkapan *Sustainability Report***

Para peneliti akuntansi sosial tertarik untuk menguji pengungkapan *sustainability report* pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Salah satu perbedaan karakteristik yang menjadi perhatian adalah tipe industri, yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*. Untuk membedakan kedua jenis industri tersebut, definisi yang diusulkan oleh Robert (1992) dalam Arum dan Ayu (2012) dapat dipergunakan. Robert mendefinisikan *high-profile companies* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi.

Industri yang *high-profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada industri yang *low-profile*. Cowen *et al.*(1987) dalam Putra (2011) menambahkan sebagai berikut:

*“Consumer-oriented companies can be expected to exhibit greater concern with demonstrating their social responsibility to the community, since this is likely to enhance corporate image and influence sales.”*

Maksud dari uraian di atas adalah perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai laporan keberlanjutan (*sustainability report*) karena hal ini akan meningkatkan image perusahaan dan mempengaruhi penjualan. Sementara itu, Preston (1977) dalam Mega (2013) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain.

Perusahaan yang tergolong *high profile* paling sering memperoleh sorotan dari masyarakat, karena tingkat operasinya yang tinggi dan berpotensi untuk bersinggungan langsung dengan kepentingan luas. Masyarakat pada umumnya lebih sensitif pada perusahaan jenis ini karena kelalaian perusahaan akan membawa akibat fatal bagi masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan *high profile* akan mengungkapkan lebih banyak informasi pada laporan tentang aktivitas sosialnya dan laporan keberlanjutan usahanya untuk menghindari masalah yang tidak diinginkan nantinya. Sebaliknya, perusahaan yang tergolong *low profile* memiliki customer visibility, resiko politik, dan tingkat kompetisi yang rendah, sehingga informasi yang diungkapkan cenderung lebih sedikit dibanding perusahaan *high profile*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adistira (2012) dan Mega (2013) memperoleh hasil bahwa tipe Industri memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

### c. Hubungan Profitabilitas dan Pengungkapan *Sustainability Report*

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi karena ingin menunjukkan kepada *public* dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama. Selain itu, perusahaan juga ingin investor yakin bahwa operasi berjalan efisien, sehingga tidak menimbulkan keraguan pada investor untuk berinvestasi. Melalui (publikasi sosial dan lingkungan) perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih cukup dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat, lingkungan dan ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007).

Perusahaan yang memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi akan membuka lini atau cabang yang baru kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Tingkat keuntungan yang tinggi akan menandakan pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang. Dalam memenuhi kebutuhan informasi, diperlukan adanya pengungkapan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna yaitu melalui media pengungkapan *sustainability report*. Perusahaan yang menghasilkan *profit* tinggi akan membuka lini atau cabang yang baru, kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Tingkat *profit* yang tinggi

akan menandakan pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan memerlukan pengungkapan yang lebih luas dalam memenuhi kebutuhan informasi sesuai kebutuhan masing-masing pengguna yaitu melalui media pengungkapan *sustainability report*.

Terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*, karena mengacu pada teori *stakeholder* bahwa aktivitas sosial atau non keuangan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba, jadi dapat disimpulkan perusahaan dengan perolehan laba yang besar sebaiknya mengungkapkan aktivitas sosial atau yang berkaitan dengan lingkungannya lebih luas. Jadi semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi tingkat pengungkapan *sustainability report* tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto (2011) dan Ayu dan Arum (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *SR*. Tapi hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adistira (2012) dan Mega (2013) yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

## B. KERANGKA KONSEPTUAL

Semenjak tahun 2006, berkembang konsep pelaporan baru yang disebut *sustainability report* berdasarkan pedoman *GRI G3* yang terdiri dari 79 indikator yang harus dilaporkan perusahaan untuk memperlihatkan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan secara bersamaan.

