



PENGUNGKAPAN

SUSTAINABILITY REPORTING

DI INDONESIA

Dr. Luk Luk Fuadah, S.E., M.B.A., A.k, C.A.

Dr. Yuliani, S. E. M.M

Rika Henda Safitri, S. E. M.Acc., A.k, C.A.



PENERBIT
CITRABOOKS

PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING DI INDONESIA

Dr. Luk Luk Fuadah, S.E., M.B.A., A.k, C.A.
Dr. Yuliani, S. E. M.M
Rika Henda Safitri, S. E. M.Acc., A.k, C.A.



**PENERBIT
CITRABOOKS**

PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING DI DINDONESIA

Penulis:

Dr. Luk Luk Fuadah, S.E., M.B.A., Ak
Dr. Yuliani, S.E., M.M., QWP®
Rika Henda Safitri, S.E., M.Acc., Ak., CA

ISBN: 978-602-7568-64-8

Koordinator Penerbitan: Andri Kurniawan, S.Kom., *Editor In Chief:* Dwi Kusradi, *Copy Editor:* Metha Oi Putri., *Desain Sampul:* Tim Citrabooks

Penerbit:

Citrabooks Indonesia

Redaksi dan Pemasaran:

Jl. Let. Harun Sohar Komplek PDK Blok E-12,
Kebun Bunga, Sukarami, Palembang
Sumatera Selatan - Indonesia. Tlp: 0821 83068381, Fax: 0711 420947
Email: citrabooksindonesia@yahoo.com

Edisi Pertama, Oktober 2018

15 x 23 cm, hlm. vi + 88

HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG.

Dilarang mengutip, menjiplak, memperbanyak baik sebagian maupun keseluruhan dari isi buku ini serta memperjualbelikannya tanpa izin tertulis dari Penerbit.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil Alamain. Segala Puji kami panjatkan kepada Allah SWT. Sholawat dan salam kepada Rasulullah SAW semoga rahmat selalu tercurah dan juga keluarga serta sahabat. Atas kehendak dan karunia Allah SWT, kami dapat menyelesaikan penulisan buku ini dari hasil penelitian kompetitif dapat terselesaikan dengan baik.

Buku ini berjudul "Pengungkapan *Sustainability Reporting*". Buku ini terdiri dari lima bab. Bab I mendiskusikan mengenai perkembangan sustainability reporting terdiri dari dua hal yang dibahas yaitu *triple bottom line*, dan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) membahas mengenai pengungkapan *sustainability reporting*. Bab II ini menjelaskan mengenai pengertian *sustainability reporting*, Tujuan *sustainability reporting*, manfaat *sustainability reporting*, studi empiris berkaitan dengan *sustainability reporting*. Bab III mendiskusikan mengenai Teori berkaitan *Sustainability Reporting* terdiri Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*), Teori Legitimasi (*Legitimation Theory*) dan Teori Agensi (*Agency Theory*). Bab III membahas mengenai Kinerja keuangan. Bab IV menguraikan mengenai pengertian kinerja keuangan, pengukuran kinerja keuangan, hasil studi berkaitan dengan sustainability reporting dan kinerja keuangan. Bab V merupakan ringkasan hasil penelitian kompetitif dengan pendanaan

PNBP Universitas Sriwijaya tahun 2017 berjudul "Pengungkapan Sustainability Reporting Studi Empiris Indonesia dan Malaysia".

Pada kesempatan ini kami menghaturkan banyak terima kasih pada rekan satu tim dan mahasiswa yang sangat membantu dalam mengumpulkan data, mengolah dan menganalisis data. Kami menyadari bahwa buku ini belum sempurna. Kami mengharapkan saran untuk perbaikan bagi pembaca baik dari akademisi, dan juga praktisi dengan demikian dapat memberikan hasil yang lebih baik di masa yang akan datang. Saran dan kritik dapat dikirim via email lukluk.fuadah@gmail.com

Palembang, 20 November 2017

Ketua Penulis

Dr. Luk Luk Fuadah, SE, MBA, Ak, CA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I PERKEMBANGAN <i>SUSTAINABILITY REPORTING</i>	1
1.1 <i>TRIPLE P</i> DAN <i>TRIPLE BOTTOM LINE</i>	1
1.2 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)	5
BAB II PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING	11
2.1 PENGERTIAN LAPORAN BERKELANJUTAN (<i>SUSTAINABILITY REPORTING</i>).....	11
2.2 TUJUAN SUSTAINABILITY REPORTING	14
2.4 STUDI EMPIRIS BERKAITAN SUSTAINABILITY REPORTING.....	19
BAB-III TEORI BERKAITAN <i>SUSTAINABILITY REPORTING</i>	29
3.1 TEORI PEMANGKU KEPENTINGAN (<i>STAKEHOLDER THEORY</i>).....	29
3.2 TEORI LEGITIMASI (<i>LEGITIMACY THEORY</i>).....	32
3.3 TEORI AGENSI (<i>AGENCY THEORY</i>).....	36
BAB IV KINERJA KEUANGAN	41
4.1 PENGERTIAN KINERJA KEUANGAN.....	41
4.2 PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN	41

4.3.	HASIL STUDI EMPIRIS BERKAITAN <i>SUSTAINABILITY REPORTING</i> DAN KINERJA KEUANGAN	43
BAB V	<i>PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING</i> STUDI EMPIRIS INDONESIA DAN MALAYSIA	45
5.1	PENDAHULUAN	45
5.2	PERUMUSAN MASALAH	48
5.3	KERANGKA PEMIKIRAN	49
5.4	PENGEMBANGAN HIPOTESIS	49
5.5	METODE PENELITIAN	51
5.6	HASIL DAN PEMBAHASAN	60
5.7	SIMPULAN	67
5.8	KETERBATASAN PENELITIAN	69
DAFTAR PUSTAKA	71
GLOSARIUM	83
INDEX	87

BAB I

PERKEMBANGAN *SUSTAINABILITY REPORTING*

1.1. *TRIPLE P dan TRIPLE BOTTOM LINE*

Frase '*triple bottom line*' (TBL) diciptakan oleh Elkington pada tahun 1994 untuk memperluas agenda lingkungan hidup mereka yang bekerja menuju keberlanjutan sehingga secara eksplisit memasukkan dimensi sosial (Elkington, 2004). Elkington menggunakan ungkapan tersebut sebagai dasar dalam bukunya *Cannibals with Forks* (Elkington, 1997), di mana dijelaskan bahwa TBL mengacu pada tiga garis dasar "kemakmuran ekonomi, kualitas lingkungan dan keadilan sosial". Menurut Elkington :

'Triple bottom line memfokuskan korporasi tidak hanya pada nilai ekonomi yang mereka tambahkan, tapi juga pada nilai lingkungan dan sosial yang mereka tambahkan - dan hancurkan. Paling sempit, istilah '*triple bottom line*' digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan terhadap parameter ekonomi, sosial dan lingkungan

Ungkapan "*triple bottom line*" pertama kali diciptakan pada tahun 1994 oleh John Elkington, seorang pendiri konsultan Inggris yang disebut *SustainAbility* (Elkington, 1997, 2004). Argumennya adalah bahwa perusahaan harus menyiapkan tiga

garis bawah / bottom line yang berbeda dan terpisah. Garis bawah pertama adalah ukuran tradisional perusahaan yaitu laba / profit dan rugi. Yang kedua adalah garis bawah akun “orang / *people*” perusahaan yaitu ukuran dalam bentuk bagaimana organisasi yang beroperasi bertanggung jawab secara sosial. Yang ketiga adalah garis bawah dari akun “planet” perusahaan yaitu ukuran bagaimana bertanggung jawab terhadap lingkungan hidup. *Triple Bottom Line* (TBL) dengan demikian terdiri dari tiga P: Profit, People dan Planet. Ini bertujuan untuk mengukur kinerja keuangan, sosial dan lingkungan perusahaan selama periode waktu tertentu. Hanya perusahaan yang menghasilkan TBL yang memperhitungkan biaya penuh yang terlibat dalam melakukan bisnis. *Triple Bottom Line* terdiri dari faktor "sosial, ekonomi, dan lingkungan".

People, Planet, dan Profit" secara ringkas menggambarkan garis dasar dan tujuan keberlanjutan.

1. *People* berkaitan dengan praktik bisnis yang adil dan menguntungkan terhadap tenaga kerja dan masyarakat dan wilayah di mana perusahaan melakukan bisnisnya. Perusahaan TBL memiliki struktur sosial timbal-balik di mana kesejahteraan kepentingan perusahaan, tenaga kerja, dan pemangku kepentingan lainnya saling bergantung.

Perusahaan triple bottom line berusaha memberi manfaat bagi banyak konstituen, bukan mengeksploitasi atau membahayakan kelompok mana pun dari mereka. "Pengalihan" dari sebagian laba dari pemasaran barang jadi kembali ke produsen asli bahan mentah, misalnya, seorang petani dalam praktik pertanian perdagangan yang adil, adalah fitur yang umum. Secara konkret, bisnis TBL tidak akan menggunakan pekerja anak dan memantau semua perusahaan yang dikontrak untuk eksploitasi pekerja anak, akan membayar gaji yang adil kepada para pekerjanya, akan menjaga lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi, dan tidak akan mengeksploitasi suatu komunitas atau angkatan kerja. Bisnis TBL juga biasanya berusaha "memberi kembali" dengan berkontribusi pada kekuatan dan pertumbuhan komunitasnya dengan hal-hal seperti perawatan kesehatan dan pendidikan. Mengkuantifikasi garis bawah ini relatif baru, bermasalah dan sering subjektif. Global Reporting Initiative (GRI) telah mengembangkan panduan yang memungkinkan perusahaan dan LSM untuk melaporkan dampak sosial dari bisnis

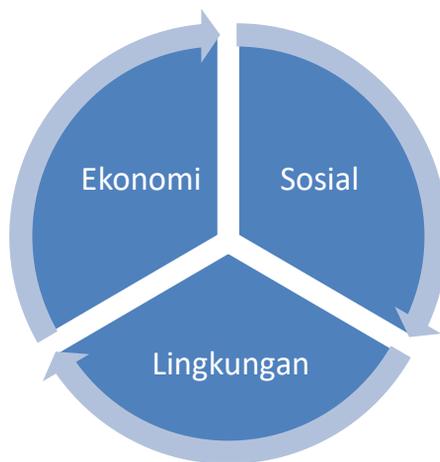
2. *Planet* (modal alam) mengacu pada praktik lingkungan yang berkelanjutan. Perusahaan TBL berusaha untuk menguntungkan tatanan alam sebanyak mungkin atau

setidaknya tidak membahayakan dan meminimalkan dampak lingkungan. Upaya TBL mengurangi jejak ekologisnya dengan, antara lain, secara hati-hati mengelola konsumsi energi dan non-energi terbarukan dan mengurangi limbah manufaktur serta mengurangi limbah beracun sebelum membuangnya dengan cara yang aman dan legal. "Cradle to grave" adalah yang paling penting dalam pemikiran bisnis manufaktur TBL, yang biasanya melakukan penilaian siklus hidup produk untuk menentukan apa biaya lingkungan yang sebenarnya adalah dari pertumbuhan dan pemanenan bahan mentah hingga pembuatan hingga distribusi hingga akhirnya dibuang pada akhirnya. pengguna. Perusahaan triple bottom line tidak menghasilkan produk berbahaya atau merusak seperti senjata, bahan kimia beracun atau baterai yang mengandung logam berat berbahaya, misalnya. Saat ini, biaya pembuangan produk yang tidak dapat terdegradasi atau beracun ditanggung secara finansial oleh pemerintah dan lingkungan oleh penghuni dekat tempat pembuangan dan tempat lain. Dalam pemikiran TBL, perusahaan yang memproduksi dan memasarkan produk yang akan menciptakan masalah limbah tidak boleh diberikan tumpangan gratis oleh masyarakat. Akan lebih adil bagi bisnis yang memproduksi dan menjual produk yang

bermasalah untuk menanggung sebagian dari biaya pembuangan akhir. Praktik-praktik destruktif secara ekologi, seperti penangkapan ikan berlebihan atau penipisan sumber daya lainnya dihindari oleh perusahaan TBL. Seringkali keberlanjutan lingkungan adalah kursus yang lebih menguntungkan untuk bisnis dalam jangka panjang. Argumen bahwa biaya lebih untuk menjadi ramah lingkungan sering bermetamorfosis ketika jalannya bisnis dianalisis selama periode waktu tertentu. Secara umum, metrik pelaporan keberlanjutan lebih baik dikuantifikasi dan distandarisasi untuk masalah lingkungan daripada untuk masalah sosial. Sejumlah lembaga dan pendaftar pelaporan yang dihormati ada termasuk Global Reporting Initiative, CERES, Institute 4 Sustainability, dan lainnya

3. *Profit* adalah nilai ekonomi yang diciptakan oleh organisasi setelah dikurangi biaya semua masukan, termasuk biaya modal. Karenanya berbeda dari definisi akuntansi laba tradisional. Dalam konsep aslinya, dalam kerangka keberlanjutan, aspek "profit" perlu dilihat sebagai manfaat ekonomi nyata yang dinikmati oleh masyarakat tuan rumah. Ini adalah dampak ekonomi nyata yang dimiliki organisasi dalam lingkungan ekonomi. Hal ini sering membingungkan terbatas pada laba internal yang dibuat oleh perusahaan atau

organisasi (yang tetap merupakan titik awal yang penting untuk perhitungan). Oleh karena itu, pendekatan TBL tidak dapat diartikan sebagai laba akuntansi perusahaan biasa ditambah dampak sosial dan lingkungan, kecuali "laba" dari entitas lain tersebut dimasukkan sebagai manfaat sosial.



1.2. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)

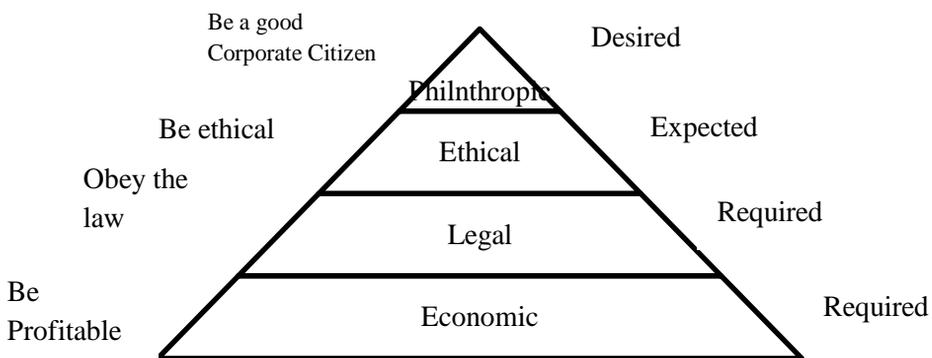
Secara umum, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Birth *et al.*, 2005). Jadi dalam gagasan CSR, perusahaan tidak lagi

dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada prinsip dasar yang tunggal (*single bottom line*) yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dari kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada tiga prinsip dasar (*triple bottom line*) yaitu finansial (*profit*), sosial (*people*) dan bumi (*planet*), yang dikenal juga dengan *triple P* (Gray & Milne, 2004).

