

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan berkembang sejak adanya penelitian yang dilakukan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling pada tahun 1976. Teori ini mengacu pada pencapaian tujuan utama perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh pemilik perusahaan atau pemegang saham. *Agency Theory* adalah teori yang menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Tujuan dipisahkannya pengelolaan dari kepemilikan perusahaan, yaitu agar pemilik perusahaan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin dengan dikelolanya perusahaan oleh tenaga-tenaga profesional (Sutedi, 2012 : 13).

Teori agensi menyebutkan bahwa perusahaan adalah tempat atau *intersection point* bagi hubungan kontrak yang terjadi antar manajemen, pemilik, kreditor, dan pemerintah (Harahap, 2012: 532). Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Tujuan dari sebuah perusahaan adalah mensejahterakan kepentingan pemegang saham (*prinsipal*), untuk itu salah satu tugas manajer (*agent*) haruslah membantu

memaksimalkan kepentingan tersebut. Namun tidak selalu agen bertindak sesuai keinginan *principal* (Kartina 2013 : 164)

Hubungan keagenan atau *agency relationship* muncul ketika satu atau lebih dari individu (majikan) menggaji individu lain (agen atau karyawan) untuk bertindak atas namanya dan mendelegasikan kekuasaan untuk membuat keputusan kepada agen atau karyawannya (Atmaja, 2008 : 12). Hubungan keagenan juga terjadi karena adanya sebuah kepentingan dari pemilik perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan lebih dan menuntut kepada agen agar bekerja keras. Oleh sebab itu untuk memastikan manajemen telah bekerja keras, harus dihadirkan pihak-pihak yang berada di dalam perusahaan untuk mengawasi kegiatan manajemen seperti dewan komisaris dan komite audit.

Relevansinya dengan penelitian ini adalah perusahaan selain menjalin hubungan baik terhadap masyarakat juga harus berhubungan baik dengan pemilik perusahaan yaitu para pemegang saham. Perusahaan yang sudah *go public* tentunya memiliki banyak pemegang saham dan diperlukan pengungkapan yang lebih luas dan terbuka untuk menjaga hubungan keagenan. Melalui pengungkapan *sustainability report* hal tersebut dapat dilaksanakan dan tindakan yang tidak sesuai dalam hubungan keagenan dapat dihindari.

2.1.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mulai berkembang sejak adanya penelitian Freeman pada tahun 1984. Freeman (1984) mendefinisikan *stakeholder* sebagai kelompok maupun individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh proses

pencapaian tujuan suatu organisasi. Asumsi teori *stakeholder* dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar terkait dan memperhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu untuk menunjukkan akuntabilitasnya. Teori *stakeholder* menuntut perusahaan untuk dapat menjaga kepercayaan seluruh *stakeholder*, kemunculan teori *stakeholder* memberikan pandangan kepada perusahaan bahwa sangat pentingnya sebuah pengungkapan yang dapat merubah persepsi dan harapan masyarakat terhadap perusahaan untuk menjadi lebih baik.

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder* (Freeman dan McVea, 2001). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa bisnis mempunyai hubungan dengan segala pihak yang mencakup para pemegang saham, karyawan, para penyalur, pelanggan, kreditur, masyarakat lokal, pemerintah, media massa dan lain-lain. Pendekatan *stakeholders* ini menarik perhatian teori tanggung jawab sosial yang menyatakan bahwa suatu korporasi atau perusahaan harus mempertimbangkan efek atau dampak dari tindakan terhadap *stakeholders* (Suparno, 2010 : 9-10).

Relevansinya dengan penelitian ini adalah bahwa perusahaan melalui pengungkapan *sustainability report* akan menjalin hubungannya dengan para *stakeholder* meliputi seluruh fungsi yang bekerja di dalam perusahaan, pemerintah, lembaga diluar perusahaan, perusahaan lainnya, dan masyarakat serta individu-individu yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Melihat dampak

yang baik dari pengungkapan *sustainability report* menjalin *stakeholder* sebagai bagian terpenting dari suksesnya suatu perusahaan.

2.1.3 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan sebuah pengakuan akan legalitas sesuatu. Suatu legitimasi organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Ghozali dan Chariri, 2007). Teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontak sosial. Teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Pratama dan Yulianto, 2015).

Strategi yang digunakan sendiri sesuai dengan strategi legitimasi yang dirumuskan oleh Moir (2001: 11) bahwa perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dengan menyakinkan *stakeholder* melalui edukasi dan informasi dan mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja organisasi. Perusahaan dapat dikatakan telah mendapatkan legitimasi apabila keberadaan dan kinerjanya telah mendapat 'status' dari masyarakat atau lingkungan dimana mereka beroperasi (Imam dan Sekar, 2014)

Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Ghozali dan Chariri, 2007)). Perbedaan yang terjadi ini antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering

dinamakan ”*legitimacy gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya. Menurut Hadi (2011 : 90) menyatakan bahwa *legitimacy gap* dapat terjadi karena beberapa faktor :

1. Adanya perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan masyarakat berubah kearah yang berbeda atau kearah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Relevansinya dengan penelitian ini bahwa legitimasi sangat diperlukan oleh suatu perusahaan dalam suatu wilayah dan untuk mendapatkan legitimasi tersebut perusahaan akan berupaya menjalin hubungan yang baik dengan para pihak yang bersangkutan seperti masyarakat dan pemerintah serta instansi yang bersangkutan. Selama kegiatan perusahaan memberikan manfaat bagi masyarakat maka perusahaan akan memperoleh legitimasi yang kuat. Pengungkapan *sustainability report* dapat meningkatkan legitimasi dari berbagai pihak karena pengungkapan tersebut menunjukkan kinerja perusahaan yang bagus.