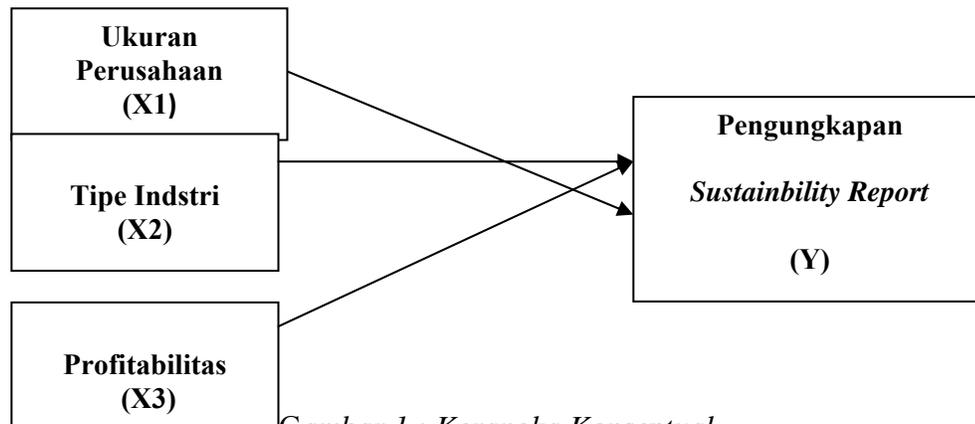
Pengungkapan *sustainability report* setiap perusahaan akan berbeda tergantung pada kondisi dan karakteristik perusahaan tersebut. Karakteristik perusahaan merupakan ciri-ciri tertentu yang ada pada suatu perusahaan dan pada penelitian kali ini dilihat berdasarkan ukuran perusahaan dan tipe industri. Tidak hanya berdasarkan karakteristik perusahaan tersebut, pengungkapan *sustainability report* juga dipengaruhi oleh profitabilitas masing-masing perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan diasumsikan memiliki resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil sehingga mendorong perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability report*-nya. Selain itu, perusahaan besar diasumsikan memiliki kemampuan untuk membiayai pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dibutuhkan.

Karakteristik perusahaan selanjutnya yaitu tipe industri, masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dapat berakibat fatal bagi masyarakat. Oleh karena itu untuk menghindari masalah yang tidak di inginkan nantinya, perusahaan dituntut untuk membuat suatu kebijakan untuk melaporkan aktivitas produksi-nya, berupa pengungkapan aktivitas sosial,

lingkungan dan ekonomi, yang tentunya diharapkan melaporkan aktivitas perusahaan yang harmonis dengan lingkungan dan alam sekitar, tujuannya adalah untuk meningkatkan image dan penjualan perusahaan.

Profitabilitas juga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Perusahaan yang memperoleh profitabilitas yang tinggi akan membuka lini atau cabang yang baru kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Tingkat keuntungan yang tinggi akan menandakan pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang. Dalam memenuhi kebutuhan informasi, diperlukan adanya pengungkapan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna. Jadi profitabilitas yang tinggi akan berdampak juga terhadap luasnya pengungkapan *sustainability report* suatu perusahaan.



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

### C. HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka penulis mengangkat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

H<sub>2</sub>: Tipe Industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan perusahaan dalam *sustainability report*.

H<sub>3</sub>: Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2012.
2. Tipe Industri berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2012.
3. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2012.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah sampel yang sangat terbatas, hanya 32 dari 385 perusahaan yang ada, dikarenakan hanya 32 perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*.

2. Terdapat unsur subjektifitas dalam menentukan indeks pengungkapan, karena tidak adanya suatu ketentuan baku yang dapat dijadikan standar dan acuan, sehingga penentuan indeks untuk indikator *GRI* yang sama dapat berbeda antar setiap peneliti.
3. Tingkat *Adjusted R<sup>2</sup>* yang rendah dari modal yang diuji 0,193, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *sustainability report*.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang tahun penelitian misalnya dalam rentang waktu 5 tahun atau 6 tahun, karena dengan hal ini dapat memperbanyak jumlah perusahaan sampel yang akan diteliti.
2. Pemerintah hendaknya menetapkan regulasi yang secara tegas dan jelas mengatur mengenai praktik dan pengungkapan, serta pengawasan *sustainability report* pada perusahaan di Indonesia sehingga praktik dan pengungkapan *sustainability report* di Indonesia semakin meningkat.

3. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* perusahaan di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Penelitian selanjutnya yang ingin menggunakan karakteristik perusahaan, lebih menambah variabel yang termasuk dalam karakteristik perusahaan seperti umur perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adistira, Sri Aulia. (2012). “Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability reporting*”. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, ISSN: 2088-0685 Vol.3 No. 1, April 2013 Pp 403-414.
- Anke. (2009). “Analisis pelaksanaan SR pada PT Semen Gresik (Persero) Tbk”. *Jurnal Akuntansi & Auditing* Volume 8/No. 1/November 2009. Undip
- Arum, Prastiwi dan Ayu Puspitaningrum. (2012). “Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *internet financial and sustainability reporting (ifsr)*”. *Jurnal Skripsi*. Universitas Brawijaya
- Brigham dan Houston. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat: Jakarta.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro Semarang
- Chairiri, Anis & Firman Aji Nugroho. (2008). “Retorika Dalam Pelaporan CSR: Analisis Semiotik Atas SR PT Aneka Tambang Tbk”. *Jurnal Skripsi*. Undip.
- Chariri, Anis dan F.A. Nugroho. 2009. “Retorika dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT Aneka Tambang (Antam) Tbk”. (online) diakses pada tanggal 11 September 2010.
- Dilling. 2009. “Sustainability Reporting In A Global Context : What Are The Characteristics Of Corporations That Provide High Quality Sustainability Reports – An Empirical Analysis”, dalam *International Business & Economics Research Journal*. Vol. 9, No. 1. New York Institute of Technology. Canada.
- Duckworth, Holly Alison, & More, Rosemond Ann. (2010). *Social Responsibility Failure Mode Effect and Anlysis*. CSR Press.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro.

- GRI. (2010). "Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiative, London". <http://www.globalreporting.org>. Diakses Tanggal 04 September 2012.
- Idris. (2006). Aplikasi SPSS Dalam Analisis Data Kuantitatif. Padang: FE-UNP.
- Kuhlman, Tom. 2010." What Is Sustainability ?". dalam ISSN Journal. <http://www.mdpi.com>. Diakses tanggal 9 Januari 2014.
- Lawrence, T., Anne, Weber. James & E.P James. (2006). *Business and society*. 11th edition. McGraw Hill.
- Luthfia, Khaula. (2011). "Pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *corporate governance* terhadap publikasi *sustainability report*". Skripsi. Undip.
- Munif, Aulia Zahra. (2010). "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)*". Tesis. Universitas Diponegoro.
- Mega, Putri Yustia Sari. (2013). "Pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan *corporate governance* terhadap pengungkapan *sustainability reporting*". **Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-10**. Undip.
- Nugroho, Firman Aji. 2009. "Analisis Atas Narrative Text Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Sustainability Report PT.Aneka Tambang,Tbk". Skripsi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Purwanto, Agus. (2011). "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Akuntansi & Auditing* Volume 8/No. 1/November 2011: 1-94. Undip.
- Ramayana, Reza. 2009. "Ironi Tentang Pelaporan Berkelanjutan". <http://www.csrindonesia.com>. Diakses Tanggal 19 Desember 2012.
- Roberts, R.W. 1992. *Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory*", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612.
- Sartono, Agus. (2001). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta.

- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*. Hlm 379-395.
- Soemarso. (2002). *Akuntansi Statu Pengantar, Buku 1. Edisi Lima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihin, Ismail. (2009). *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryono, H., dan Prastiwi, P. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Governance (CG) Terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report (SR) (Studi Pada Perusahaan – Perusahaan yang Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2009)*. Makalah Simposium Nasional Akuntansi XII Aceh 2011.
- Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 1997 tentang Lingkungan.
- Undang-Undang RI Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Whitehead, John. 2006. “ Global Warming and Sustainability”. <http://www.envecon.net>. Diakses tanggal 12 Januari 2014.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Surabaya: Media Grapka.
- Widianto, Hari Suryoni. (2011). “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Governance* Terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report*”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Xavier, Bary. 2009. “Mengapa Bisnis Perlu Menerapkan *Sustainability*”. <http://www.pa-international.org>. Diakses tanggal 20 Februari 2014.