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility* -CSR) diakui sebagai salah satu komponen terpenting dari strategi perusahaan untuk memastikan nilai jangka panjang dan pertumbuhan berkelanjutan dari sebuah perusahaan (Suto & Takehara, 2016). Selanjutnya Kabir (2017) mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate social responsibility* (CSR) semakin menarik perhatian investor, pelanggan, pemasok, karyawan dan pemerintah di seluruh dunia (Kabir, 2017).

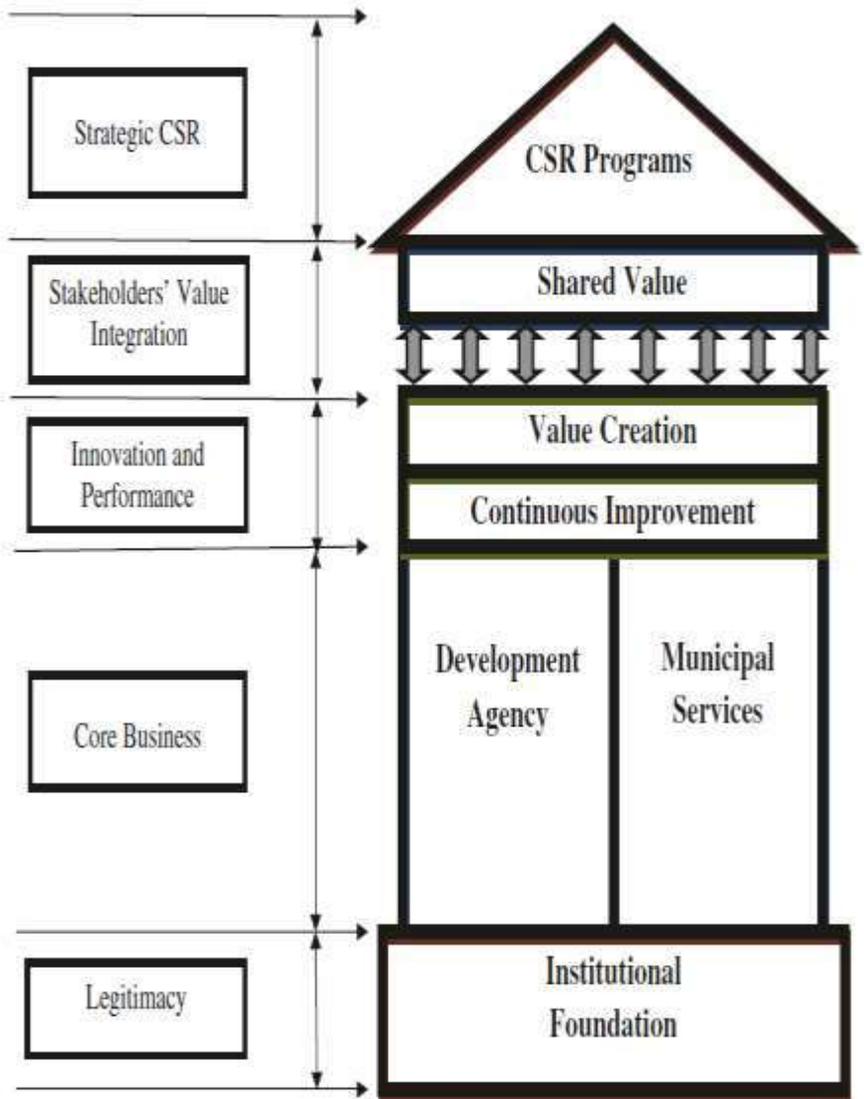
Dari gambar 1.1. terlihat piramida dari tanggung jawab sosial perusahaan yang terdiri dari:

1. Filantropi (*Philantropy*)
2. Etika (*Ethical*)
3. Hukum (*Legal*)
4. Ekonomi (*Economic*)



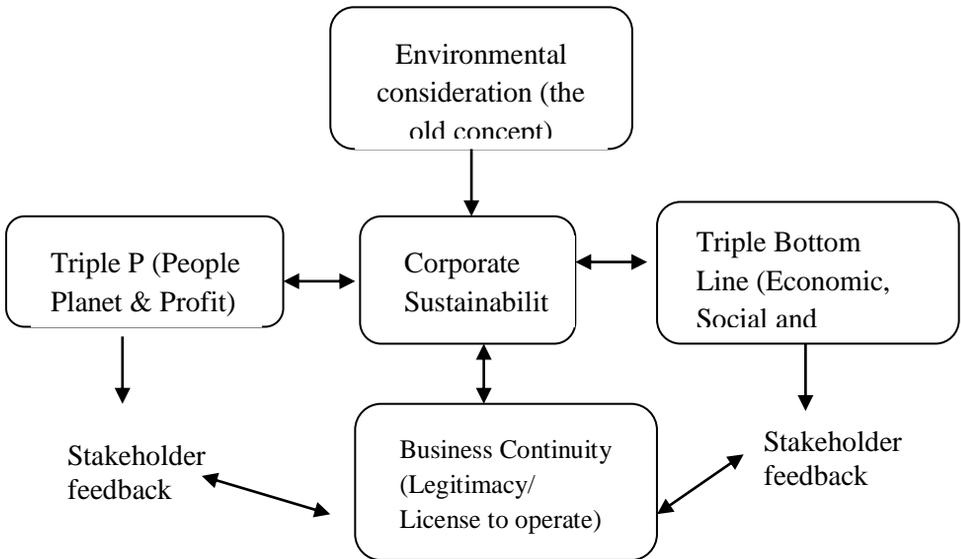
Gambar 1.1. *Pyramid of Corporate Social Responsibility*
 Sumber: Caroll (1991)

Perusahaan manufaktur diharapkan untuk menerapkan beragam praktik *Corporate Social Responsibility* seperti perlindungan lingkungan, manajemen karyawan, manajemen rantai pasokan yang bertanggung jawab, donasi amal, manfaat pelanggan, pengembangan masyarakat, iklim keselamatan kerja, dan mitigasi risiko produk (Speier et.al., 2011; Skouloudis et.al., 2015).



Gambar 1.2. Model Otoritas pada *Corporate Social Responsibility* (Sumber: Hui, 2018)

Dari gambar 1.2 terlihat peran program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan juga dikaitkan dengan strategi perusahaan. Integrasi nilai dari pemangku kepentingan, inovasi dan kinerja serta bisnis utama dan legitimasi. Dari Program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) memperoleh nilai yang dapat dibagi dan juga menciptakan nilai serta peningkatan berkelanjutan.



Gambar 1.3. The Concept of Sustainability
 Sumber: Asif et. al., (2011).

Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) adalah konsep dinamis dan aspek lingkungan, ekonomi, dan

sosial yang spesifik dan prioritas bahwa organisasi berfokus pada kemauan terus berubah (Asif et.al., 2011). Ini dapat dikaitkan dengan tiga alasan utama yaitu:

1. Pengaruh faktor lingkungan internal dan eksternal pada sumber daya organisasi. Ini bisa termasuk perubahan dalam peraturan pemerintah, lingkungan politik, munculnya pesaing baru atau bahkan perubahan dalam tim manajemen senior.
2. Legitimasi, urgensi, dan kekuatan pemangku kepentingan kunci organisasi terus berubah.
3. Kompleksitas operasi bisnis telah meningkat secara dramatis dari waktu ke waktu.

Perusahaan sekarang menghadapi berbagai tantangan, baik yang diantisipasi maupun yang tidak diantisipasi, seperti kondisi pasar yang berubah dengan cepat, koordinasi operasi pada tingkat global, dan peningkatan ketergantungan pada *outsourcing*. Mengatasi tantangan keberlanjutan perusahaan, oleh karena itu, memerlukan pendekatan yang fleksibel di mana organisasi terus memindai lingkungan mereka untuk secara proaktif mengidentifikasi masalah prioritas sehingga strategi bisnis mereka dapat diadaptasi sesuai. Dengan kata lain, konsep keberlanjutan yang dinamis membutuhkan organisasi untuk

mengembangkan kapasitas untuk terus mengatasi masalah yang muncul.

BAB II

PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING

2.1. PENGERTIAN LAPORAN BERKELANJUTAN (SUSTAINABILITY REPORTING)

Pengertian Laporan Berkelanjutan (*Sustainability Reporting*) menurut *Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines (G4)* adalah (Aswani & Swami, 2017):

“sustainability reporting is defined as a process that assists companies in setting goals, measuring performance and managing change towards a sustainable global economy – one that combines long term profitability with social responsibility and environmental care. Sustainability reporting is the key platform for communicating the company’s economic, environmental, social and governance performance, reflecting positive and negative impacts.”

Pelaporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) didefinisikan sebagai proses yang membantu perusahaan dalam menetapkan tujuan, mengukur kinerja dan mengelola perubahan menuju ekonomi global yang berkelanjutan - yang menggabungkan profitabilitas jangka panjang dengan tanggung jawab sosial dan perawatan lingkungan. Pelaporan keberlanjutan adalah platform

kunci untuk mengkomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, yang mencerminkan dampak positif dan negatif.

Pelaporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) terbukti menciptakan peluang baru karena perusahaan memberi merek laporan keberlanjutan mereka untuk mencerminkan kepribadian yang bertanggung jawab atas kesuksesan perusahaan serta strategi bisnis mereka (Deloitte, 2013). Pelaporan keberlanjutan, antara lain, menguraikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan khususnya, kontribusinya bagi masyarakat atau masyarakat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) adalah alat komunikasi dan keterlibatan antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Laporan keberlanjutan tidak hanya berisi informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi aktivitas non-keuangan terdiri dari informasi sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan.

Pengungkapan standar dalam *Sustainability Report* menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) -G4 terdiri dari:

1. Ekonomi

Keprihatinan dimensi ekonomis keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi ekonomi para

pemegang kepentingan di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional, dan global.

2. Lingkungan

Dimensi Lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem, tanah, air dan udara. Indikator Lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah).

3. Hak Asasi Manusia

Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemilihan supplier/kontraktor.

4. Sosial

Indikator Kinerja Masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi social lainnya yang mereka kelola.

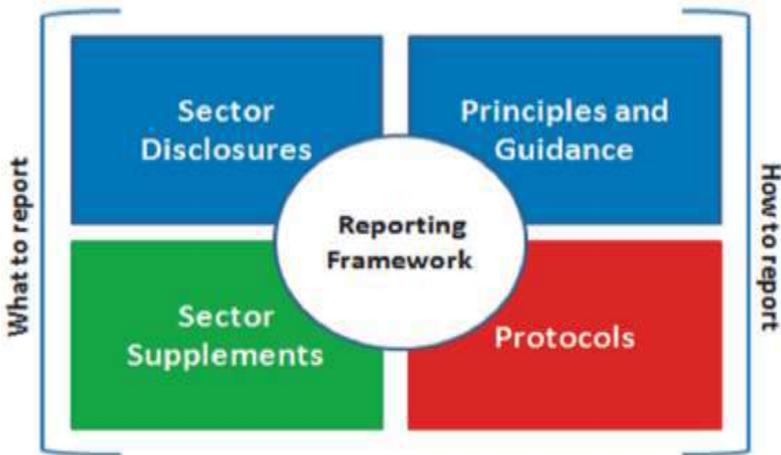
5. Tanggung jawab produk

Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk membahas aspek produk dari organisasi pelapor dan serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama,

kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi.

6. Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak

Dimensi sosial dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi di mana dia beroperasi. Indikator Kinerja Sosial GRI menentukan Aspek Kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk.



Gambar 1.1. Reporting Framework by GRI

(Sumber: Aswani & Swami, 2017)

2.2. TUJUAN SUSTAINABILITY REPORTING

Tekanan dari pertumbuhan kepedulian pada lingkungan, perubahan iklim, sosial, ketidaksetaraan, kemiskinan, krisis

ekonomi menempatkan perusahaan disoroti. Peraturan baik nasional dan internasional mendorong perusahaan untuk mengadopsi prinsip-prinsip tanggungjawab sosial dan lingkungan berkaitan dengan strategi, struktur dan sistem manajemen (Needles, Frigo, Powers, & Shigaev, 2016). *Global Reporting Initiative* (GRI) dan *International Integrated Reporting Committee* (IIRC) menerbitkan generasi ke empat pedoman penyusunan *sustainability reporting* (G4) pada “*Global Conference on Sustainability and Reporting*” Mei 2013. Dalam G4 menekankan pedoman menfokuskan pada materialitas. G4 mempromosikan bahwa perusahaan berkonsentrasi dalam menyusun *sustainability reporting* berkaitan dengan bisnis mereka. G4 juga mendukung pengembangan lebih lanjut pada *integrated reporting* berkonsentarsi pada informasi non keuangan (“G4 Sustainability Reporting Guidelines,” 2017). *Global Reporting Initiative* (GRI) telah mengeluarkan pedoman penyusunan *sustainability reporting* yang dapat diakses pada website www.globalreporting.org dan www.ncsr-id.org.

Perusahaan menyusun *sustainability reporting* sebagai alat yang vital dalam membantu mengkomunikasikan isu-isu berkaitan dengan keberlanjutan perusahaan (Caron & Tucotte, 2009). Laporan ini membangun hubungan yang sehat dengan

stakeholder yang merupakan hal yang penting untuk kesuksesan dan keberlanjutan (Cortez & Cudia, 2011). Kumar, (2014) menganalisa praktek *sustainability reporting* di India. Penelitian mengindikasikan bahwa *stakeholder* internal dari perusahaan gagal untuk memahami kegunaan *sustainability reporting*. Leszczynska (2012) mengevaluasi mengenai kejelasan dan ketepatan waktu dari *sustainability reporting*. *Stakeholders* menemukan kegunaan secara umum dari *sustainability reporting* namun masih kurang mencukupi. Lozano, Nummert, & Ceulemans (2016) mengungkapkan bahwa keputusan untuk menerbitkan *sustainability reporting* didorong oleh motivasi internal dan eksternal. Perkembangan dan publikasi *sustainability reporting* mendorong perubahan keberlanjutan dalam perusahaan, mengarah pada pengembangan laporan berikutnya. Ini mengarah pada perubahan data dan indikator, strategi, perubahan organisasi, reputasi dan validasi, *stakeholder* dan laporan itu sendiri.

Aras & Crowther (2007) berpendapat bahwa ini adalah aspek penting dari keberlanjutan perusahaan dan karena itu menambah dimensi lebih lanjut untuk analisis keberlanjutan. Lebih lanjut mereka berpendapat bahwa dimensi ketiga yang kadang-kadang diakui sebagai perilaku organisasi harus benar-benar membentuk konsep budaya perusahaan yang jauh lebih

luas. Oleh karena itu, ada empat aspek keberlanjutan, yang perlu diakui dan dianalisis, yaitu:

1. Pengaruh kemasyarakatan, yang kami definisikan sebagai ukuran dampak yang dibuat masyarakat terhadap korporasi dalam hal kontrak sosial dan pengaruh pemangku kepentingan;
2. Dampak lingkungan, yang kami definisikan sebagai efek tindakan korporasi terhadap lingkungan geofisiknya;
3. Budaya organisasi, yang kami definisikan sebagai hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan internal, khususnya karyawan, dan semua aspek dari hubungan itu dan
4. Keuangan, yang kami definisikan dalam hal pengembalian yang memadai untuk tingkat risiko yang dilakukan.