2.1.4 Sustainability Report

2.1.4.1 Definisi Sustainability Report

Berkembangnya *sustainability report* merupakan bagian dari konsep pembangunan berkeberlanjutan (*sustainability development*). Pengertian pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) yang didapatkan dari

United Nations (dalam *Agenda for Development*) yaitu pembangunan dengan wawasan multidimensional dalam mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi. Pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development*) mencakup tiga aspek penting yaitu aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan. Untuk mendukung adanya pembangunan keberlanjutan, *sustainability report* digunakan sebagai salah satu media informasi perusahaan yang diperlukan oleh *stakeholder*.

Sustainability Report adalah praktik pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan terhadap para *stakeholder* internal dan eksternal (GRI, 2006: 3). Sedangkan menurut Elkington (1997) *Sustainability report* berarti laporan yang tidak hanya memuat informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktifitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan tumbuh secara berkesinambungan. Pelaporan *sustainability* ini akan menjadi perhatian yang utama dalam pelaporan non keuangan.

Menurut Luthfia (2012) *sustainability report* merupakan salah satu instrumen yang dapat digunakan oleh suatu organisasi baik pemerintah maupun perusahaan dalam berdialog dengan warga negara ataupun *stakeholder*-nya sebagai salah satu upaya penerapan pendidikan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu penyusunan *sustainability report* pada saat ini menempati posisi yang sama pentingnya dengan pengungkapan informasi seperti yang diungkapkan dalam laporan keuangan.

2.1.4.2 Pengungkapan *Sustainability Report*

Pengungkapan *sustainability report* masih bersifat sukarela (*voluntary*), yang berarti belum ada standar baku yang memuat cara pengungkapannya sehingga hal ini dikembalikan kepada kebijakan dari pihak manajemen masing-masing perusahaan. Sebuah laporan *sustainability report* harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun negatif (GRI, 2006: 3). Gambaran yang dimaksud bisa berupa *narrative text*, foto, tabel, dan grafik (Sakina, 2014: 33)

Beberapa manfaat sudah dirasakan oleh perusahaan yang menggunakan pengungkapan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (dikutip dari Suryono dan Prastiwi, 2011), laporan keberlanjutan (*sustainability report*) memberikan manfaat sebagai berikut :

1. *Sustainability report* memberikan informasi kepada *stakeholder* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi.
2. *Sustainability report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share* dan loyalitas konsumen jangka panjang.
3. *Sustainability report* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola resikonya.

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

2.1.5 Karakteristik Perusahaan

2.1.5.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva (Pratama dan Yulianto, 2015). Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian (Brigham dan Houston 2001).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang turut menentukan tingkat kepercayaan investor, membutuhkan kredibilitas yang baik sehingga perusahaan perlu melakukan sumbangsih dalam pertumbuhan sosial dan lingkungan sekitar (Nasir dkk, 2014: 13). Sedangkan menurut Anindita (2014) ukuran perusahaan adalah penentuan besaran, dimensi, atau kapasitas dari suatu perusahaan, sebagai penentuan sebuah perusahaan besar atau kecil dapat dilihat dari nilai total aktiva. Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi perusahaan. Secara umum perusahaan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang relatif besar, penjualan besar, skill karyawan yang sangat baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan yang lengkap, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas (Amal, 2011).

Perusahaan besar memiliki beragam produk dan beroperasi diberbagai wilayah, sehingga pengungkapan pelaporan keuangan dan pelaporan keberlanjutan menjadi tuntutan untuk sebuah pertanggungjawaban perusahaan besar kepada *stakeholder* atau investor dan juga masyarakat lingkungan sekitar. Sedangkan perusahaan kecil umumnya masih dalam proses merintis usaha sehingga masih berada dalam keadaan ketatnya persaingan perusahaan lain. Informasi yang lebih luas pun belum menjadi perhatian utama perusahaan untuk mengungkapkannya secara lengkap, karena hal ini bisa membahayakan posisi perusahaan di dalam persaingannya.

2.1.6 Mekanisme *Good Corporate Governance*

Dalam suatu pelaksanaan aktivitas perusahaan, prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dituangkan dalam suatu mekanisme. Mekanisme ini dibutuhkan agar aktivitas perusahaan dapat berjalan secara sehat sesuai dengan arah yang ditetapkan. Dalam kaitan ini, mekanisme *governance* diartikan sebagai Suatu aturan main, prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang akan melakukan pengawasan terhadap keputusan tersebut.

Good Corporate Governance (GCG) sesuai dengan Surat Keputusan Negara BUMN No. 117/2002, adalah “Suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.”

Unsur-unsur *good corporate governance* dibedakan menjadi dua antara lain yang berasal dari dalam perusahaan dan unsur-unsur yang ada di luar perusahaan yang bisa menjamin berfungsinya *good corporate governance* :

1. *Corporate governance*-internal perusahaan

Unsur yang berasal dari dalam perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di dalam perusahaan disebut *corporate governance* internal perusahaan, unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan adalah : pemegang saham, direksi, dewan komisaris, manajer, karyawan/serikat

pekerja, sistem remunerasi berdasar kinerja, dan komite audit. Unsur-unsur yang selalu diperlukan didalam perusahaan antara lain meliputi : keterbukaan dan kerahasiaan (*discloure*), transparansi, *accountability*, *fairness*, aturan dari *code of conduct*.

2. *Corporate governance*-eksternal perusahaan

Unsur yang berasal dari luar perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan dinamakan *corporate governance*-eksternal perusahaan. Unsur yang berasal dari luar perusahaan adalah : kecukupan undang-undang, investor, institusi penyedia publik, akuntan publik, institusi yang memihak kepentingan publik bukan golongan, pemberi pinjaman, dan lembaga yang mengesahkan legalitas. Unsur yang selalu diperlukan diluar perusahaan antara lain meliputi : aturan dari *code of conduct*, *fairness*, *accountability*, dan jaminan hukum.

2.1.6.1 Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan maajemen puncak (Natalylova, 2013: 165). Selain itu juga bertugas dan bertanggungjawab dalam pengawasan dan memberikan nasihat pada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan *good corporate governance* (GCG). Ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan pengawasan terhadap kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam praktik pengungkapan *sustainability report*.

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya, dan pemegang saham pengendali serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan masyarakat (KNKG, 2006: 29).

Sesuai dengan UU No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan, dan memberi nasihat kepada direksi (Dyanti dan Putri, 2014: 7)

Fungsi dewan komisaris mencakup dua peran sebagai berikut:

1. Mengawasi direksi perusahaan dalam mencapai kinerja dalam *bussines plan* dan memberikan nasihat kepada direksi mengenai penyimpangan pengelolaan usaha yang tidak sesuai dengan arah yang ingin dituju oleh perusahaan.
2. Memantau penerapan dan efektivitas dari praktek *Good Corporate Governance (GCG)*

Agar supaya fungsi dan tugas dewan komisaris ini dapat berjalan dengan baik, maka perlu dipastikan bahwa setiap kebijakan dan keputusan dewan komisaris yang dikeluarkan tidak memihak kepentingan BOD sebagai agen atau bisa kepada kepentingan pemilik.

2.1.6.2 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola (Aniktia dan Khafid, 2015). Menurut Fajrina (2014) kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajer (agen). Jensen dan Mekling (1976) mengatakan bahwa permasalahan keagenan muncul karena agen bertindak sebagai pemilik sehingga cenderung untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan.

Manajer sebagai pemilik sekaligus pengelola akan bertindak untuk investasinya serta untuk perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan, maka akan semakin mendorong manajer perusahaan melakukan usaha lebih untuk memberikan keuntungan pada perusahaan. Salah satu usaha tersebut yaitu melakukan pengungkapan *sustainability report*. Kepemilikan manajerial menunjukkan jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil, dalam hal ini manajer akan berusaha memaksimalkan kepentingan dirinya kepentingan perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka meningkatkan *image* perusahaan, meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

2.1.6.3 *Governance Committe*

Governance committee adalah komite yang terdiri dari beberapa anggota dewan direksi (Willey, 2009). Tujuan dari *governance committe* adalah melakukan pengawasan terhadap efektivitas pengendalian internal perusahaan atas laporan keuangan. Penerapan prinsip *good corporate governance* adalah untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang efektif dan efisien melalui harmonisasi manajemen perusahaan yang dapat dicapai salah satunya dengan pembentukan *governance gommitte* (Suryono dan Prastiwi, 2011).

Menurut Pratama dan Yulianto (2015) *governance committe* merupakan komite yang terdiri dari beberapa anggota dewan direksi, yang memiliki tugas untuk mengembangkan dan merekomendasikan dewan, pedoman dalam pelaksanaan dan etika *corporate governance*. Sedangkan menurut Puspowardhani (2013) *governance committe* adalah komite yang terdiri dari beberapa anggota dewan direksi. Suryono (2011: 18) menjelaskan bahwa penciptaan *good corporate governance* suatu perusahaan dapat diwujudkan salah satunya melalui pembentukan dan penunjukkan anggota *governance committe* yang kompeten dan berkualitas.

Governance commite dibentuk untuk membantu dewan komisaris dalam memastikan prinsip-prinsip *good corporate governance* berjalan sesuai yang diharapkan dan berjalan konsisten. Selain itu juga untuk memantau dan mengkaji pelaksanaan sosialisasi *good governance committe* di dalam kegiatan usaha. Tanggung jawab perusahaan terhadapaktivitassosial dan lingkungan perusahaan

agar tercapai kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Pelaksanaan tanggung jawab perusahaan yang serius untuk kestabilan jangka panjang dapat dipublikasikan melalui *sustainability report*.

2.1.7 Kinerja Keuangan

Dalam pengambilan suatu keputusan, para *stakeholder* memerlukan informasi yang berkaitan dengan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang tersaji dalam laporan keuangan (*financial report*) suatu perusahaan. Kinerja keuangan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas atau perusahaan untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Menurut Ramadaniar dkk (2013: 2) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang digunakan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan keterkaitan dengan penilaian mengenai sehat atau tidaknya kondisi suatu perusahaan. Sehingga jika kinerja keuangannya baik atau relatif stabil, maka baik pula tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini kinerja keuangan yang digunakan adalah *profitabilitas*, *leverage*, dan *likuiditas*.

2.1.7.1 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan

fasilitas perusahaan (Amal, 2011). Profitabilitas digunakan sebagai salah satu alat pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas dari perusahaan tersebut menunjukkan kemampuan dalam menghasilkan laba suatu perusahaan selama periode waktu tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu.

Anindita (2014) mengatakan profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas merupakan aspek penting yang dapat dijadikan acuan oleh investor atau pemilik perusahaan untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Profitabilitas menjadi faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Para investor dan kreditor sangat berkepentingan dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba saat ini maupun di masa yang akan datang (Astuti, 2004: 36). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang akan menghasilkan laba tersebut, dapat diartikan profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai laba.

Dari uraian diatas profitabilitas mempunyai manfaat yang sangat penting dan dapat dipakai sebagai berikut:

1. Analisis kemampuan menghasilkan laba yang ditunjukkan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

2. Profitabilitas dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai sukses atau tidaknya kapabilitas dan motivasi manajemen suatu perusahaan.
3. Profitabilitas merupakan suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan hubungan anatara laba dan jumlah modal yang ada.
4. Profitabilitas merupakan suatu alat pengendalian bagi manajemen, profitabilitas dapat digunakan oleh pihak intern untuk menentukan hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan juga digunakan sebagai pengambilan keputusan.

2.1.7.2 Leverage

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang (Rahardjo, 2005). *Leverage* merupakan gambaran seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditor dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/ekuitas) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi, supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial) (Sembiring, 2005).

Leverage adalah penggunaan asset dan sumber dana suatu erusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksut untuk meningkatkan keuntungan potensial

pemegang saham (Sartono, 2008: 257). *Leverage* adalah suatu tingkatan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan. Perusahaan yang memiliki biaya operasi tetap atau biaya modal tetap, maka perusahaan tersebut menggunakan *leverage*. Penggunaan *leverage* dapat menimbulkan beban dan risiko bagi perusahaan, apalagi jika keadaan dalam kondisi buruk.

2.1.7.3 Likuiditas

Likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditur jangka pendek (Sari, 2013). Kewajiban atau hutang jangka pendek dapat dipenuhi atau ditutup dari aktiva lancar yang juga berputar dalam jangka pendek (Rahardjo, 2005). Tingkat likuiditas suatu entitas biasanya dijadikan sebagai tolok ukur untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perusahaan. Pihak yang biasanya terkait dengan tingkat likuiditas suatu perusahaan yaitu pemegang saham, penyuplai bahan baku, manajemen perusahaan, kreditor, konsumen, pemerintah, lembaga asuransi dan lembaga keuangan.

Menurut Almilia (2007) likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam jangka pendek dengan melihat aktiva lancar perusahaan terhadap hutang lancarnya (kewajiban perusahaan). Menurut Engle dan Lange (2009) likuiditas memiliki tiga komponen dasar, yaitu kerapatan, kedalaman, dan reliensi. Ketiga komponen likuiditas ini saling berkaitan antara

satu dengan lainnya untuk menjaga tingkat likuiditas dan kestabilan ekonomi suatu entitas.

1. Kerapatan, merupakan gap yang terjadi dalam harga yang disetujui dengan harga normal suatu barang.
2. Kedalaman, merupakan jumlah volume produk yang dijual dan dibeli pada tingkat harga tertentu.
3. Reliensi, merupakan kecepatan perubahan harga menuju harga efisien setelah berlangsungnya penyimpangan ataupun ketidakstabilan harga.

2.2 Peneliti Terdahulu

Peneliti Terdahulu

Tabel 2.1

No.	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Yunita Ratnasari dan Andri Prastiwi (2011)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Dalam <i>Sustainability Report</i>	Variabel Independen: - Ukuran dewan komisaris - Jumlah rapat dewan komisaris - Proporsi dewan komisaris independen - Ukuran komite audit - Jumlah rapat komite audit Variabel Kontrol	1. Variabel <i>corporate governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan <i>sustainability report</i> . 2. variabel kontrol ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas, hanya variabel kontrol <i>leverage</i>

			<ul style="list-style-type: none"> - <i>Size</i> - <i>Leverage</i> - Profitabilitas <p>Variabel Dependen: Luas pengungkapan CSR dalam <i>Sustainability report</i></p>	yang berpengaruh negatif signifikan terhadap luas pengungkapan <i>sustainability report</i> .
2	Hari Suryono dan Andri Prastiwi (2011)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan <i>Corporate Governance (CG)</i> Terhadap Praktik Pengungkapan <i>Sustainability Report (SR)</i> (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Yang <i>listed (go-public)</i> di Bursa Efek Indonesia (bei) periode 2007-2009)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Likuiditas - <i>Leverage</i> - Aktivitas - Ukuran perusahaan - Jumlah rapat komite audit - Jumlah rapat dewan direksi - <i>Governance committe</i> <p>Variabel Dependen: <i>Sustainability report</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas, ukuran perusahaan, dewan direksi, dan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> 2. likuiditas, <i>leverage</i>, aktivitas, dan <i>governance committe</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i>.
3	Suryono dan Prastiwi (2011)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Aktivitas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Corporate Governance</i> terhadap Praktik Pengungkapan	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas, - Likuiditas, - <i>Leverage</i>, - Aktivitas, - Ukuran Perusahaan, - <i>Corporate Governance</i> <p>Variabel dependen:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Profitabilitas, Likuiditas, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Corporate Governance</i> menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap

		<i>Sustainability Report</i>	- <i>Sustainability report</i>	pengungkapan <i>sustainability report</i> .
4	Dwi Anggoro Saputro, Fachrurrozi e, Linda Agistina (2013)	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: - Profitabilitas - Likuiditas - <i>Leverage</i> Variabel Dependen: <i>Sustainability Report</i>	1. Secara stimulan <i>profitabilitas, likuiditas, leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> . 2. Secara parsial hanya likuiditas yang berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> .
5	Mega Putri Yustia Sari, Marsono (2013)	Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	Variabel independen: - <i>Profitabilitas</i> - Likuiditas - <i>Leverage</i> - Aktivitas perusahaan - Ukuran perusahaan - Komite audit - Dewan direksi - Dewan komisaris independen Variabel dependen: - <i>Sustainability report</i>	1. Variabel <i>profitabilitas</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> 2. Variabel komite audit dan dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> 3. <i>Likuiditas,</i>

				<i>leverage, aktivitas perusahaan, ukuran perusahaan dan dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sustainability report</i>
6	Maria Yosephin Kurnia Putri Anindita (2013)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Sukarela Pelaporan Keberlanjutan	Variabel Independen: - Ukuran perusahaan - Profitabilitas - Tipe Industri Variabel dependen: - <i>Sustainability report</i>	1. Variabel profitabilitas dan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> 2. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i>
7	Azwir Nasir, Elfi Ilham dan Vadela Irna Utara (2014)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar	Variabel Independen: - Profitabilitas - Likuiditas - <i>Leverage</i> - <i>Inventory turnover</i> - Ukuran perusahaan - Komite audit - Dewan Direksi - <i>Governance</i>	1. <i>Profitabilitas, leverage, governance committee</i> berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> 2. <i>Likuiditas, inventory turnover, komite audit, ukuran</i>

			<i>committe</i>	perusahaan dan dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustaonability report</i> .
8	Ria Aniktia dan Muhammad Khafid (2015)	Pengaruh Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> - Dewan komisaris independen - Komite audit - Kepemilikan manajerial - <i>Governance committee</i> - Profitabilitas - <i>Leverage</i> Variabel Dependen: <i>Sustainability report</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komite audit, <i>governance committee</i>, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i>. 2. Dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial dan <i>profitabilitas</i> tidak berpengaruh terhadap <i>sustainability report</i>.
9	Andri Pratama dan Agung Yulianto (2015)	Faktor Keuangan Dan <i>Corporate Governance</i> Sebagai Penentu Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Profitabilitas</i> - Ukuran perusahaan - Kepemilikan institusional - Dewan komisaris - <i>Governance committee</i> - Komite audit 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Profitabilitas</i> dan ukiuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i> 2. Kepemilikan institusional, dewan komisaris,

			Variabel Dependen: - <i>Sustainability report</i>	<i>governance committee</i> , dan komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>sustainability report</i>
--	--	--	--	---

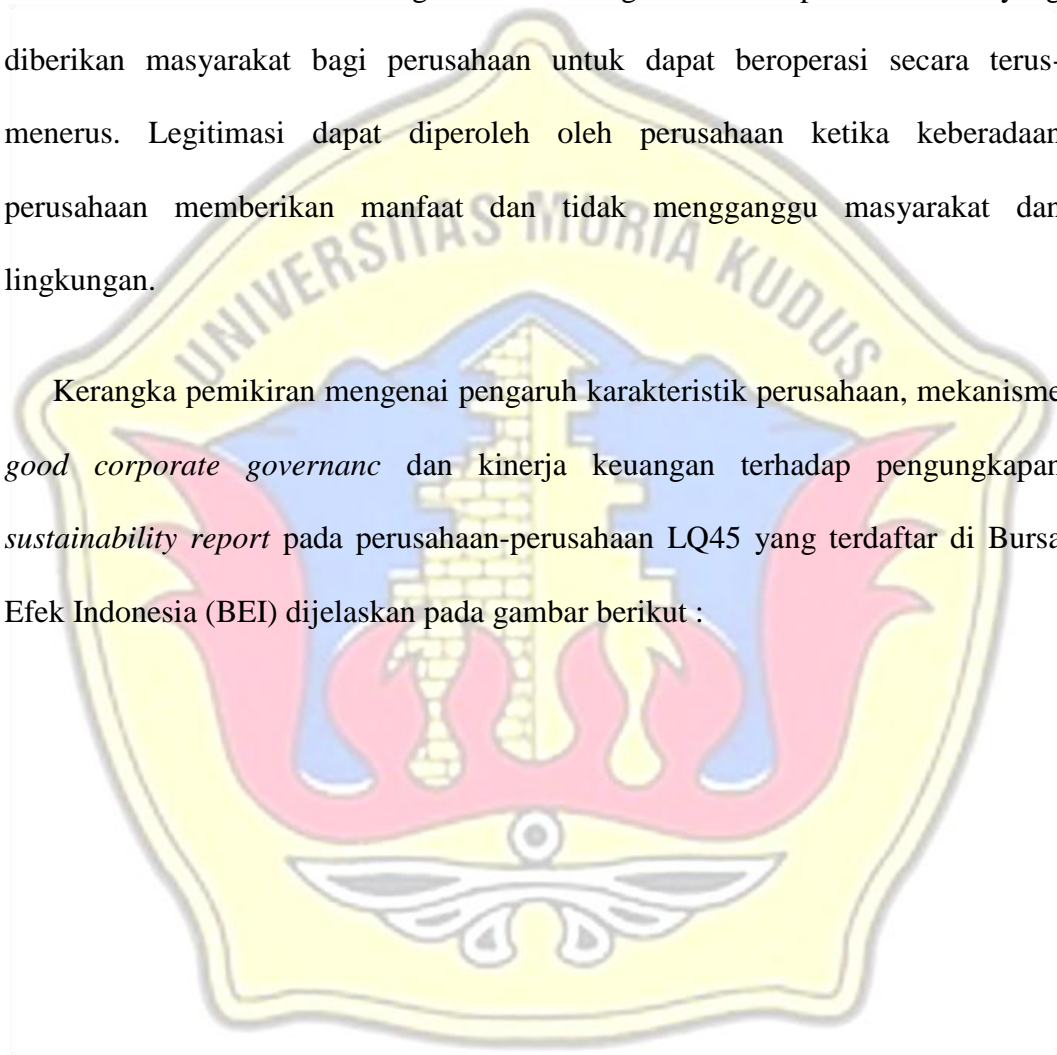
2.3 Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan-perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Gambar 2.2 menyajikan kerangka pemikiran untuk mengembangkan hipotesis pada penelitian. Karakteristik perusahaan diproksikan dengan ukuran perusahaan. Kinerja keuangan diproksikan dengan *profitabilitas* dan likuiditas yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*, sedangkan *leverage* yang berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. *Corporate governance* yang diproksikan dengan dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, dan *governance committee* yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori agensi, teori *stakeholder*, dan teori legimasi. Teori agensi adalah teori yang menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa bisnis mempunyai

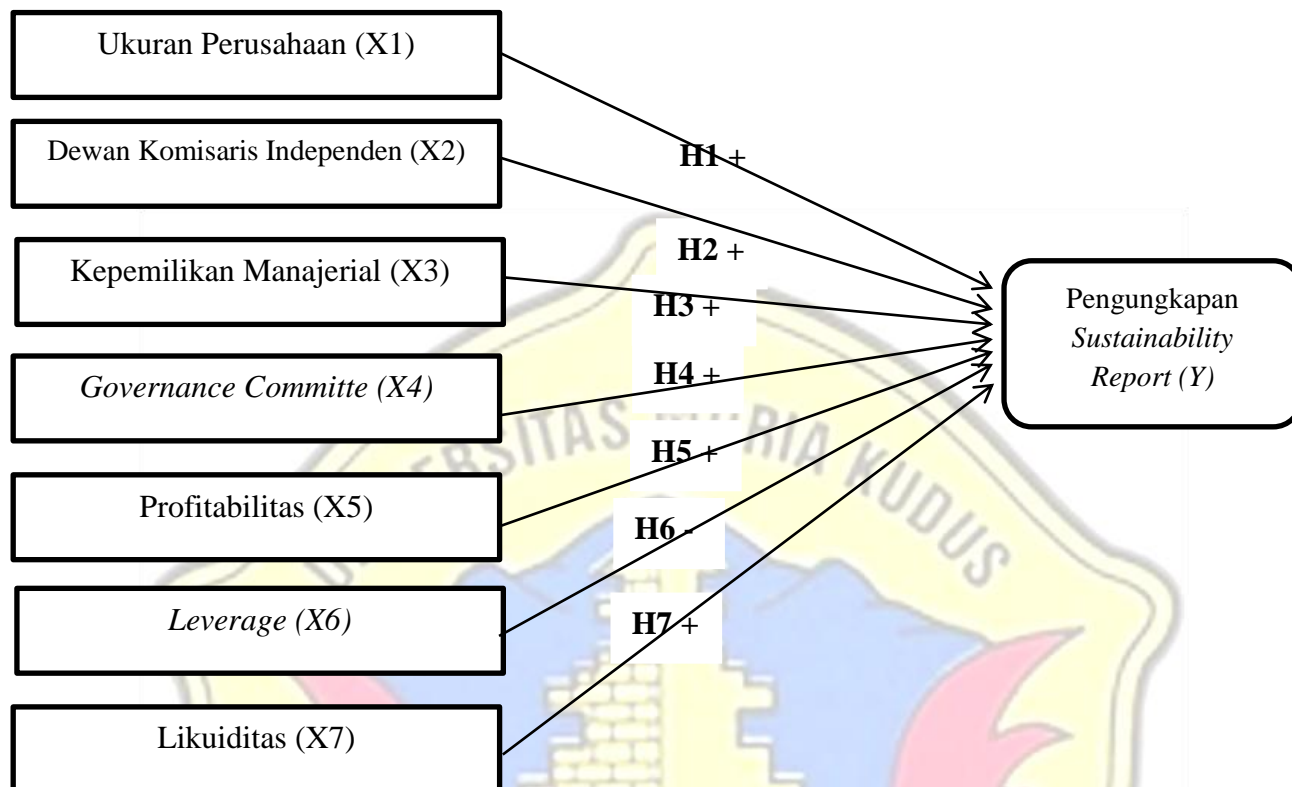
hubungan dengan segala pihak yang mencakup para pemegang saham, karyawan, para penyalur, pelanggan, kreditur, masyarakat lokal, pemerintah, media massa dan lain-lain. Teori legitimasi adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontak sosial. Dengan demikian legitimasi merupakan manfaat yang diberikan masyarakat bagi perusahaan untuk dapat beroperasi secara terus-menerus. Legitimasi dapat diperoleh oleh perusahaan ketika keberadaan perusahaan memberikan manfaat dan tidak mengganggu masyarakat dan lingkungan.

Kerangka pemikiran mengenai pengaruh karakteristik perusahaan, mekanisme *good corporate governanc* dan kinerja keuangan terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan-perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dijelaskan pada gambar berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber: Nasir, dkk (2014)

2.4 Hipotesis penelitian

2.4.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *sustainability report*

Variabel ukuran perusahaan sering menjadi variabel penduga yang digunakan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Menurut ukurannya, perusahaan dibagi menjadi dua yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan besar pada umumnya mempunyai aktiva yang besar. Sari (2011) mengutarakan bahwa perusahaan besar mampu melakukan pengungkapan lebih luas karena perusahaan

besar mempunyai sumber daya yang lebih besar dan mampu membiayai penyediaan informasi kepada pihak eksternal. Ukuran tersebut menggambarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, semakin besar suatu perusahaan akan memunculkan biaya keagenan yang besar pula. Untuk mengurangi biaya tersebut, perusahaan akan mengungkapkan informasi secara lebih luas. Adanya pengungkapan informasi yang lebih luas akan mengurangi biaya keagenan tersebut. Pemegang saham perusahaan besar mempunyai tanggungjawab yang lebih besar kepada masyarakat, dengan pengungkapan yang lebih luas akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suryono dan Prastiwi (2011), dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Yulianto (2015) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

H1 = Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report.

2.4.2 Pengaruh dewan komisaris independen terhadap pengungkapan sustainability report

Dewan komisaris merupakan bagian yang paling penting dalam struktur organisasi perusahaan. Komisaris independen merupakan pihak yang tidak

mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan dewan Komisaris, serta dengan perusahaan itu sendiri (KNKG, 2006). Dewan komisaris independen bertanggungjawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggungjawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern (Mulyadi, 2002). Adanya komisaris independen yang melindungi seluruh pemangku kepentingan perusahaan dan melakukan pengawasan terhadap perusahaan, akan mendorong manajer untuk berhati-hati dalam melakukan tugasnya.

Merujuk pada teori agensi bahwa melalui pengawasan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga manajer sebagai agen akan mengungkapkan informasi secara luas dalam laporan keuangan maupun sukarela seperti *sustainability report*. Pengawasan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga manajer akan mengungkapkan informasi secara luas dalam laporan keuangan maupun sukarela seperti *sustainability report*. Pengendalian intern dan pengawasan yang baik akan meningkatkan kualitas laporan, maka dari itu perusahaan akan mengungkapkan informasi yang seluas-luasnya termasuk informasi tambahan seperti *sustainability report*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Marsono (2013) menunjukkan bahwa variabel dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini:

H2 = Dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report.

2.4.3 Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan sustainability report

Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dengan adanya kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajerial yang meningkat. Kepemilikan manajerial menunjukkan jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola. Manajer sebagai pemilik sekaligus pengelola akan bertindak untuk investasinya serta untuk perusahaan.

Menurut teori agensi pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan dapat menimbulkan konflik keagenan. Perusahaan menggunakan laporan keuangan untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemilik. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan, maka semakin produktif tindakan manajer dalam mengungkapkan informasi lebih banyak salah satunya dengan mengungkapkan laporan keberlanjutan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Amal (2010) mengungkapkan bahwa variabel kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan uraian di atas hipotesis yang diajukan peneliti ini:

H3 = Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report

2.4.4 Pengaruh *governancee committe* terhadap pengungkapan *sustainability report*

Penciptaan *good corporate governance* suatu perusahaan dapat diwujudkan salah satunya melalui pembentukan dan penunjukan anggota *governance committe* yang kompeten dan berkualitas (Suryono dan Prastiwi, 2011: 12). Tujuan dari *governance committe* adalah melakukan pengawasan terhadap efektivitas pengendalian internal perusahaan atas laporan keuangan. *Good Corporate Governance (GCG)* adalah salah satu pilar dari pembentukan sistem ekonomi yang akan berdampak pada output kinerja perusahaan.

Merujuk pada teori legitimasi bahwa keberadaan *governance committe* sangat penting bagi perusahaan untuk mendorong perusahaan dalam melaksanakan tanggungjawab sosial dan pengungkapannya. *Governance committee* adalah komite yang terdiri dari beberapa dewan direksi yang bertugas membantu dewan komisaris untuk menerapkan kebijakan *good corporate governance*. Pengungkapan sosial lingkungan yang dilakukan perusahaan, salah satunya dapat diwujudkan melalui pengungkapan *sustainability report* (Pratama dan Yulianto, 2015). Dengan koordinasi *governance committe* yang baik akan membuat pengungkapan informasi menjadi lebih berkualitas dan berintegritas tinggi yang nantinya akan menambah kepercayaan dan menarik para *stakeholders* untuk bergabung menanamkan modalnya di perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aniktia dan Khafid (2015) menunjukkan bahwa variabel *governance committee* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Demikian juga yang dilakukan oleh Nasir, dkk (2014), Suryono dan Prastiwi (2011) yang juga mengatakan bahwa variabel *governance committee* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan oleh peneliti ini:

H4 = Governance committee berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report

2.4.5 Pengaruh *profitabilitas* terhadap pengungkapan *sustainability report*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosial secara luas. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosial (Munif, 2010).

Berdasarkan pada teori *stakeholder*, profitabilitas digunakan sebagai indikator pengelolaan manajemen yang baik. Profitabilitas dapat menjadi pendukung utama perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial. Salah satu yang menjadi ukuran investor dalam berinvestasi yaitu dengan melihat rasio profitabilitas. Profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio

profitabilitas, maka semakin tinggi pula informasi yang diberikan oleh manajer (Sari dan Maryono, 2013).

Dalam penelitian yang dilakukan Nasir, dkk (2014) menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Demikian juga penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) juga menemukan hubungan positif antara *profitabilitas* dengan inisiatif manajer dalam mengungkapkan *sustainability report*. Selain itu Saputro, dkk (2013) menegaskan secara stimulan variabel *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. berdasarkan uraian diatas hipotesis yang diajukan oleh peneliti ini:

H5 = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report

2.4.6 Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *sustainability report*

Tingkat *leverage* yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan kecenderungan perusahaan untuk melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Pelaporan laba yang tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dari para *stakeholder*-nya. Suryono dan Prastiwi (2011;7) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan menanggung *monitoring cost* yang juga tinggi. Hal ini dapat mempengaruhi manajemen perusahaan untuk melaporkan tingkat *profitabilitas*

yang tinggi dengan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan laporan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial seperti *sustainability report*. Perusahaan dalam mempublikasikan *sustainability report* memerlukan waktu yang panjang dan biaya yang cukup besar, sehingga perusahaan akan mengurangi tingkat pengungkapan laporan yang bersifat sukarela terlebih terpisah dari *annual report*.

Dalam penelitian yang dilakukan Ratnasari dan Prastiwi (2011) menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap luas pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan peneliti ini:

H7 = Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sustainability report

2.4.7 Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *sustainability report*

Tingkat likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, rasio ini menggambarkan kesehatan keuangan suatu perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi berarti perusahaan tersebut menghasilkan tingkat risiko yang rendah. Menurut Sari (2013), kekuatan perusahaan yang ditunjukkan dengan rasio likuiditas yang tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan yang tinggi. Perusahaan akan berusaha untuk memberikan informasi yang luas tentang kinerja keuangan, untuk

meningkatkan *image* perusahaan. Salah satu pengungkapan tersebut adalah *sustainability report* yang merupakan suatu bentuk laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang juga mengungkapkan mengenai kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan pada teori *stakeholder*, rasio likuiditas menggambarkan kesehatan keuangan suatu perusahaan. Kuatnya kondisi keuangan perusahaan akan memberikan *image* yang baik bagi perusahaan. Salah satu cara untuk meyakinkan para *stakeholder* adalah dengan mempublikasikan kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan melalui *sustainability report* yang terpisah dari laporan tahunan (Suryono dan Prastiwi, 2011).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suryono dan Prastiwi (2011) variabel likuiditas menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan oleh peneliti ini:

H8 = Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report