Keempat ini harus dianggap sebagai dimensi kunci keberlanjutan, yang semuanya sama pentingnya. Analisis ini karena itu jauh lebih luas - dan lebih lengkap - daripada yang lain dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.2. Model Keberlanjutan Perusahaan
 Sumber: Aras & Crowther (2007)

2.3. MANFAAT PENGUNGKAPAN *SUSTAINABILITY REPORTING*

Ada beberapa manfaat dari pengungkapan laporan berkelanjutan (*Sustainability Reporting*) yaitu antara lain:

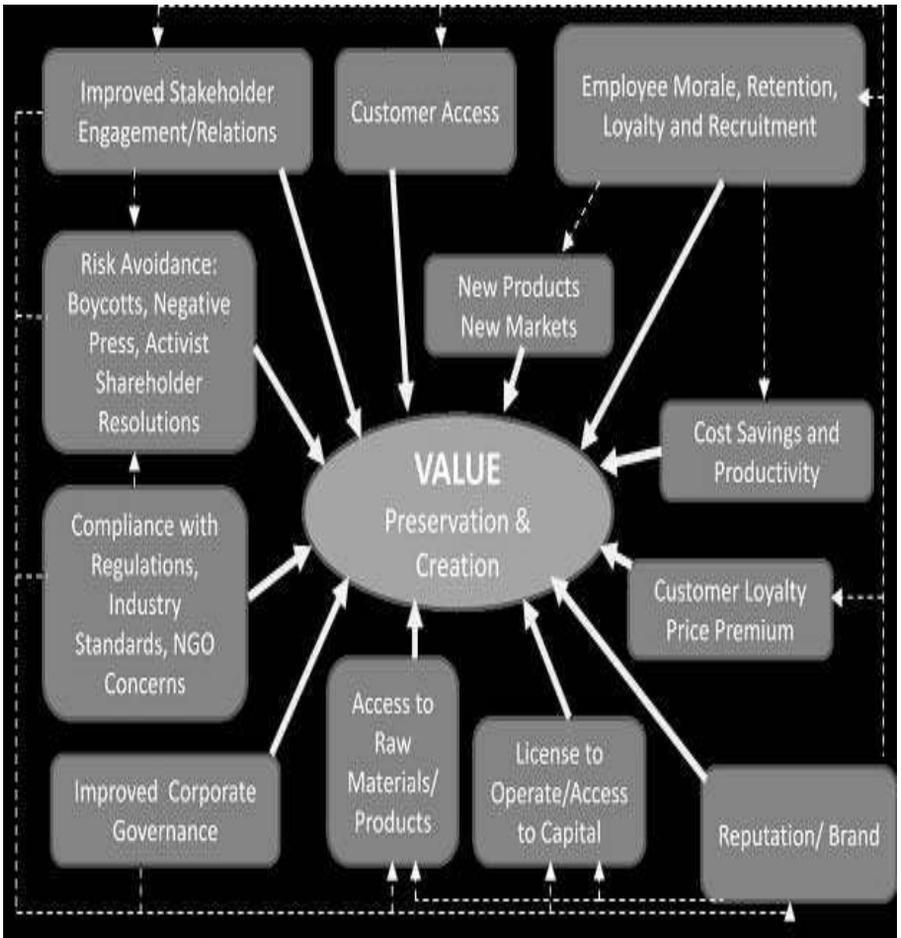
1. Untuk mengungkapkan semua bidang selain mengenai keuangan yaitu berkaitan dengan bidang

ekonomi, lingkungan sosial dan tata kelola perusahaan.

2. Untuk mengungkapkan kebijakan perusahaan dan menjaga kondisi lingkungan dan alam sekitarnya.
3. Untuk meningkatkan citra dan nama baik dari perusahaan bagi pelanggan dan masyarakat sekitarnya.
4. Untuk meningkatkan minat investor tidak saja investor dalam negeri tetapi juga investor asing untuk berinvestasi di Indonesia dan dapat melihat tidak saja laporan keuangan tetapi juga laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*).

Menurut Kurucz et. al., (2008) mengidentifikasi empat kategori manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari keterlibatan dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*):

- (1) pengurangan biaya;
- (2) keunggulan kompetitif;
- (3) mengembangkan reputasi dan legitimasi; dan
- (4) memperoleh *win-win solution*.



Gambar 1. 3. Manfaat Sustainability Reporting

Sumber: Aggarwal, 2013.

2.4. STUDI EMPIRIS BERKAITAN *SUSTAINABILITY REPORTING*

Penelitian dari Hahn & Kühnen (2013) ini memberikan ulasan literatur (*literature review*) mengenai pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) kontemporer dari tahun 1999 sampai 2011 dan memberikan kontribusi pada literatur dengan memberikan gambaran umum mengenai hasil pada faktor penentu *sustainability reporting* (internal dan eksternal). Diof & Boiral (2017) mengungkapkan persepsi dari stakeholders membuat kualitas *sustainability report* menggunakan standar dari *Global Reporting Initiative* (GRI). Penelitian ini melakukan wawancara terhadap stakeholder dan pakar sebagai contoh konsultan, manajer keuangan, analis (Diof & Boiral, 2017).

Integrasi *sustainability reporting* ke sistem pengendalian manajemen (*Management Control Systems*) memiliki keuntungan bagi organisasi mengoperasionalkan tujuan keberlanjutan, memperluas akuntabilitas stakeholder serta mengintensifkan interaksi dengan pemangku kepentingan, memformalkan kepercayaan organisasi dan memperbaiki komunikasi langkah keberlanjutan internal. Sementara kerangka kerja seperti *balanced scorecard* (BSC) dapat memfasilitasi implementasi *sustainability reporting*, beberapa organisasi

mungkin memilih untuk mengintegrasikan sepenuhnya yang terakhir ke dalam sistem kontrol manajemen mereka. *Sustainability reporting* terkadang dilihat sebagai filosofi pelaporan eksternal yang bisa dikelola sebagai proyek terpisah. Penulis menunjukkan bahwa hal itu dapat diintegrasikan ke dalam sistem pengendalian manajemen seluruhnya atau melalui alat bantu seperti *balanced scorecard* (Kerr, Rouse, & Villiers, 2015).

Bhatia & Tuli (2017) menguji hubungan antara *Sustainability Reporting* di perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa umur, ukuran, memiliki operasi multinasional dan memiliki IT berpengaruh signifikan terhadap *Sustainability Reporting*. Namun, profit, leverage dan pertumbuhan serta intensitas iklan tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Dissanayake, Tilt, & Xydias-lobo(2016) menguji secara empiris berkaitan dengan sustainability reporting pada perusahaan listing di Sri Lanka. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap *Sustainability Reporting*. Ukuran perusahaan, dan media yang visible berpengaruh terhadap pengungkapan *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* diusahakan sebagai mandatori bagi perusahaan (Dienes, Sassen, & Fischer, 2016).Hasil mendemonstrasikan kepedulian yang tinggi dari kerangka GRI buat semua perusahaan. Perusahaan manufaktur

lebih memperhatikan *Sustainability Reporting*. Perusahaan menyiapkan laporan untuk meyakinkan pihak eksternal (Kuzey & Uyar, 2016).

Selanjutnya, integrasi dari sustainability reporting dengan sistem pengendalian manajemen memberikan manfaat bagi organisasi untuk mengelola tujuan berkelanjutan, akuntabilitas pada *stakeholder* begitu juga intensitas interaksi dengan stakeholder, memformulasikan kepercayaan dan meningkatkan komunikasi pengukuran internal berkelanjutan (Kerr et al., 2015). Khan, Islam, Fatima, & Ahmed(2011) menguji tendensi dari Sustainability reporting pada perbankan di Bangladesh dengan menggunakan standar GRI3. Hasil dari penelitian mengungkapkan mengenai literatur review tentang *Sustainability Reporting* dari 1999 sampai 2011 yang memberikan pandangan pada determinan baik internal dan eksternal untuk *Sustainability Reporting*(Hahn & Kühnen, 2013). Hasil menunjukkan pada fokus utama pada indikator sosial, walaupun pencatatan lingkungan masih kurang di negara ini. Penelitian(Burritt, Schaltegger, & Burritt, 2010) pengembangan akuntan dan *Sustainability Reporting* harus berorientasi untuk meningkatkan dalam pengambilan keputusan. Adams & Mcnicholas (2006) mengidentifikasi sejumlah hambatan dalam mengembangkan *sustainability reporting* dan

mengintegrasikan antara perencanaan dan pengambilan keputusan serta kekuatan untuk perubahan.

Jika kita melihat, katakan, "melepaskan nilai pemegang saham (*Shareholder value*)" atau dengan cara lain mencari potensi keuntungan yang meningkat dari pertanggungjawaban dan / atau keberlanjutan substantif ", melaporkan bahwa kita salah arah, sama sekali tidak mengerti maksud atau pemikiran tentang sesuatu yang terang-terangan tidak substantif akuntabilitas atau "*sustainability reporting*". Sejah bentuk tambahan pengelolaan dan pelaporan sosial dan lingkungan dapat, di pinggiran, proxy untuk risiko, manajemen pemangku kepentingan dan masalah moral, maka ada situasi win-win yang akan ada - beberapa perbaikan dapat ditemukan baik untuk masyarakat dan lingkungan dan sejauh angka keuntungan tapi ini bukan pertanggungjawaban dan ini bukan tentang keberlanjutan (Gray, 2006).

Penelitian Huang & Wang (2010) mengungkapkan *sustainability reporting* menggabungkan strategi pengembangan perusahaan dan jadwal manajemen normal. Beberapa rekomendasi diajukan. Rekomendasi pertama pada pemerintah China harus merumuskannya aturan panduan dan implementasi untuk *sustainability reporting*, yang harus sesuai dengan jenis, ukuran dan tahap pengembangan pada perusahaan Cina. Selain

itu, rekomendasi berikutnya adalah untuk memperbaiki keandalan laporan keberlanjutan, kerangka kerja kebijakan terkait harus ditetapkan untuk mempromosikan dan memandu jaminan eksternal atau komentar pihak ketiga mengenai laporan *Corporate social responsibility*. Rekomendasi yang terakhir adalah dengan memperbaiki kualitas pelaporan, langkah-langkah harus diambil untuk merangsang antusiasme dan inisiatif perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi keberlanjutan (*sustainability*) secara sukarela (Huang & Wang, 2010). Hasil analisis *cross-sectional* dari data set gabungan untuk kedua negara mendukung pandangan bahwa faktor kontekstual jenis industri secara signifikan mempengaruhi abnormal return dari perusahaan pelapor. Dalam hal ini, penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor kontekstual, seperti industri dan jenis *sustainability reporting*, yang berpotensi mempengaruhi hubungan. Hanya jenis *sustainability reporting Corporate Social Responsibility* yang signifikan dalam menjelaskan abnormal return perusahaan Selandia Baru (Reddy & Gordon, 2010).

Penelitian Sawani, Zain, & Darus (2010) memberikan bukti bahwa sebagian besar informasi yang berkaitan dengan pengungkapan keberlanjutan yang dilaporkan terintegrasi dalam laporan tahunan dan tanpa pernyataan jaminan karena rendahnya

tingkat kesadaran dan tidak adanya tekanan legislatif untuk menjalankan praktik tersebut. Studi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan pelaporan selektif mengenai isu-isu yang berkaitan dengan kontribusi moneter terutama karena desakan pemegang saham minoritas untuk mengembalikan investasi mereka dengan lebih baik. Penelitian ini adalah eksplorasi dan berfokus pada evolusi pelaporan keberlanjutan dari pelaporan tanggung jawab perusahaan saat ini dan ketersediaan praktik penjaminan di Malaysia.

Penelitian ini menggunakan *institutional theory* untuk identifikasi faktor penentu. Awalnya, temuan wawancara menunjukkan bahwa ketiga mekanisme isomorfisme, pemaksaan, normatif dan mimesis, berkontribusi terhadap *sustainability reporting* perusahaan Malaysia. Namun, hasil regresi membuktikan bahwa hanya perusahaan yang terkait dengan pemerintah di industri perkebunan, yang berukuran besar, memiliki *sustainability reporting* yang signifikan (A Amran & Haniffa, 2011). Hasil penelitian Leszczynska (2012) menunjukkan sebuah evolusi dalam laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). Mengingat laporan yang disiapkan pada tahun 2005 dan 2010, peningkatan kualitas dapat diamati. Analisis mendalam terhadap laporan tersebut menunjukkan adanya peningkatan perhatian terhadap detail pelaporan di

bidang fundamental, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Penulis juga sangat mengevaluasi kejelasan dan ketepatan waktu. Namun, kesenjangan penting diidentifikasi sehubungan dengan inklusivitas, relevansi informasi, dan netralitas. Pemegang saham menemukan kegunaan umum laporan keberlanjutan tidak mencukupi. Penelitian Amran, Lee, & Devi (2014) menemukan bahwa pelembagaan konsep *corporate social responsibility* (CSR) dalam sebuah organisasi memberikan dasar yang kuat untuk meningkatkan Kualitas *sustainability reporting*.

Standar dan pedoman yang ada mengenai *sustainability reporting* terutama berfokus pada isi laporan dan mengabaikan kriteria penerimaan sistem informasi umum seperti kemudahan penggunaan dan daya tarik visual. Kerangka yang diusulkan secara langsung melibatkan berbagai kelompok pemangku kepentingan dan metodologi penelitian ke dalam proses evaluasi mutu. Penerapan pendekatan multi-metode serta keterlibatan langsung pemangku kepentingan memungkinkan dilakukannya evaluasi kualitas *sustainability reporting* yang mendalam, memungkinkan perusahaan pelapor untuk memenuhi permintaan pembaca akan informasi mengenai kegiatan ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan pelapor (Freundlieb, Grauler, & Teuteberg, 2014).

Sandberg & Holmlund (2015) mengidentifikasi delapan organisasi memiliki taktik manajemen berkesan yang digunakan dalam pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*), empat di antaranya berkaitan dengan bagaimana perusahaan mempresentasikan tindakan mereka sementara empat yang tersisa merupakan karakteristik dari gaya penulisan yang digunakan perusahaan.

Hasil penelitian Lozano, Nummert, & Ceulemans (2016) menunjukkan bahwa keputusan untuk menerbitkan laporan keberlanjutan pertama terutama didorong oleh motivasi internal perusahaan, sementara untuk laporan berikut ini disebabkan oleh kombinasi motivasi internal dan stimulus eksternal. Perkembangan dan publikasi laporan keberlanjutan mendorong perubahan keberlanjutan di perusahaan, yang mengarah ke masa transisi selama pengembangan laporan berikutnya. Hal ini menyebabkan perubahan data dan indikator, strategi, perubahan organisasi, reputasi dan validasi, pemangku kepentingan, dan laporan itu sendiri. Perubahan menjadi bagian dari organisasi sampai dimulainya laporan berikut.

Hasil penelitian Lozano, Nummert, & Ceulemans (2016) menunjukkan bahwa keputusan untuk menerbitkan laporan keberlanjutan pertama terutama didorong oleh motivasi internal perusahaan, sementara untuk laporan berikut ini disebabkan oleh

kombinasi motivasi internal dan stimulus eksternal. Perkembangan dan publikasi laporan keberlanjutan mendorong perubahan keberlanjutan di perusahaan, yang mengarah ke masa transisi selama pengembangan laporan berikutnya. Hal ini menyebabkan perubahan data dan indikator, strategi, perubahan organisasi, reputasi dan validasi, pemangku kepentingan, dan laporan itu sendiri. Perubahan menjadi bagian dari organisasi sampai dimulainya laporan berikut (Lozano et al., 2016).

Pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) adalah nilai yang relevan atau tidak berdasarkan sampel yang diberikan oleh 297 perusahaan publik Turki di Bursa Istanbul. Temuan tersebut mengungkapkan adanya kesadaran akan pelaporan pelaporan berkelanjutan berbasis *Global Reporting Initiative* antara perusahaan yang diteliti, dan kecenderungan peningkatan kualitas laporan; Namun, *sustainability reporting* yang diyakinkan oleh pemeriksa independen tidak tersebar luas di antara perusahaan. Dengan menggunakan sepuluh hipotesis yang dirumuskan, bukti empiris menghasilkan hasil yang signifikan, yang menjelaskan faktor pendorong di balik pelaporan keberlanjutan (Kuzey & Uyar, 2016).

Persepsi praktisi investasi yang bertanggung jawab secara sosial (*Socially Responsive Investment*) lebih memberi perhatian pada penerapan prinsip-prinsip *Global Reporting Initiative*

(GRI) yang elastis dan tidak pasti dalam menentukan kualitas *sustainability reporting*. Persepsi mereka cenderung mendukung argumen bahwa *sustainability reporting* mencerminkan strategi manajemen yang digunakan oleh perusahaan untuk menyoroti aspek positif dari kinerja keberlanjutan mereka dan untuk mengaburkan hasil negatif (Diof & Boiral, 2017).

Penelitian Al-Shaer & Zaman (2016) menemukan bahwa dewan memiliki beragam gender dikaitkan dengan kualitas *sustainability reporting* yang lebih tinggi dan direktur wanita independen memiliki dampak yang lebih besar terhadap kualitas *sustainability reporting* daripada direktur perempuan. Temuan ini berimplikasi pada perumusan kebijakan dan memberikan bukti untuk 'mematuhi atau menjelaskan' lebih lembut untuk mendorong keragaman gender dan pengaruhnya terhadap kualitas *sustainability reporting*. Sejalan dengan Arayssi & Jizi (2016) mengungkapkan pengambilan keputusan yang lebih baik meningkatkan persepsi investor terhadap legitimasi dan kompetensi kegiatan masyarakat yang dilaporkan. Artinya, hal itu meningkatkan legitimasi pensinyalan dan pentingnya *sustainability reporting*.

Analisis dalam penelitian Bhatia & Tuli (2017) menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran besar, usia yang lebih tua, memiliki operasi multinasional dan tergabung dalam

industri Perangkat Lunak, dan Minyak dan Gas Bumi memiliki pengungkapan *sustainability reporting* yang signifikan. Namun, pengaruh keuntungan, pertumbuhan, dan periklanan perusahaan berhubungan negatif dengan tingkat keterbukaan informasi. Variabel lain ditemukan tidak signifikan (Bhatia & Tuli, 2017).

Hasil penelitian Gerab (2017) menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kualitas *sustainability reporting* dan keuntungan pengalaman dalam menulis laporan ini dapat berkontribusi dalam hal ini. Berdasarkan teori signaling dan teori legitimasi, peneliti menyarankan agar peningkatan kualitas *sustainability reporting* bertindak sebagai sinyal penting untuk mendapatkan legitimasi saat terjadi informasi asimetri selama proses legitimasi (Gerab, 2017). Sementara proses yang memperkuat tingkat jaminan tinggi mengurangi informasi asimetri, karena proses penjaminan yang memastikan hanya tingkat jaminan moderat yang tidak mencukupi. Jika penyedia jaminan melakukan pengujian rincian data numerik, ini akan mengurangi informasi asimetri. Bagi negara-negara yang tidak memiliki peraturan mengenai *sustainability reporting*, kami memberikan bukti bahwa uji analitis terhadap indikator gabungan, deskripsi kompetensi penyedia jaminan dan deskripsi tentang langkah-langkah kerja jaminan khusus juga

berkontribusi pada pengurangan informasi asimetri (Fuhrmann, Ott, Looks, & Guenther, 2017).

Penelitian-penelitian yang berkaitan dengan laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) di Indonesia, menunjukkan bahwa pelaporan keberlanjutan mempengaruhi kinerja perusahaan (Burhan dan Rahmanti, 2012) serta kinerja pasar (Safitri, 2015). Suryono dan Prastiwi (2011) menunjukkan perbedaan karakteristik perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan dan yang tidak. Hasil Tarigan dan Samuel (2014) menunjukkan bahwa dimensi ekonomi pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) tidak berpengaruh pada kinerja keuangan, sedangkan dua dimensi lainnya, seperti sosial dan lingkungan, memiliki efek negatif terhadap kinerja keuangan. Pengungkapan Pelaporan Keberlanjutan (*sustainability reporting*) mengungkapkan bahwa baik tingkat individu dan agregat dan konsentrasi kepemilikan mempengaruhi kinerja perusahaan (Laksono dan Lina, 2016).

BAB III

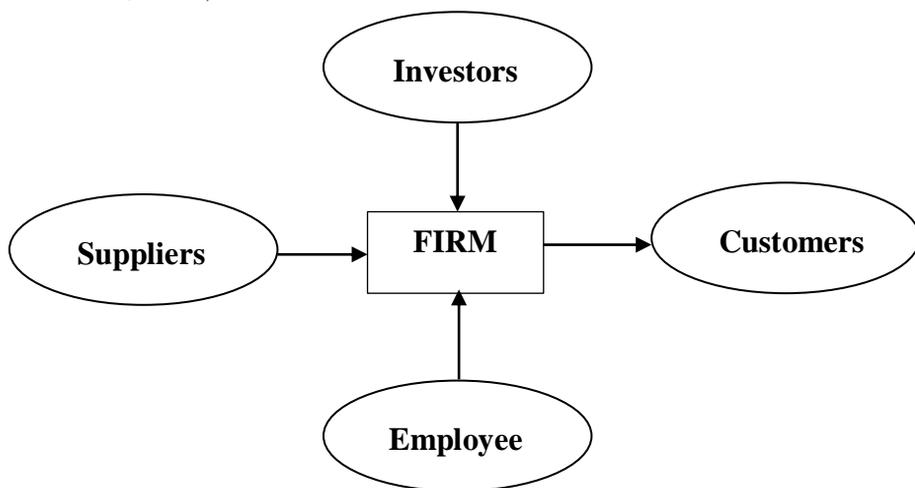
TEORI BERKAITAN *SUSTAINABILITY REPORTING*

3.1. TEORI PEMANGKU KEPENTINGAN (*STAKEHOLDER THEORY*)

Stakeholder theory merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Konsep *stakeholder* menurut (Freeman, 1983) merupakan *framework* dari kebijakan dan perencanaan usaha, dan *framework* dari tanggung jawab sosial perusahaan baik pihak manajemen dan pihak *stakeholder*. *Framework* pertama yaitu dengan cara meningkatkan dan menguji keputusan strategis perusahaan dengan grup dan komunitas yang memberikan dukungannya untuk bisnis perusahaan agar tetap berlangsung. Dengan demikian *framework* ini fokus dari perusahaan mengelola hubungan perusahaan dengan *stakeholdernya*. *Framework* yang kedua menambahkan pengaruh eksternal yang mungkin berbeda dengan perusahaan. Kelompok ini antara lain pemerintah, komunitas dan kelompok yang peduli terhadap permasalahan sosial.

Stakeholder theory berhubungan dengan tata kelola dari perilaku, metode, dan secara pelaksanaan jika dilakukan secara serentak akan menciptakan suatu filosofi dari pengelolaan

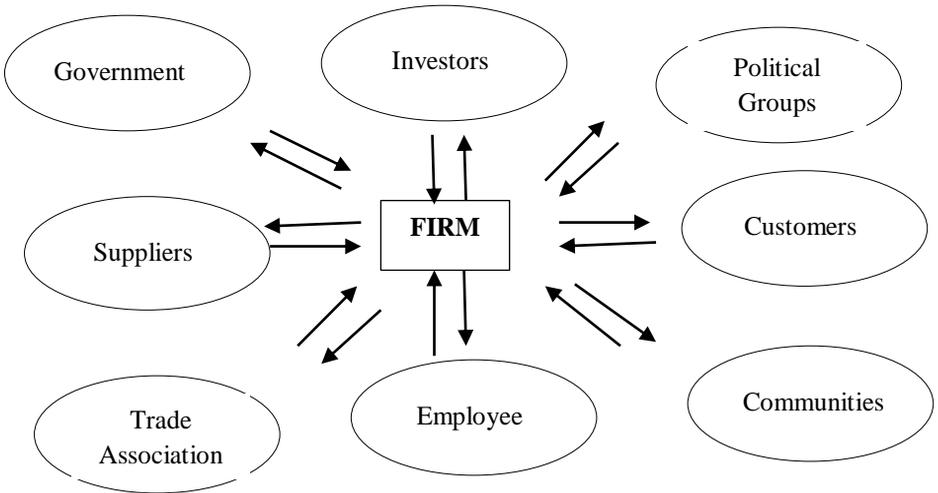
stakeholder. Model *stakeholder* ini menyertakan sejumlah kelompok di luar model *stakeholder* yang lama, yaitu pemerintah, komunitas politik, persatuan dagang, dan kelompok yang bisa jadi memiliki kepentingan yang berbeda. Gambar 2.1 merupakan suatu kerangka pemikiran yang menunjukkan relasi atau hubungan bolak balik antara *stakeholder* dengan perusahaan. Dari gambar tersebut terlihat bukan hanya perusahaan tetapi komunitas lainnya antara lain investor, supplier, pelanggan, karyawan, pemerintah, kelompok politik, asosiasi perdagangan dan komunitas lainnya (Donalson & Preston, 1995).



Gambar 2.1. *Contrasting Models of the Corporation: Input-Output Model*

Sumber: Donalson & Preston, 1995.

Dari gambar diatas terlihat bahwa arahnya adalah pada pelanggan dimana pihak-pihak lain seperti karyawan, suplier dan investor yang bersama dalam perusahaan untuk menghasilkan produk pada pelanggan.



Gambar 2.2. Contrasting Models of Corporation : the Stakeholder Model (Sumber: Donalson & Preston, 1995).

Teori *stakeholders* dibagi dalam tiga unsur. Unsur pertama adalah aspek deskriptif, yang mengungkapkan bahwa akan menjelaskan karakter khusus dan perilaku dari perusahaan. Unsur kedua adalah berkaitan dengan Instrumental, yang berguna untuk untuk mengidentifikasi hubungan baik manajemen maupun pihak *stakeholders* dengan hasil yang

diperoleh sebagai contoh laba, perkembangan, dll. Unsur yang terakhir adalah unsur normatif, yang mengungkapkan bahwa teori ini untuk menerapkan fungsi dari perusahaan, termasuk berkaitan dengan perilaku dan model pada praktek dan tata kelola dari perusahaan (Donalson & Preston, 1995).

Khususnya, peneliti yang menggunakan *stakeholder theory* telah mencoba mengklasifikasikan model hubungan antara perusahaan dan *stakeholder*. Peneliti mengasumsikan pertumbuhan jalur bertahap keterlibatan *stakeholder* yang mencakup fase berikut (Svendsen, 1999)

1. Pada tahap pertama hubungan, perusahaan mengidentifikasi *stakeholder* (pemetaan *stakeholder*), jika memungkinkan membedakan antara primer (yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan) dan sekunder yaitu yang berpengaruh atau dipengaruhi oleh perusahaan namun tidak berpengaruh pada *sustainability* (Clarkson, 1995).
2. perusahaan mencoba untuk mengelola harapan para pemangku kepentingan dan isu sosial dan ekonomi itu. Mereka mendukung, dan menyeimbangkan posisi atau *stakeholder management* (Manetti, 2011)
3. Dalam fase terakhir, yang disebut keterlibatan *stakeholder* (*stakeholder engagement*), perusahaan

melibatkan *stakeholder* mereka dalam pengambilan keputusan. Proses, membuat mereka menjadi anggota dalam manajemen bisnis, berbagi informasi, berdialog dan dialog akan menciptakan model tanggung jawab bersama (Manetti, 2011).

3.2. TEORI LEGITIMASI (*LEGITIMACY THEORY*)

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*) adalah salah satu perspektif teoritis yang dominan untuk perusahaan, sosial dan lingkungan pelaporan dan salah satu teori yang paling banyak dibicarakan untuk menjelaskan pendekatan *corporate social responsibility* dan informasi pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan (Deegan & Gordon, 1996; O'Donovan, 2002; Patten, 1991). Teori ini dibangun di atas konsep legitimasi organisasi dan ini telah terjadi menggambarkan kesenjangan antara aspek tanggung jawab sosial dan lingkungan yang sesuai dengan harapan atribut masyarakat dan kinerja keuangan dan aspek harapan reputasi perusahaan milik organisasi. Organisasi tidak dapat mengabaikan keberadaan mereka di masyarakat karena sifatnya kontrak sosial di mana keberadaan atau perkembangannya didasarkan pada beberapa tujuan yang diinginkan secara sosial kepada masyarakat. Lebih jauh lagi, perusahaan berusaha membangun kesesuaian antara nilai-nilai

sosial yang terkait dengan praktik mereka tetapi karena harapan sosial yang dinamis seperti ekonomi, hukum, dan batasan etika, perusahaan harus beroperasi dalam batas-batas ini, jika tidak, opini publik akan tidak senang (Dowling & Pfeffer, 1975).

O'Donovan (2002) menyatakan bahwa;

Legitimacy theory as the idea that in order for an organization to continue operating successfully, it must act in a manner that society deems socially acceptable. Teori legitimasi sebagai gagasan bahwa agar organisasi dapat terus beroperasi dengan sukses, ia harus bertindak dengan cara yang dianggap masyarakat dapat diterima secara sosial

Suchman (1995) menyatakan bahwa “*Legitimacy is sought by organisations as it affects the understanding and actions of people towards the organization. People perceive a legitimate organisation as “... more trustworthy”.* Legitimasi dicari oleh organisasi karena mempengaruhi pemahaman dan tindakan orang terhadap organisasi. Orang menganggap organisasi yang sah sebagai "... lebih dapat dipercaya

Lebih lanjut Suchman (1995) memberikan definisi mengenai *organizational legitimacy* sebagai berikut;

Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of

norms, values, beliefs, and definitions. Legitimasi adalah persepsi umum atau asumsi bahwa tindakan suatu entitas yang diinginkan, tepat, atau sesuai dalam beberapa sistem norma, nilai, keyakinan, dan definisi yang dibangun secara sosial.

O'Donovan (2002) menyatakan legitimasi organisasi dapat dinyatakan sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang dicari perusahaan dari masyarakat. Haniffa et al (2005), di dalam *legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan aktivitasnya. Jika tidak terjadi ketidakselarasan antara nilai perusahaan dengan nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya yang akan berdampak pada kelangsungan perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibilities* (CSR) merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders* dan disarankan bahwa CSR

merupakan jalan masuk dimana beberapa organisasi menggunakannya untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi (O'Donovan, 2002). Deegan (2008) menyatakan bahwa kerangka teoritis yang menjadi kajian selama beberapa tahun untuk menjelaskan mengapa organisasi melaksanakan pelaporan sukarela terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi.

Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan “*legitimacy gap*” dan dapat mempengaruhi perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya. Bagian terpenting terkait *legitimacy gap* adalah bagaimana perusahaan berusaha memonitor nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai sosial masyarakat dan mengidentifikasi kemungkinan munculnya gap tersebut. Ketika terdapat perbedaan antara kedua nilai tersebut disarankan agar perusahaan perlu mengevaluasi nilai sosialnya dan menyesuaikannya dengan nilai-nilai sosial yang ada atau persepsi terhadap perusahaan sebagai taktik legitimasi (O'Donovan, 2002). Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang menyangkut dengan rancangan kerja perusahaan, organisasi sosial, komunitas masyarakat dan lingkungan sangat diperlukan. Perusahaan dapat mengungkapkan informasi tersebut dalam *Sustainability report* sebagai wujud akuntabilitas

perusahaan kepada publik. Tujuannya untuk mendapatkan legitimasi masyarakat dan menjelaskan bagaimana dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan.

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Tujuan utama dari teori legitimasi adalah penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

3.3. TEORI AGENSI (*AGENCY THEORY*)

Dalam teori agensi ini diungkapkan bahwa adanya hubungan antara pemilik (*principal*) ataupun pemilik perusahaan dan pengola atau manajer yaitu *agent* (Jensen & Meckling, 1976). Dengan adanya perbedaan kepentingan dan juga pemisahan antara pemilik dan pengelola dalam hubungan keagenan sering menimbulkan masalah-masalah keagenan (*agency problems*), tidak saja masalah perbedaan tujuan (*Conflict of interest*) ataupun adanya informasi asimetri antara *principal* dan *agent*.

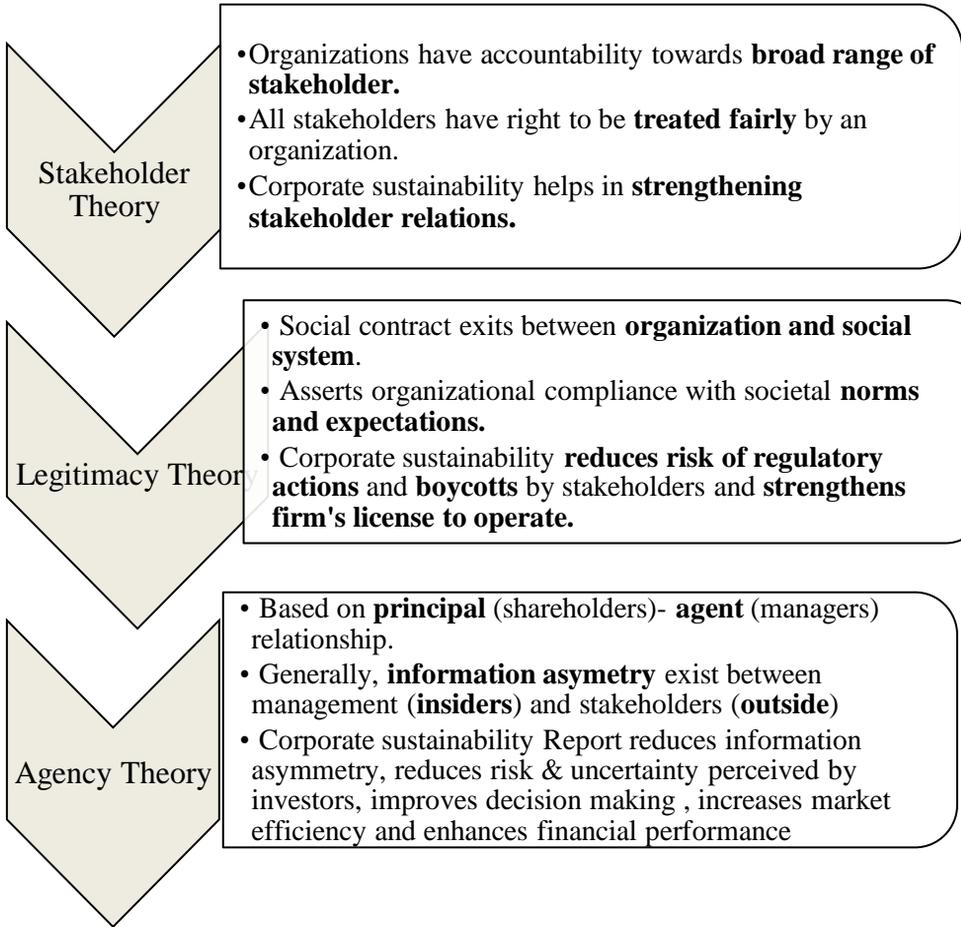
Teori agensi adalah teori yang membahas tentang masalah pemisahan antara kepemilikan dan pengelola perusahaan. Dengan demikian munculnya tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Jensen & Mecling (1976) mendefinisikan hubungan pengelola sebagai kontrak antara satu atau lebih orang (*principal*) yang mempekerjakan (*agent*) untuk melakukan layanan demi keuntungan para pelaku dalam mengelola kekayaan mereka yang melibatkan pemberian hak atas pengambilan keputusan kepada pengelola. Secara garis besar Jensen & Mecling (1976) menggambarkan dua jenis hubungan keagenan antara manajer dan pemegang saham dan antar manajer dan pemberi pinjaman (pemegang obligasi).

Teori agensi menurut Jensen & Meckling (1976) memiliki asumsi bahwa kedua belah pihak sama-sama ingin memaksimalkan keuntungan, sehingga terkadang pengelola tersebut tidak melakukan yang terbaik demi kepentingan prinsipal. Sehingga bisa menimbulkan konflik kepentingan antar kedua belah pihak (*conflict of interest*). Upaya penyelesaian konflik keagenan akan menyebabkan biaya agensi yang akan ditanggung baik oleh pemilik perusahaan maupun pengelola. Jensen & Meckling (1976) membagi biaya pengelola menjadi tiga, yaitu:

1. Biaya pemantauan, adalah biaya yang ditanggung oleh pemilik perusahaan untuk memantau pengelola, yaitu mengukur, mengamati dan mengendalikan perilaku pengelola. Misalnya biaya audit, biaya kompensasi untuk manajer;
2. Biaya ikatan, adalah biaya yang ditanggung oleh pengelola untuk menentukan dan mematuhi mekanisme untuk memastikan pengelola bertindak sesuai kepentingan pemilik perusahaan. Seperti biaya yang dikeluarkan oleh Manajer untuk memberikan laporan keuangan kepada pemegang saham;
3. Sisa kerugian, adalah kerugian yang diderita pemilik karena adanya penyimpangan pada tindakan yang lolos

dari pengawasan seperti pengeluaran yang berlebihan dan tidak perlu dari pengelola. Pemahaman dari konteks seperti itu bahwa jika tata kelola perusahaan yang baik diterapkan dengan benar maka biaya agensi dapat diminimalkan sehingga keuntungan yang merupakan ukuran kinerja keuangan meningkat.

Masalah-masalah keagenan tersebut timbul karena adanya perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent* (*Conflict of interest*). Teori agensi menguraikan mengenai penentuan kontrak yang paling efisien yang bisa membatasi konflik (Jensen & Meckling, 1976). Teori agensi menyediakan informasi, sehingga akuntansi memberikan umpan balik dan juga nilai prediktifnya. Teori agensi mengungkapkan perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan rendah akan melaporkan laba lebih rendah (salah satunya biaya dapat menaikkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya-biaya berhubungan dengan tanggung jawab sosial). Teori agensi digunakan berkaitan dengan tata kelola perusahaan (*corporate governance*).



Gambar 2.3. Teori berkaitan Sustainability Reporting

Sumber: Aggarwal, 2013.

BAB IV

KINERJA KEUANGAN

4.1. PENGERTIAN KINERJA KEUANGAN

Kinerja Keuangan adalah adalah alat untuk mengukur prestasi kerja keuangan perusahaan melalui struktur permodalannya. Tolak ukur yang digunakan dalam kinerja keuangan tergantung pada posisi perusahaan. Penilaian kinerja keuangan perusahaan harus diketahui outputnya maupun inputnya. Output adalah hasil dari suatu kinerja karyawan, sedangkan input adalah hasil dari suatu keterampilan yang digunakan untuk mendapatkan hasil tersebut.

4.2. PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN

Ada beberapa pengukuran dari kinerja keuangan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Laba atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Kinerja keuangan diperoleh dari laba atas ekuitas atau rasio laba setelah bunga dan pajak terhadap nilai buku ekuitas (Wang dan Clift, 2009; Siregar dan Bachtiar 2010). Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan

keuntungan bagi seluruh pemegang saham baik saham biasa ataupun saham preferen.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal}}$$

2. Laba atas Aset (*Return on Asset*)

Kinerja keuangan diperoleh dari laba atas aset (Hussain, et al., 2017). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset digunakan

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Aset}}$$

3. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dibandingkan dengan volume penjualan. Rasio ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

4. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

merupakan perbandingan antar penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan dengan tingkat penjualan, rasio ini menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan.

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

5. Laba atas Penjualan (*Return on Sales- ROS*)

adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi operasional perusahaan. Ukuran ini memberikan wawasan tentang berapa banyak laba yang dihasilkan per dolar penjualan. Peningkatan ROS menunjukkan bahwa perusahaan tumbuh lebih efisien, sementara ROS yang menurun dapat menandakan masalah keuangan yang akan datang (Saedi, et. al., 2015).

$$\text{ROS} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Penjualan bersih}}$$

6. Laba atas Investasi (*Return on Investment*)

Return On Invesment merupakan rasio yang menunjukkan hasil dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi

manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan, rasio ini biasanya diukur dengan persentase (Saedi, et. al., 2015).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Investasi}}{\text{Investasi}}$$

4.3. HASIL STUDI EMPIRIS BERKAITAN SUSTAINABILITY REPORTING DAN KINERJA KEUANGAN

Gnanaweera & Kunori (2018) mendapatkan data dari Bursa Efek Tokyo dari tahun 2008 – 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) adalah negatif dan tidak signifikan. Guidry & Patten (2010) melakukan penelitian di Amerika Serikat. Penelitian ini menunjukkan hasil tidak ada reaksi pasar yang signifikan terhadap pengumuman rilis laporan keberlanjutan. Namun, dalam analisis *cross-sectional*, ditemukan bahwa perusahaan dengan laporan kualitas tertinggi menunjukkan reaksi pasar yang lebih positif secara signifikan daripada perusahaan yang mengeluarkan laporan berkualitas lebih rendah. Hasil ini berlaku ketika kita mengontrol untuk ukuran perusahaan dan keanggotaan dalam industri yang

terpajan secara sosial. Lo & Sheu (2007); Ameer & Othman (2012) melakukan penelitian di Amerika Serikat yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) dan kinerja perusahaan adalah positif dan signifikan.

Penelitian di Indonesia, menunjukkan bahwa pelaporan keberlanjutan mempengaruhi kinerja perusahaan (Burhan dan Rahmanti, 2012) serta kinerja pasar (Safitri, 2015). Suryono dan Prastiwi (2011) menunjukkan perbedaan karakteristik perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan dan yang tidak. Hasil Tarigan dan Samuel (2014) menunjukkan bahwa dimensi ekonomi pelaporan keberlanjutan tidak berpengaruh pada kinerja keuangan, sedangkan dua dimensi lainnya, seperti sosial dan lingkungan, memiliki efek negatif terhadap kinerja keuangan. Pengungkapan Pelaporan Keberlanjutan mengungkapkan bahwa baik tingkat individu dan agregat dan konsentrasi kepemilikan mempengaruhi kinerja perusahaan (Laksono dan Lina, 2016).

BAB V
PENGUNGKAPAN *SUSTAINABILITY*
***REPORTING* STUDI EMPIRIS INDONESIA DAN**
MALAYSIA

5. 1. PENDAHULUAN

Dengan adanya globalisasi ditambah dengan kompleksitas pasar yang semakin meningkat, dan juga perubahan iklim memaksa bisnis untuk beroperasi pada lingkungan yang menantang dan dinamis. Dengan demikian, stakeholder dalam bisnis sekarang menuntut pengetahuan yang lebih baik berkaitan dengan bagaimana dampak lingkungan, sosial dan ekonomi diperhitungkan dalam strategi bisnis dan pengambilan keputusan, juga mewajibkan untuk mematuhi berkaitan dengan pelaporan sehari-hari (Amran & Ooi, 2014).

Sustainability reporting merupakan suatu laporan yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan mengenai sosial, ekonomi dan lingkungan yang berpengaruh pada aktivitas setiap hari. Dalam Siregar & Bachtiar (2010) menyatakan bahwa *sustainability reporting* perusahaan mempublikasikan mengenai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Banyak perusahaan menyatakan bahwa laporan keuangan saja kurang memuaskan kebutuhan stakeholder, pelanggan, komunitas mengenai

informasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. *Sustainability reporting* ini juga menampilkan nilai organisasi berkaitan dengan strategi dan ekonomi global yang berkelanjutan. Berdasarkan pada Undang Undang No. 40 tahun 2007 mengenai perseroan terbatas mengungkapkan bahwa tanggungjawab soal dan lingkungan merupakan komitmen dari suatu perseroan dalam meningkatkan kualitas lingkungan dan kualitas kehidupan. Pasal 66 (2c) Undang Undang No. 40 / 2007 menyatakan perusahaan wajib melaporkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan bagi yang memanfaatkan sumber daya alam. Pada pasal 74 dari aturan tersebut menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya perseroaan dengan sesuai kewajaran dan kepatutan. Jika perseroan tidak melakukan kewajiban berkaitan dengan tanggungjawab sosial dan lingkungan, maka akan dikenakan sanksi.

Sustainability reporting berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Burhan & Rahmanti, 2012); kinerja pasar (Safitri, 2015); tidak berpengaruh terhadap respon investor (Jenawan & Juniarti, 2015). Atmajaya (2013) melakukan penelitian pada perusahaan pertambangan tahun 2012 dengan metode *check list* dan *scoring* pada peserta Indonesia *Sustainability Reporting Awards*. Maharani (2014) mengungkapkan alasan mengenai

perusahaan membuat *sustainability reporting*. Hasil penelitian Tarigan & Samuel (2014) menunjukkan dimensi ekonomi (EC) dari *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, sedangkan dua dimensi lainnya yaitu lingkungan (EN) dan sosial (SO) berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Lesmana & Tarigan (2014) menguraikan bahwa *sustainability reporting* dalam aspek ekonomi dan lingkungan berpengaruh negatif signifikan dan dari aspek sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan Rasio Manajemen Aset. Natalia & Tarigan (2014) mengungkapkan adanya pengaruh negatif signifikan pada kinerja ekonomi, pengaruh positif tidak signifikan pada kinerja lingkungan, pengaruh positif signifikan pada pengaruh sosial terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada perbedaan sebelum dan setelah pengumuman ISRA berkaitan dengan *abnormal return* dan volume perdagangan saham dari perusahaan pemenang ISRA tahun 2009-2013 (Suardi, Yuniarta, & Sinarwati 2015); tidak ada perbedaan berkaitan dengan profitabilitas (Agustina & Tarigan, 2014); ada perbedaan *market to book ratio* (Widyastuti & Tarigan, 2014) .

Nazier & Umiyati (2015) menganalisis mengenai transformasi *sustainability reporting* menuju *integrated reporting* di Indonesia sebaiknya mendapatkan dukungan dari

internal dan eksternal perusahaan. Pengungkapan *Sustainability Reporting* mengungkap baik level individual dan agregat dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Laksono & Lina, 2016). Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran, profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap *sustainability reporting* (Burhan & Rahmanti, 2012; Rakhman, 2017); frekuensi rapat dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* berhubungan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun corporate governance tidak memoderasi hubungan tersebut (Fatchan & Trisnawati, 2016).

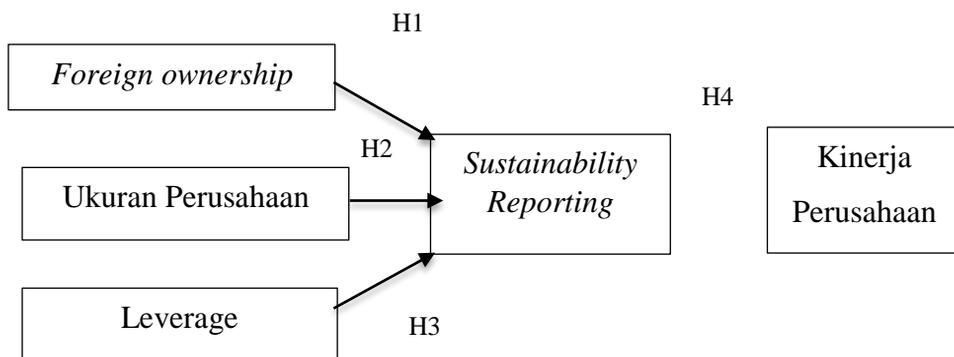
Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini membandingkan kondisi pengungkapan *sustainability reporting* pada perusahaan yang memperoleh penghargaan baik dari *Indonesian Sustainability Reporting Award*, dan *Malaysia Sustainability Reporting Award*. Penelitian ini juga menguji secara empiris faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *sustainability reporting* dan kinerja perusahaan.

5.2. PERUMUSAN MASALAH

Penelitian ini menguji secara empiris kondisi yang ada di Indonesia dan Malaysia berkaitan dengan pengungkapan sustainability reporting. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah semua perusahaan yang memperoleh penghargaan dari *Indonesian Sustainability Reporting Award* (ISRA) dan *Malaysia Sustainability Reporting Award* (MASRA) Ada beberapa masalah yang diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *foreign ownership* terhadap *sustainability reporting*?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *sustainability reporting*?
3. Bagaimana pengaruh leverage terhadap *sustainability reporting*?
4. Bagaimana pengaruh *sustainability reporting* terhadap kinerja perusahaan.

5.3. KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 4.1. Kerangka Pemikiran (Sumber: Diolah Penulis)

5.4. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Foreign ownership dan Sustainability Reporting

Struktur kepemilikan dapat menjelaskan pengungkapan sosial (Cormier & Gordon, 2001). Struktur kepemilikan ini berkaitan dengan kepemilikan asing (*foreign ownership*). Pemegang saham yang berbeda dapat menuntut pengungkapan yang berbeda dan permintaannya akan terjadi lebih tinggi jika investor asing memiliki kepemilikan yang lebih tinggi (Schipper, 1981; Craswell & Taylor, 1992). Oleh karena itu, semakin tinggi kepemilikan asing, semakin tinggi permintaan untuk pengungkapan sustainability reporting. Hipotesis yang diajukan adalah:

H1 : *Foreign ownership* berpengaruh positif terhadap *Sustainability Reporting*.

Ukuran perusahaan dan Sustainability Reporting

Perusahaan yang semakin besar, maka biasanya stakeholder selalu mengikuti semua kegiatan yang dilakukan. Semakin besar perusahaan, maka semakin besar perusahaan cenderung perusahaan untuk memberikan informasi seluasnya pada para stakeholder (Suryono & Prastiwi, 2011). Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dan adalah *sustainability reporting* (Artiach, Lee, Nelson, & Walker, 2010; Al-Shubiri, Al-Abedallat, & Orabi, 2012; Branco, Delgado, Gomes, & Eugénio, 2014) Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah:

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Sustainability Reporting*.

Leverage dan Sustainability Reporting

Dalam mengungkapkan informasi sosial sudah pasti ada pengeluarannya yang berpengaruh negatif pada pendapatan. Leverage merupakan tanda yang tidak bagus bagi para *stakeholders*. *Stakeholders* lebih menginvestasi dana pada perusahaan yang keuangan baik dan sehat. (Belkaoui & Karpik,

1989) Perusahaan lebih memilih untuk mengungkapkan dalam laporan keuangan dibanding dengan mengungkapkan dalam *sustainability reporting*. Bhayani (2012); Branco et al., (2014). menunjukkan hasil penelitian leverage berpengaruh negatif terhadap *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* merupakan laporan yang bersifat sukarela (Suryono & Prastiwi, 2011). Semakin rendah *leverage*, semakin perusahaan mengungkapkan *sustainability reporting* perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Sustainability Reporting*.

Sustainability Reporting dan Kinerja Perusahaan

Pengungkapan *sustainability reporting* pada perusahaan akan mempengaruhi terhadap kinerja perusahaan. Semakin besar perusahaan dalam mengungkapkan *sustainability reporting*, maka semakin besar pula kinerja perusahaan tersebut. Hal ini akan berkaitan dengan reputasi dari perusahaan tersebut. Lo & Sheu (2007); Guidry & Patten (2010) d menunjukkan hasil bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4: *Sustainability Reporting* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

5.5. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini memperoleh populasi yang terdiri dari semua perusahaan yang terlisting di Bursa efek di Indonesia maupun semua perusahaan yang terlisting di Bursa efek di Malaysia. Namun dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian hanya perusahaan-perusahaan yang mendapatkan penghargaan tidak saja dari Indonesia *Sustainability Reporting Award* (ISRA) tetapi juga Malaysia *Sustainability Reporting Award* (MASRA). Dengan demikian yang menjadi sampel hanya perusahaan-perusahaan yang memperoleh penghargaan dari Indonesia *Sustainability Reporting Award* (ISRA) tetapi juga Malaysia *Sustainability Reporting Award* (MASRA) pada tahun 2016.

Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data-data tersebut diperoleh dari bursa, di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia (BEI) dan di Malaysia adalah Bursa Malaysia. Data ini diperoleh melalui kedua bursa tersebut. Namun tidak bisa

juga dari website perusahaan-perusahaan yang memenangkan penghargaan tersebut. Berdasarkan sampel perusahaan yang memperoleh penghargaan dari Indonesia *Sustainability Reporting Award* (ISRA) dan Malaysia *Sustainability Reporting Award* (MASRA). Adapun data penelitian menggunakan data laporan keuangan dan laporan berkelanjutan (sustainability reporting) dari perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel. Data penelitian adalah dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 yaitu selama lima tahun.

Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu pengukuran yang digunakan dengan berbagai jenis nilai dalam memberikan gambaran yang lebih real tentang gejala-gejala. Definisi operasional adalah penetapan pengukuran sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

1. *Foreign ownership* merupakan jumlah dari *foreign ownership* yang ada di perusahaan (Oh, Chang, & Martynov, 2011)
2. Ukuran perusahaan adalah ukuran untuk menentukan ukuran perusahaan yang mencerminkan penjualannya.

Penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan perputaran kas yang lebih tinggi dan kapitalisasi pasar. Apalagi dengan tingginya kapitalisasi pasar perusahaan akan lebih dikenal masyarakat. Menurut Hackston dan Milne (1996); Eng & Mak (2003); Haniffa & Cooke (2005); Said et al., (2009) ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan jumlah karyawan, nilai total aset, penjualan, atau indeks. Dalam penelitian ini menggunakan nilai total aset dalam mengukur ukuran perusahaan. Ini mengikuti rumus untuk mengukur:

Ukuran perusahaan = Log Total Aset

3. Leverage ini menggunakan pengukuran *Debt to Equity Ratio* (Siregar & Bachtiar, 2010); Rodgers et al., 2013) formulanya adalah sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}}$$

4. *Sustainability Reporting* mengacu dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dari standar yang terakhir yaitu G4 (Skouloudis & Evangelinos, 2009). Skouloudis & Evangelinos, (2009) mengembangkan sistem skor dimana masing-masing GRI. Topik / indikator dialokasikan skor antara 0 dan 4 poin dan ditetapkan sebagai berikut: kapan Topik tertentu tidak

disebutkan, 0 poin; Pernyataan singkat atau generik menerima 1 poin; Cakupan yang lebih rinci mendapat 2 poin; Cakupan luas menerima 3 poin dan cakupanCakupannya penuh dan sistematis menerima 4 poin.

5. Kinerja Perusahaan diperoleh dari *Return on Equity* (Siregar & Bachtiar, 2010) dengan formula adalah:

$$\text{Kinerja Perusahaan} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Modal}}$$

Metode Analisis data

Penelitian ini menggunakan telaah jalur (*path analysis*) yaitu *structural equation modelling* (SEM). *Structural equation modelling* (SEM) umumnya SEM memiliki dua karakteristik. Pertama, estimasi mengenai hubungan yang beragam dan sama-sama berhubungan. Kedua, Perkiraan terhadap hubungan beragam dan saling berkaitan. Ketiga adalah kapasitas untuk mengilustrasikan konsep yang tidak bisa diperhatikan dalam *framework* pada relasi atau hubungan ini. Selanjutnya analisisnya akan mencermati kekeliruan pengukuran di dalam proses perkiraan (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010).

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan salah satu bentuk dari analisis regresi yang beragam. Analisis ini berpedoman pada model jalur untuk membantu mencari solusi masalah atau menguji hipotesis yang pelik. Dengan metode ini, dapat dihitung hubungan baik *direct* maupun *indirect* dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan ini terilustrasi pada koefisien jalur (*path coefficient*) yang real merupakan suatu koefisien regresi yang telah distandarkan (Hair et al., 2010).

Partial Least Square adalah salah satu metode analisis yang powerful. Hal ini dikarenakan tidak berdasarkan pada banyak asumsi. Data tidak harus terdistribusi normal (Ghozali, 2014). *Partial Least Square* memiliki tujuan untuk mendapatkan model struktural yang bertujuan untuk memprediksi. Pada *Partial Least Square*, *weight estimate* untuk memperoleh skor variabel laten dari indikatornya dispesifikasikan dalam *outer model*, sedangkan *inner model* adalah model struktural yang menghubungkan antar variabel laten (Ghozali, 2014).

Partial Least Square ada 3 pendugaan parameter yaitu (Ghozali, 2014):

1. *Weight estimate* yang berguna untuk menciptakan skor pada variabel laten
2. *Path estimate* akan menghubungkan antar variabel laten dan estimasi loading antara variabel laten dengan indikatornya
3. *Means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi, intersep) untuk indikator dan variabel laten.

Ada beberapa keunggulan dari *Partial Least Square* menurut Abdillah & Jogiyanto (2009) yaitu sebagai berikut:

1. Mampu membuat model dengan banyak variabel dependen dan variabel independen yaitu model yang kompleks.
2. Mampu mengelola multikolinearitas antar variabel independen yang bermasalah.
3. Hasil yang kuat yang mungkin ada data yang tidak normal dan hilang.
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis cross product yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Pengujian ini dapat digunakan baik untuk konsep formatif maupun konsep reflektif.
6. Pengujian dapat digunakan pada sampel yang kecil.

7. Tidak ada syarat berkaitan dengan data yang terdistribusi normal.
8. Pengujian dapat digunakan pada data dengan tipe yang skala berbeda sebagai contoh nominal, ordinal dan kontinu.

Ada beberapa alasan berkaitan dengan menggunakan *Partial Least Square* pada suatu penelitian adalah sebagai berikut (Ghozali, 2014) :

1. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 bisa dilakukan analisis, dan *residual distribution*.
2. *Partial Least Square* (PLS) dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena PLS (*Partial Least Square*) dapat digunakan untuk prediksi.
3. *Partial Least Square* memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis *series ordinary least square* (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan *olgoritma*

Tabel 4.1. Kriteria Penilaian PLS

KRITERIA	PENJELASAN
Evaluasi Model Struktural	
R ² untuk variabel laten endogen	Hasil R ² sebesar 0,67; 0,33 dan 0,19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model baik, moderat, dan lemah
Estimasi koefisien jalur	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi ini dapat diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .
f ² untuk <i>effect size</i>	Nilai f ² sebesar 0,02; 0,15 dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
Relevansi Prediksi (Q ² dan q ²)	<p>Prosedur <i>blindfolding</i> digunakan untuk menghitung:</p> $Q^2 = 1 - \frac{\sum_D E_D}{\sum_D O_D}$ <p>D adalah <i>omission distance</i>, E adalah <i>sum of squares of prediction errors</i> dan O adalah <i>sum of squares oof observation</i>. Nilai Q² di atas nol memberikan bukti bahwa model memiliki <i>predictive relevance</i> (Q² di bawah nol mengindikasikan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>. Dalam kaitannya dengan f², dampak relatif model struktural terhadap pengukuran variabel dependen laten dapat dinilai dengan:</p> $q^2 = \frac{Q^2_{included} - Q^2_{excluded}}{1 - Q^2_{included}}$

KRITERIA	PENJELASAN
Evaluasi Model Pengukuran Refleksif	
<i>Loading factor</i>	Nilai <i>loading factor</i> harus di atas 0,70.
<i>Composite reliability</i>	<i>Composite reliability</i> mengukur <i>internal consistency</i> dan nilainya harus di atas 0,60.
<i>Average Variance Extracted</i>	Nilai <i>average variance extracted (AVE)</i> harus di atas 0,50.
Validitas Diskriminan	Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.
<i>Cross Loading</i>	Merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap blok indikator memiliki <i>loading</i> yang lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.
Evaluasi Model Pengukuran Formatif	
Signifikansi nilai <i>weight</i>	Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikansi ini dinilai dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .
Multikolinieritas	Variabel manifest dalam blok harus diuji apakah terdapat multikolinieritas. Nilai <i>variance inflation factor (VIF)</i> dapat digunakan untuk menguji hal ini. Nilai VIF di atas 10 mengindikasikan terdapat multikolinieritas.

Sumber: Ghozali (2014)

Model dari penelitian adalah sebagai berikut:

$$SR_t = \alpha_0 + \alpha_1 FO_t + \alpha_2 Size_t + \alpha_3 DER_t + e$$

Keterangan:

SR = Sustainability Reporting.

FO = *foreign ownership*

Size = Ukuran Perusahaan.

DER = Leverage.

Sedangkan untuk model bagi hipotesis 4 adalah sebagai berikut:

$$ROE_{t+1} = \beta_0 + \beta_1 SR_t + e$$

Keterangan:

ROE = Kinerja Perusahaan

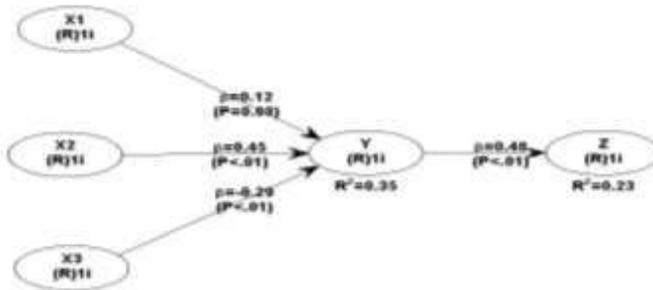
5.6. HASIL DAN PEMBAHASAN ANALISA KONDISI DI INDONESIA

Uraian Sampel Penelitian

Berdasarkan pada sampel dalam penelitian ini. Ada beberapa perusahaan yang digabungkan menjadi satu perusahaan yaitu antara lain PT. Pertamina Lubricants, PT. Pertamina EP, PT. Pertamina Hulu Energi Offshore North West Java, PT. Pertamina EP Cepu, sehingga digabung dalam PT. Pertamina (Persero). Data diperoleh dari tahun 2012 - 2016 yaitu selama lima tahun. Sampel adalah semua perusahaan yang memperoleh penghargaan dari Indonesia *Sustainability*

Reporting Award pada tahun 2016. Total pengamatan sebanyak 75 pengamatan.

Hasil Penelitian



Gambar 4.2. Hasil Uji ISRA

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 4.2. Hasil Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Koefisien	Nilai p	Hasil
Foreign Ownership → SR(H1)	+	0,12	0,08	Diterima
Ukuran perusahaan → SR(H2)	+	0,45	0,01	Diterima
Leverage → SR (H3)	-	β	0,01	Diterima
SR → Kinerja Perusahaan (H4)	+	0,48	0,01	Diterima

Dimana: SR = *Sustainability Reporting*.

Sumber: Diolah Penulis

Hasil penelitian menunjukkan keempat hipotesis yang diajukan semua hipotesis dapat diterima. Hal ini dapat dilihat dari Gambar 4.2 dan tabel 4.1. menyajikan hasil Uji ISRA dan

hasil hipotesis. Hipotesis kedua, ketiga dan keempat diterima ($p < 0,01$), namun hipotesis pertama ($p = 0,08$) diterima dibawah nilai 10%.

Analisa Hasil

Foreign ownership dan Sustainability Reporting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *foreign ownership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Schipper, (1981); Craswell & Taylor (1992) yang menunjukkan pengaruh positif antara *foreign ownership* dan *sustainability reporting*. Oleh karena itu, semakin tinggi kepemilikan asing, semakin tinggi permintaan untuk pengungkapan *sustainability reporting*. Walaupun jika dipresentasi persentase kepemilikan asing di perusahaan-perusahaan di Indonesia masih rendah dan sedikit, sehingga bisa dianggap tidak terlalu berperan dalam mendorong pengungkapan *sustainability reporting*. Hal ini terlihat dari hasil hipotesis diterima pada level dibawah 10% (0,10).

Ukuran perusahaan dan Sustainability Reporting

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian sebelumnya yang menguji ukuran perusahaan yang memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *sustainability reporting* (Artiach, Lee, Nelson, & Walker, 2010; Suryono & Prastiwi, 2011; Al-Shubiri et al., 2012; Branco et al., 2014). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*. Penelitian ini juga mendukung teori stakeholder yang digunakan dalam penelitian ini. Mengacu dari *stakeholder theory*, semua aktivitas dan keputusan bisnis yang diambil stakeholder pada suatu perusahaan berpengaruh terhadap *stakeholder*. Dengan demikian, perusahaan yang lebih besar dan kompleks yaitu perusahaan yang berukuran besar biasanya memiliki kebutuhan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*.

Leverage dan Sustainability Reporting

Hipotesis ini mengajukan bahwa ada pengaruh negatif antara *Leverage dan Sustainability Reporting*. Hasil menunjukkan bahwa negatif dan juga signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Bhayani, 2012; Branco et al., 2014). Semakin rendah *leverage* yang ada diperusahaan, semakin tinggi perusahaan akan mengungkapkan *Sustainability Reporting*. Hasil menunjukkan nilai signifikan ($p < 0.01$) dan pengaruhnya negatif ($\beta = -0,29$). Dengan

demikian semakin rendah leverage, maka semakin tinggi *sustainability reporting* dilaporkan oleh perusahaan.

***Sustainability Reporting* dan Kinerja Perusahaan**

Hipotesis terakhir diterima yang menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Lo & Sheu (2007); Guidry & Patten (2010) dimana *sustainability reporting* berhubungan positif dengan kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *sustainability reporting* dilaporkan oleh perusahaan, semakin tinggi juga kinerja perusahaan tersebut.

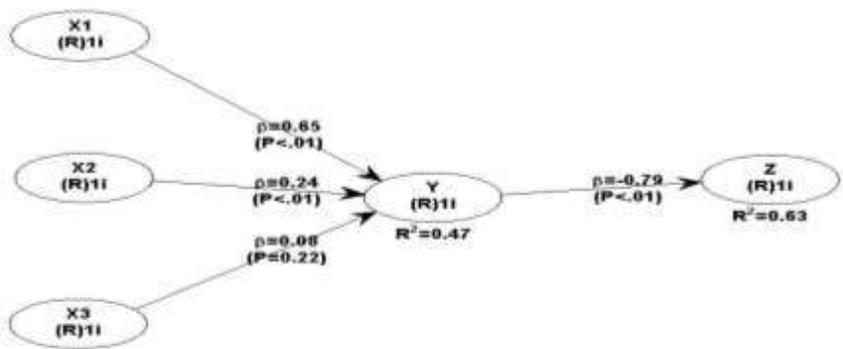
ANALISA KONDISI DI MALAYSIA

Uraian Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini dari perusahaan-perusahaan yang memperoleh penghargaan dari Malaysia *Sustainability Reporting Award* pada tahun 2016 (dalam Lampiran 2). Total sampel penelitian untuk Malaysia hanya terdiri dari delapan perusahaan yang memperoleh penghargaan dari Malaysia *Sustainability Reporting Award* pada tahun 2016. Namun, peneliti mengalami kesulitan untuk memperoleh semua sampel. Dalam penelitian ini hanya memperoleh data dari enam perusahaan yaitu Sime Darby Berhad, Malayan Banking Berhad,

Digi.com Berhad, Fuji Xerox Asia Pacific Berhad, Sunway Berhad dan Axiata Group Berhad. Ada dua perusahaan yang tidak dapat data baik *annual report* dan *sustainability reporting*. Data diperoleh dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 yaitu selama lima. Data pengamatan dalam penelitian ada sebanyak 30 dari jumlah perusahaan sebanyak enam perusahaan dan data selama lima tahun. Data dari *Malaysian Sustainability Reporting Award* disajikan dalam.

Hasil Penelitian



Gambar 4.3. Hasil Uji MASRA Sumber: Diolah Penulis
Sumber: Diolah Penulis

Tabel 4.2. Hasil Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Koefisien	Nilai p
Foreign Ownership → SR (H1)	+	0,65	0,01
Ukuran perusahaan → SR (H2)	+	0,24	0,01
Leverage → SR (H3)	-	0,08	0,22
SR → Kinerja Perusahaan (H4)	+	-0,79	0,01

Dimana: SR = *Sustainability Reporting*.

Sumber: Diolah Penulis

Dari Gambar 4.3 dan tabel 4.2. terlihat bahwa hasil hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan keempat hipotesis yang diajukan hanya dua hipotesis yang diterima dan dua hipotesis ditolak. Hipotesis pertama dan kedua, menunjukkan hasil ($p < 0,01$), kurang dari 0,05 (5%) yang artinya kedua hipotesis tersebut diterima. Namun, hipotesis ketiga dan keempat menunjukkan hasil yang tidak signifikan hipotesis ketiga nilai lebih besar dari 0,05 (5%) yaitu $p = 0,22$. Hipotesis terakhir menunjukkan hasil yang signifikan yaitu ($p < 0,01$), tetapi koefisien menunjukkan nilai negatif (-0,79), sehingga hipotesis ini ditolak. Hal ini dikarenakan hipotesis yang diajukan adalah positif, tetapi hasil penelitian menunjukkan hal yang berbeda yaitu negatif. Dengan demikian hipotesis terakhir ini juga tidak diterima.

Foreign ownership dan Sustainability Reporting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *foreign ownership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Penelitian mendukung penelitian dari (Schipper, 1981; Craswell & Taylor, 1992). Schipper (1981); Craswell & Taylor (1992) yang menunjukkan pengaruh positif antara *foreign ownership* dan *sustainability reporting*. Oleh karena itu, semakin tinggi kepemilikan asing, semakin tinggi permintaan untuk pengungkapan *sustainability reporting*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menguji ukuran perusahaan yang memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *sustainability reporting* (Artiach, Lee, Nelson, & Walker, 2010; Al-Shubiri et al., 2012; Branco et al., 2014) Kondisi ini hampir sama dengan di Indonesia, namun dari hasil hipotesis terlihat bahwa hipotesis ini lebih kuat hasilnya dibanding dengan kondisi di Indonesia. Hal dikarenakan hasil di Indonesia hipotesis ini diterima pada level 10% dimana hasil hipotesis diterima sebesar 0,08. Namun kondisi di Malaysia hipotesis ini diterima sebesar 0,01 dibawah level 5% hipotesisnya diterima.

Ukuran perusahaan dan Sustainability Reporting

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menguji ukuran perusahaan yang memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *sustainability reporting* (Artiach, Lee et al., 2010; Al-Shubiri et al., 2012; Branco et al., 2014). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*. Penelitian ini juga mendukung teori stakeholder yang digunakan dalam penelitian ini.

Leverage dan Sustainability Reporting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *sustainability reporting*. Penelitian ini tidak mendukung hasil yang menunjukkan leverage berpengaruh negatif terhadap *sustainability reporting* (Bhayani, 2012; Branco et al., 2014). Namun, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan hasil *leverage dan sustainability reporting* tidak signifikan (Siregar & Bachtiar, 2010; Suryono & Prastiwi, 2011).

***Sustainability Reporting* dan Kinerja Perusahaan**

Hipotesis menunjukkan hasil bahwa *sustainability reporting* dan kinerja perusahaan memiliki hasil yang signifikan namun negatif. Hal ini berarti hipotesis ini tidak diterima. Penelitian ini sejalan dengan (Wagner, 2005); Dissanayake et al., (2016) yang menunjukkan *sustainability reporting* berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.

5.6. SIMPULAN

Kondisi di Indonesia, semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan hasil semuanya dapat diterima. Hipotesis pertama menunjukkan hasil *foreign ownership* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *sustainability reporting*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *foreign ownership*, maka semakin tinggi juga perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*. Hipotesis kedua juga menunjukkan hasil positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dan *sustainability reporting*. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar juga perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Hal ini berarti bahwa semakin rendah nilai leverage maka semakin

tinggi perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*. Hipotesis terakhir menunjukkan hasil positif dan signifikan antara *sustainability reporting* dan kinerja perusahaan. Hasil mengungkapkan bahwa semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *sustainability reporting*, maka semakin tinggi juga kinerja perusahaan.

Namun, hasil menunjukkan hal yang berbeda dengan kondisi di Malaysia. Dari keempat hipotesis yang diajukan dalam penelitian hanya ada dua hipotesis yang diterima yaitu hipotesis pertama dan kedua. *Foreign ownership* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability reporting*. Hipotesis ketiga dan keempat menunjukkan hasil yang ditolak atau tidak signifikan.

Penelitian ini memberikan dukungan terhadap teori stakeholder (*stakeholder theory*) yang digunakan. Khususnya pada kondisi di Indonesia dibandingkan di Malaysia. Teori stakeholder mengungkapkan bahwa stakeholder sangat berperan dalam perusahaan khususnya berkaitan dengan *sustainability reporting*. Walaupun *sustainability reporting* bukan merupakan kewajiban bagi perusahaan untuk mengungkapkannya. Hal ini dikarenakan masih dalam kondisi sukarela bagi perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability reporting*.

5.7 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan pertama adalah penelitian ini tidak dapat mengeneralisasi hasil penelitian, walaupun sampel dalam penelitian ini mencakup beberapa sektor yaitu sektor keuangan, sektor manufaktur dan sektor perbankan dan lainnya. Kelemahan berikutnya adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini belum merupakan kerangka pemikiran yang terbaik. Kelemahan berikutnya berkaitan dengan hasil perbandingan berdasarkan sampel penelitian yaitu dari perusahaan-perusahaan yang memperoleh penghargaan dari Indonesia *Sustainability Reporting Awards* dan Malaysia *Sustainability Reporting Award* yang menunjukkan jumlah perusahaan yang berbeda antara di Indonesia dan di Malaysia.

5.8.SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Ada beberapa saran untuk penelitian yang akan datang. Saran yang pertama adalah penelitian selanjutnya lebih baik hanya fokus pada satu sektor dan lebih spesifik sebagai contoh fokus pada sektor keuangan dari bursa efek Indonesia. Saran berikutnya adalah peneliti selanjutnya dapat menguji variabel-variabel yang lain yang belum diuji dalam penelitian ini sebagai contoh likuiditas, berkaitan dengan *corporate governance* dan

faktor-faktor lainnya. Saran terakhir adalah memperluas sampel yang diteliti. Penelitian selanjutnya dapat lebih memperluas sampel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. & Jogyanto, H., 2009, Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, Yogyakarta.
- Adams, C. A., & Mcnicholas, P. (2006). Making a difference organisational change.
<https://doi.org/10.1108/09513570710748553>
- Aggarwal, P. (2013). Impact of Sustainability Performance of Company on its Financial Performance: A Study of Listed Indian Companies. *Global Journal of Management and Business Research Finance*, 13(11), 61–70.
- Agustina, I., & Tarigan, J. (2014). Analisa Perbedaan Kinerja Keuangan (Market Ratio) Pada Perusahaan Partisipan Indonesia Sustainability Report Award (ISRA) 2009-2011. *Business Accounting Review*, 2(1), 91–99.
- Al-Shaer, H., & Zaman, M. (2016). Board gender diversity and sustainability reporting quality. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 12(3), 210–222.
<https://doi.org/10.1016/j.jcae.2016.09.001>
- Al-Shubiri, F. N., Al-abadallat, A. Z., & Orabi, M. M. A. (2012). Financial and Non Financial Determinants of Corporate Social Responsibility. *Asian Economic and Financial Review*, 2(8), 1001–1012. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1417571919?accountid=14549%5Cnhttp://hl5yy6xn2p.search.serialssolutions.com/?genre=article&sid=ProQ:&atitle=Financial+and+Non+Financial+Determinants+of+Corporate+Social+Responsibility&title=Asian+Economic+and+Financial+R>
- Amran, A., & Haniffa, R. (2011). Evidence in development of sustainability reporting: a case of a developing country. *Business Strategy and the Environment*, 20(3), 141–156.
<https://doi.org/10.1002/bse.672>

- Amran, A., Lee, S. P., & Devi, S. S. (2014). The influence of governance structure and strategic corporate social responsibility toward sustainability reporting quality. *Business Strategy and the Environment*, 23(4), 217–235. <https://doi.org/10.1002/bse.1767>
- Amran, A., & Ooi, S. K. (2014). Sustainability reporting : meeting stakeholder demands. *Strategic Direction*, 30(7), 38–41. <https://doi.org/10.1108/SD-03-2014-0035>
- Aras, G. and D. Crowther: 2007, ‘What Level of Trust is Needed for Sustainability?’, *Social Responsibility Journal* 3(3), 60–68.
- Arayssi, M., & Jizi, M. D. M. (2016). Article information : *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 17(3), 1–29. <https://doi.org/10.1108/09574090910954864>
- Artiach, T., Lee, D., Nelson, D., & Walker, J. (2010). The determinants of corporate sustainability performance. *Accounting and Finance*, 50(1), 31–51. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2009.00315.x>
- Asif, M., Searcy, C. Zutshi, A. & Ahmad, N. (2011), An integrated management systems approach to corporate sustainability. *European Business Review*, Vol.23, Iss.4, pp.353-367.
- Aswani, K., & Swami, S. (2017). Analysis of Sustainability Reporting of Indian Companies. In *International Conference on Strategies in Volatile and Uncertain Environment for Emerging Markets* (pp. 537–549).
- Atmajaya, T. (2015). Analisis Penerapan Sustainability Report Perusahaan – Perusahaan Pertambangan Peserta Indonesia Sustainability Reporting Awards (ISRA) 2013 (Analysis of Sustainability Report Implementation on Indonesia Sustainability Reporting Awards (ISRA) 2013 Min. *Artikel Ilmiah Jember*, 1–6.
- Belkaoui, A., & Karpik, P. G. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information.

- Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
<https://doi.org/10.1108/09513578910132240>
- Bhatia, A., & Tuli, S. (2017). Corporate attributes affecting sustainability reporting : an Indian perspective Abstract. *International Journal of Law and Management*, 59(3).
<https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2015-0057>
- Bhayani, S. (2012). Association between Firm-Specific Characteristics and Corporate Disclosure: The Case of India. In *International Conference on Business, Economics, Management and Behavioural Sciences (ICBEMBS'2012)* (p. 211). Retrieved from
<http://pscentre.org/images/extraimages/24.0112051.pdf>
- Branco, M. C., Delgado, C., Gomes, S. F., & Eugénio, T. C. P. (2014). Factors influencing the assurance of sustainability reports in the context of the economic crisis in Portugal. *Managerial Auditing Journal*, 29(3), 237–252.
<https://doi.org/10.1108/MAJ-07-2013-0905>
- Burhan, A. H. N., & Rahmanti, W. (2012). the Impact of Sustainability Reporting on Company Performance Dampak Kesinambungan Pelaporan Pada Kinerja Perusahaan. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 15(2), 257–272.
- Burritt, R. L., Schaltegger, S., & Burritt, R. L. (2010). Sustainability accounting and reporting : fad or trend ?
<https://doi.org/10.1108/09513571011080144>
- Carroll, A. B. 1991, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders,” *Business Horizons* (July–August, 1991): 39–48.
- Caron, M., & Tucotte, M. (2009). Path depece and path creation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(2), 272–297.
<https://doi.org/10.1108/09513570910933979>
- Clarkson, M. (1995). A Stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of*

- Management Journal*, 20, 92–118.
- Cormier, D., & Gordon, I. M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(5), 587–617.
<https://doi.org/10.1108/EUM0000000006264>
- Cortez, M., & Cudia, C. (2011). The virtuous cycle, environmental accounting, financial performance, sustainability, Japanese manufacturing. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 15, 31–44.
- Craswell, A., & Taylor, S. (1992). Discretionary Disclosure of Reserves by Oil and Gas Companies: An Economic Analysis. *Journal of Business Finance and Accounting*, 19(January), 295–308.
- Deegan, C., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research*, 26(3), 187–199.
<https://doi.org/10.1080/00014788.1996.9729510>
- Dienes, D., Sassen, R., & Fischer, J. (2016). Article information : *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 1–48.
- Diof, D., & Boiral, O. (2017). Quality of Sustainability Reports and Impression Management : A Stakeholders Perspective, (February). <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2044>
- Dissanayake, D., Tilt, C., & Xydias-lobo, M. (2016). Sustainability reporting by publicly listed companies in Sri Lanka. *Journal of Cleaner Production*, 30, 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.086>
- Donalson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of Corporations: Concept, Evidence and Implication. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 122–136.
<https://doi.org/10.2307/1388226>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: the TBL of the 21st*

- century business*. Oxford, Capstone.
- Elkington, J. (2004). *Enter the triple bottom line. The triple bottom line: Does it all add up ?*
- Fatchan, I. N., & Trisnawati, R. (2016). Pengaruh Good Governance Pada Hubungan Antara Sustainability Report Dan Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Go Public Di Indonesia Periode 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 25–34.
- Freeman, J. (1983). Stakeholder Theory of Modern Corporation. *General Issues in Business Ethics*, 1(1), 1–15.
- Freundlieb, M., Grauler, M., & Teuteberg, F. (2014). A conceptual framework for the quality evaluation of sustainability reports. *Management Research Review*, 37(1), 19–44.
- Fuhrmann, S., Ott, C., Looks, E., & Guenther, T. W. (2017). The contents of assurance statements for sustainability reports and information asymmetry. *Accounting and Business Research*, 47(4), 369–400.
<https://doi.org/10.1080/00014788.2016.1263550>
- G4 Sustainability Reporting Guidelines. (2017).
- Gerab, F. (2017). Article information : Reports with External. *Social Responsibility Journal*, 13(1), 1–18.
- Gray, R., & Milne, M. J. (2004). Towards reporting on the triple bottom line: mirage, methods and myths. *The Triple Bottom Line, Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR.*, (September), 70–80.
 Retrieved from <http://eprints.gla.ac.uk/33572/>
- Gray, R. (2006). *Social, environmental and sustainability reporting and organisational value creation? Accounting, Auditing & Accountability Journal* (Vol. 19).
<https://doi.org/10.1108/09513570610709872>
- Guidry, R. P., & Patten, D. M. (2010). Market reactions to the first-time issuance of corporate sustainability reports. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 1(1), 33–50.

- <https://doi.org/10.1108/20408021011059214>
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting : a review of results , trends , theory , and opportunities in an expanding fi eld of research. *Journal of Cleaner Production*.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.005>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Publisher.
<https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Huang, T., & Wang, A. (2010). Sustainability reports in China: Content analysis. In *2010 International Conference on Future Information Technology and Management Engineering, FITME 2010* (Vol. 2, pp. 154–158).
<https://doi.org/10.1109/FITME.2010.5654711>
- Hui, L. Teck ., 2018, *Practising Corporate Social Responsibility in Malaysia*,
https://doi.org/10.1007/978-3-319-62476-1_8
- Jenawan, S., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Respon Investor. *Business Accounting Review*, 3(1), 180–189.
- Kabir, R & Thai, H. M. (2017) "Does corporate governance shape the relationship between corporate social responsibility and financial performance?"; *Pacific Accounting Review*, Vol. 29 Issue: 2, pp.227-258, doi: 10.1108/PAR-10-2016-0091
- Kerr, J., Rouse, P., & Villiers, C. (2015). Sustainability reporting integrated into management control systems. *Pacific Accounting Review*, 27(2), 189–207.
- Khan, H., Islam, M. A., Fatima, J. K., & Ahmed, K. (2011). Corporate sustainability reporting of major commercial banks in line with GRI : Bangladesh evidence.
<https://doi.org/10.1108/174711111111154509>
- Kumar, R. (2014). A Study on Sustainability Reporting practices in Indian and Global Companies with special references to the Petroleum Companies. *Abhinav National Monthly*

Refereed Journal of Research in Commerce & Management, 3(4), 15–25.

- Kuzey, C., & Uyar, A. (2016). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value : evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 30, 1–39.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.153>
- Laksono, P. S., & Lina. (2016). The Influence of Sustainability Report Disclosure and Ownership Concentration to the Company's Performance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 30–45.
- Lesmana, Y., & Tarigan, J. (2014). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik Dari Sisi Asset Management Ratio. *Business Accounting Review*, 2(1), 101–110.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Leszczynska, A. (2012). Industrial Management & Data Systems Emerald Article : Towards shareholders' value : an analysis of sustainability reports Towards shareholders' value : an analysis of sustainability reports.
<https://doi.org/10.1108/02635571211238518>
- Lo, S.-F., & Sheu, H.-J. (2007). Is Corporate Sustainability a Value- Increasing Strategy for Business? *Corporate Governance: An International Review*, 15(2), 345–359.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2007.00565.x>
- Lozano, R., Nummert, B., & Ceulemans, K. (2016). Elucidating the relationship between Sustainability Reporting and Organisational Change Management for Sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 125, 168–188.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.03.021>
- Maharani, S. N. (2014). Sustainability Reporting sebagai Media Perusahaan dalam Mengembangkan dan Melaporkan Kebijakan Bisnis Berkelanjutan. *Modernisasi*, 10(1), 11–22.
- Manetti, G. (2011). The quality of stakeholder engagement in

- sustainability reporting: Empirical evidence and critical points. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(2), 110–122.
<https://doi.org/10.1002/csr.255>
- Natalia, R., & Tarigan, J. (2014). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik Dari Sisi Profitability Ratio. *Business Accounting Review*, 2(1), 111–120.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nazier, D. M., & Umiyati, I. (2015). Transformasi Sustainability Reporting Menuju Integrated Reporting (IR) sebagai Cerminan Semakin Luasnya Akuntabilitas dalam Corporate Governance. *Dimensia*, 12(1), 1–34.
- Needles, B. ., Frigo, M. L., Powers, M., & Shigaev, A. (2016). Integrated Reporting and Sustainability Reporting: an Exploratory Study of High Performance Companies. *Performance Measuremen and Management Contemporary Issues*, 41–81. <https://doi.org/10.1108/S1479-351220160000031019>
- Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Martynov, A. (2011). The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 283–297. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0912-z>
- Patten, D. M. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 10(4), 297–308. [https://doi.org/10.1016/0278-4254\(91\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0278-4254(91)90003-3)
- Rakhman, A. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Keputusan Penerapan Assurance Laporan Keberlanjutan (Studi Empiris Perusahaan yang Menerbitkan Laporan Keberlanjutan dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014). *Jurnal Unsika*, 2(1), 218–232.
- Reddy, K., & Gordon, L. W. (2010). The effect of sustainability

- reporting on financial performance: An empirical study using listed companies. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 6(2), 19–42.
- Safitri, D. A. (2015). Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pasar. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(4), 1–15.
- Sandberg, M., & Holmlund, M. (2015). Impression management tactics in sustainability reporting. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 677–689. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2013-0152>
- Sawani, Y., Zain, M. M., & Darus, F. (2010). Preliminary insights on sustainability reporting and assurance practices in Malaysia. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 627–645. <https://doi.org/10.1108/17471111011083482>
- Schipper, K. (1981). Discussion of Voluntary Corporate Disclosure: The Case of Interim Reporting. *Journal of Accounting Research*, 19(1981), 85. <https://doi.org/10.2307/2490986>
- Siregar, S. V., & Bachtiar, Y. (2010). Corporate social reporting: empirical evidence from Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 241–252. <https://doi.org/10.1108/17538391011072435>
- Skouloudis, A., & Evangelinos, K. . (2009). Sustainability reporting in Greece: are we there yet? *Environmental Quality Management*.
- Skouloudis, A., Avlonitis, G. J., Malesios, C. & Evangelinos, K. (2015). Priorities and perceptions of corporate social responsibility: Insights from the perspective of Greek business professionals. *Management Decision*, 53(2), 375-401.
- Speier, C., Whipple, J., Closs, D. and Voss, M. (2011). Global supply chain design considerations: Mitigating product safety and security risks. *Journal of Operations Management*, 29 (7-8), 721-736.

- Suardi, G. N. B. P. D., Yuniarta, G. A., & Sinarwati, N. K. (2015). Pengaruh Pengumuman Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA) terhadap Abnormal Return dan Volume Perdagangan Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Pemenang Indonesia Sustainability Reporting Award Tahun 2009-2013). *E Journal Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1), 1010.
- Suryono, H., & Prastiwi, A. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governance terhadap praktek Pengungkapan Sustainability Report (Studi pada Perusahaan-perusahaan Listed di Bursa Efek Indonesia periode 2001-2009). In *Simposium Nasional Akuntansi XIV* (pp. 21–22). Banda Aceh.
- Suto, M. & Takehara, H., (2016), "Estimating the hidden corporate social performance of Japanese firms", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12 Iss 2 pp. 348 - 362
- Svendsen, A. (1999). *The stakeholder strategy : Profiting from collaborative business relationships*. Berrett-Koehler Publishers. Retrieved from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=Df8YQP DtTFEC&oi=fnd&pg=PR7&dq=The+Stakeholder+Strategy&ots=UPyymE16g7&sig=aPKT7U1t0IT55bW2OQdQenvHtxk#v=onepage&q=The+Stakeholder+Strategy&f=false>
- Tarigan, J., & Semuel, H. (2014). Pengungkapan Sustainability Report dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 16(2), 88–101.
<https://doi.org/10.9744/jak.16.2.88-101>
- Widyastuti, & Tarigan, J. (2014). Analisa Perbedaan Kinerja Keuangan (Market Ratio) Pada Perusahaan Partisipan Indonesia Sustainability Report Award (ISRA) 2009-2011. *Business Accounting Review*, 2(1), 91–99.

GLOSARIUM

Ekonomi: Keprihatinan dimensi ekonomis keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi perekonomian para pemegang kepentingan di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional, dan global.

Hak Asasi Manusia: Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemilihan supplier/kontraktor.

Laba atas Ekuitas (*Return on Equity*) : rasio laba setelah bunga dan pajak terhadap nilai buku ekuitas. Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham baik saham biasa ataupun saham preferen.

Laba atas Aset (*Return on Asset*): Kinerja keuangan diperoleh dari laba atas aset (Hussain, et al., 2017). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset digunakan

Laba atas Penjualan (*Return on Sales- ROS*): adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi operasional perusahaan. Ukuran ini memberikan wawasan tentang berapa banyak laba yang dihasilkan per dolar penjualan. Peningkatan ROS menunjukkan bahwa perusahaan tumbuh lebih efisien, sementara ROS yang menurun dapat menandakan masalah keuangan yang akan datang.

Laba atas Investasi (*Return on Investment*): *Return On Investment* merupakan rasio yang menunjukkan hasil dari jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan, rasio ini biasanya diukur dengan persentase.

Lingkungan: Dimensi Lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem, tanah, air dan udara. Indikator Lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah).

Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*): Rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dibandingkan dengan volume penjualan. Rasio ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan

Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*): merupakan perbandingan antar penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan dengan tingkat penjualan, rasio ini menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan.

Pelaporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) didefinisikan sebagai proses yang membantu perusahaan dalam menetapkan tujuan, mengukur kinerja dan mengelola perubahan menuju ekonomi global yang berkelanjutan - yang menggabungkan profitabilitas jangka panjang dengan tanggung jawab sosial dan perawatan lingkungan. Pelaporan keberlanjutan adalah platform

kunci untuk mengkomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan, yang mencerminkan dampak positif dan negatif.

Sosial: Indikator Kinerja Masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi social lainnya yang mereka kelola.

Tanggung jawab produk: Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk membahas aspek produk dari organisasi pelapor dan serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama, kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi.

Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak : Dimensi sosial dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi di mana dia beroperasi. Indikator Kinerja Sosial GRI menentukan Aspek Kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk.