

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Teori Stakeholder

Definisi *Stakeholder* menurut Ghozali & Chairiri (2012) adalah sistem yang jelas didasarkan pada pandangan organisasi dan lingkungannya, dan terkait dengan karakter kompleks dan dinamis dari interaksi di antara mereka. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi dan tercermin dalam hubungan sosial dalam bentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu, organisasi bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan mereka. Sedangkan menurut Mahfud et al. (2014) *Stakeholder* didefinisikan sebagai orang yang memiliki atau dipengaruhi oleh program, kebijakan atau pembangunan. Mereka dapat berupa individu, komunitas, kelompok sosial, atau institusi yang ada di semua tingkat kelas sosial. Kepercayaan, rasa hormat, dan kerja sama adalah dasar dari hubungan pemangku kepentingan yang kuat. Teori pemangku kepentingan adalah konsep manajemen strategis yang berupaya membantu perusahaan memperkuat hubungan mereka dengan kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif.

Teori *Stakeholder* menurut Ghozali & Chairiri (2012) juga menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya daripada menjadi entitas yang bertindak semata-mata untuk kepentingannya sendiri. Dengan begitu, keberadaannya sangat dikuasai oleh sokongan yang diberikan pemangku kepentingan kepada perusahaan. Clarkson (1995) mengatakan bahwa pemangku kepentingan digolongkan menjadi dua sesuai dengan sifatnya; sekunder dan primer.

Stakeholder primer atau utama adalah individu atau sekelompok orang yang memiliki dampak signifikan terhadap perusahaan yang tanpanya perusahaan tidak akan ada, termasuk: Pemerintah dan Komunitas. Sedangkan pemangku kepentingan sekunder adalah mereka yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh

perusahaan tetapi tidak terkait dengan aktivitasnya dan tidak penting bagi keberadaannya.

Namun, fragmen dari konsep pemangku kepentingan bertahan juga berkembang dalam empat aliran penelitian manajemen yang berbeda selama lebih dari dua puluh tahun. Memang, dengan menyatukan konsep *stakeholder* terkait dari perencanaan perusahaan, teori sistem, tanggung jawab sosial perusahaan dan organisasi teori bahwa pendekatan *stakeholder* mengkrystal sebagai kerangka kerja untuk strategi manajemen pada tahun 1980-an (Freeman & Dmytriyev, 2020). Pada setiap perusahaan, *stakeholder* memiliki kriteria kepuasannya masing-masing. Terlalu menekankan kebutuhan kelompok pemangku kepentingan dapat berdampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Hal ini karena pemangku kepentingan, termasuk komunitas atau sekelompok masyarakat dapat mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi bottom line perusahaan (Lindawati & Puspita, 2015).

Hal ini seiringan dengan teori pemangku kepentingan, yang mengatakan bahwa keberhasilan dan kematian suatu perusahaan tergantung pada pemangku kepentingannya atau kemampuan mereka untuk menyeimbangkan kepentingan mereka yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori pemangku kepentingan sehubungan dengan pelaporan keberlanjutan dan akuntansi pemangku kepentingan dalam kaitannya dengan kepentingan tata kelola perusahaan (Jouha, 2021).

2. Teori Legitimasi

Hubungan antara korporasi dan masyarakat merupakan subyek dari teori legitimasi. Menurut teori legitimasi, organisasi terus berusaha untuk memastikan bahwa tindakan mereka dilakukan sesuai dengan batasan dan norma masyarakat. Perusahaan menggunakan legitimasi masyarakat sebagai faktor stratefis bagi perusahaan untuk berkembang lebih jauh ke depan. Kesepakatan ini dapat digunakan sebagai sarana untuk membangun strategi (Ghozali & Chariri, 2014). Gagasan ini menyatakan bahwa suatu organisasi atau perusahaan akan tetap eksis jika masyarakat merasa bekerja menuju suatu sistem nilai yang sesuai dengan masyarakat itu sendiri. Teori legalitas mendorong perusahaan untuk memastikan bahwa operasi dan hasilnya dapat diterima oleh masyarakat. Dalam hal ini, *annual*

report perusahaan digunakan untuk memberikan citra tanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga perusahaan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan dengan demikian nilai perusahaan diharapkan akan meningkat setelah adanya penerimaan dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat membantu para investor atau pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan investasi (Tamba, Erida G. H.; Chariri, 2011).

Menurut Mumtahanah & Septiani (2017) Manajemen perusahaan harus dapat memastikan bahwa pekerjaan yang dilakukan akan selalu dapat diterima oleh masyarakat sekitar. Semua kegiatan perusahaan dibenarkan oleh masyarakat, terutama karena terkait dengan norma-norma yang diyakini dan diyakini oleh masyarakat.

3. Teori Agensi

Teori agensi dijelaskan sebagai teori yang mengungkapkan suatu hubungan keselarasan antara *agent* dan *principal*. Tanggung jawab atas pengambilan keputusan didelegasikan oleh *principal* kepada *agent* sesuai dengan kontrak kerja yang didalamnya tertulis mengenai wewenang, tanggung jawab, dan hak *agent* dan *principal*. Teori agensi berfokus pada penentuan kontrak secara efisien yang melibatkan *principal* dan *agent*. Teori ini menawarkan perspektif baru tentang gcg. Artinya, pendiri perusahaan dapat mencapai kesepakatan yang seimbang antara pemegang saham dan direksi (Putri, 2018).

1. Good Corporate Governance

A. Definisi Good Corporate Governance

GCG didefinisikan sebagai kerangka kerja untuk mengatur dan mengelola bisnis untuk memaksimalkan nilai bagi semua pemangku kepentingan atau pemegang saham. Konsep gcg membutuhkan empat komponen atau pilar kunci, diantaranya: *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility*. Penerapan empat prinsip penting tersebut dalam tata kelola perusahaan terbukti secara konsisten dapat meningkatkan kualitas pelaporan keuangan. Kemampuan manajemen dianggap menjadi taraf ukur untuk kelangsungan sebuah perusahaan (Jouha, 2021).

Menurut Putri (2018) Prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik adalah prinsip-prinsip yang mengatur dan memandu perusahaan untuk mencapai

keseimbangan antara kekuatan organisasi dan wewenangnya untuk memberikan tanggung jawab kepada pemangku kepentingan.

B. Prinsip-prinsip Good Corporate Governance

Good Corporate Governance sendiri memiliki 4 (empat) prinsip utama, diantaranya adalah *transparency*, *fairness*, *accountability* dan *responsibility*. Menurut (Wahyubroto & Mustamu, 2017) keempat prinsip tersebut didefinisikan sebagai berikut:

1. *Transparency*

Perusahaan harus relevan dengan pemangku kepentingannya dengan secara proaktif mengungkapkan masalah hukum, serta informasi lain yang mungkin diperlukan agar pemegang saham, kreditur, dan pemangku kepentingan dapat membuat pilihan, informasi harus tersedia dan dipahami secara memadai.

2. *Fairness*

Sesuai dengan prinsip kewajaran, perusahaan harus selalu memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya dalam menjalankan bisnis..

3. *Accountability*

Perusahaan harus mampu menjelaskan kinerjanya secara adil dan transparan. Akibatnya, perusahaan harus dikelola secara tepat sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan. Akuntabilitas merupakan kebutuhan untuk mencapai kinerja organisasi jangka panjang..

4. *Responsibility*

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus mematuhi peraturan undang-undang untuk menjaga kelanjutan bisnisnya di mata masyarakat dan diakui sebagai anggota perusahaan yang baik atau *Good Corporate Citizen*.

C. Manfaat dan Tujuan Good Corporate Governance

Susanto & Ardini (2016) mengatakan manfaat dan tujuan dari *good corporate governance* diantaranya adalah:

- a) Meminimalisir *agency cost*

- b) Menaikkan nilai saham perusahaan
- c) Melindungi kepentingan dan hak para pemilik saham
- d) Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dari dewan pengurus atau manajemen perusahaan

D. Mekanisme Good Corporate Governance

1) Kepemilikan Manajerial

Menurut Yulius Jogi Christiawan & Josua Tarigan (2007) Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajer perusahaan atau dengan kata lain, manajer tersebut juga merupakan pemegang saham. Dalam laporan keuangan, situasi ini digambarkan dengan persen kepemilikan ekuitas perusahaan oleh manajer. Informasi ini diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan karena penting bagi pengguna laporan keuangan. Berbicara mengenai teori keagenan, keberadaan aset manajemen menjadi menarik. Dalam kerangka teori keagenan, hubungan antara manajer dan pemegang saham dari saham digambarkan sebagai hubungan antara agen dan prinsipal.

2) Komite Audit

Ratnasari (2017) mengungkapkan bahwa komite audit merupakan badan tambahan yang diperlukan untuk melaksanakan prinsip-prinsip GCG. Komite Audit dibentuk oleh Komite untuk membantu pelaksanaan tugas dan fungsinya (Surat Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004). Komite Audit beranggotakan satu orang atau lebih dari dewan komisaris dan diketuai oleh Komisaris Independen (Surat Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004).

3) Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham oleh lembaga atau institusi lain. Kepemilikan Institusional juga disebut sebagai kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi hukum, institusi keuangan, institusi luar negeri, serta institusi lainnya dalam akhir tahun. kepemilikan saham perusahaan oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan institusi lain. Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, insititusi luar negeri, dana perwalian serta institusi lainnya pada akhir tahun. Institusi bisa menguasai mayoritas saham

karena memiliki sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya.

Kepemilikan institusional menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, karena berperan dalam memonitor manajer yang mengelola perusahaan (Asniti et al., 2022).

4) Komisaris Independen

Komisaris Independen merupakan anggota dewan pengawas yang berasal dari pihak di luar perusahaan dan memenuhi persyaratan sebagai pejabat independen sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No/POJK04/2014. Komisaris independen memainkan peran yang sangat penting dalam perusahaan. Artinya, sebagai pengawas dan mengarahkan perusahaan agar beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2. *Corporate Social Responsibility*

CSR adalah kegiatan perusahaan secara sukarela yang mencari kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Di Indonesia, kegiatan CSR tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang meliputi komitmen untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, dan tahun 2007 tentang penanaman modal, serta termasuk dalam Undang-Undang Nomor 25. Pengesahan undang-undang oleh pemerintah bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan melaksanakan CSR secara berkelanjutan. Awalnya, CSR didasarkan pada tindakan kemanusiaan untuk mencapai keadilan sosial dan membantu orang lain. Perusahaan mengembangkan strategi CSR sebagai cara melakukan bisnis yang berkontribusi pada citra perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan di komunitas. Perusahaan yang menerapkan CSR secara konsisten dalam jangka waktu yang panjang, kegiatan yang dilakukan perusahaannya akan lebih mudah diterima masyarakat karena masyarakat ikut merasakan manfaat yang diberikan perusahaan. Selain sebagai syarat untuk memenuhi kegiatan kemanusiaan, CSR juga dipertimbangkan sebagai penunjang untuk menarik investor agar dapat menginvestasikan dananya (Susanti & Handayani, 2022).

Grougiou et al (2014) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi

berkelanjutan, melalui kerja sama dengan karyawan dan perwakilan perusahaan, komunitas lokal, dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat, baik untuk kelangsungan bisnis perusahaan maupun untuk pengembangan.

3. *Leverage*

Menurut Markonah et al. (2020) *Leverage* adalah risiko dan pengembalian dari penggunaan biaya tetap, seperti hutang dan saham preferen. Semakin banyak hutang biaya tetap yang digunakan perusahaan, semakin besar risiko dan pengembalian yang diharapkan. rasio dari *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Rasio leverage diyakini dapat digunakan untuk mengukur kapasitas perusahaan untuk membayar semua komitmennya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, jika perusahaan dibubarkan (likuidasi). Secara ringkas, leverage adalah rasio yang digunakan untuk menentukan jumlah aset perusahaan yang didanai oleh utang. Ini mengacu pada seberapa banyak utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aset yang dimilikinya. Rasio leverage menunjukkan kapasitas perusahaan untuk memenuhi semua komitmennya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Investor akan mendapatkan keuntungan dari leverage jika laba yang dihasilkan melebihi biaya tetap yang harus dikeluarkan perusahaan. Sebaliknya, leverage juga dapat meningkatkan risiko jika keuntungan yang diperoleh lebih rendah dari biaya tetap yang dikeluarkan.

Sedangkan menurut Ross (2015) semakin sedikit hutang yang dimiliki struktur modal, semakin baik publik akan menilai kinerja perusahaan. Leverage dapat digunakan sebagai sinyal atau informasi yang dikirimkan dari manajemen (pemberi sinyal) kepada pemangku kepentingan (penerima) dan dapat mempengaruhi prospek pemangku kepentingan dan penilaian baik perusahaan. Prospek yang menguntungkan ini kemudian menimbulkan minat investor dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

4. *Sustainability Report*

Jouha (2021) mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab

kepada Stakeholder internal maupun eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. Sustainability report akan menjadi salah satu media untuk mendeskripsikan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial (seperti halnya konsep triple bottom line, pelaporan CSR, dsb).

Sedangkan GRI mendefinisikan *sustainability report* sebagai sebuah laporan yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi terdekat dengan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial yang diterbitkan oleh aktivitas sehari-harinya. Dengan menerbitkan *sustainability report* sebuah perusahaan akan lebih mudah mengukur dan mengkomunikasikan kondisi ekonomi, sosial, maupun lingkungannya sehingga memungkinkan akuntabilitas dan transparansi yang lebih besar.

B. Keterkaitan antar Variabel

1. Komisaris Independen dan *Sustainability Report*

Dalam *stakeholder theory* disebutkan bahwa dewan komisaris adalah mekanisme akuntabilitas yang memastikan bahwa perusahaan tidak hanya memenuhi kepentingan pemilik saham melainkan kepentingan para *stakeholder* juga (Fatmawati & Trisnawati, 2022). Dewan komisaris independen juga dapat memberikan peran yang cukup berpengaruh untuk mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi terkait sosial lebih luas lagi, sehingga perusahaan yang memiliki jumlah dewan komisaris yang besar maka akan lebih besar juga peluang untuk mengungkapkan informasi sosial kepada publik dalam bentuk *sustainability report*.

Sifat Komisaris Independen yang tidak netral dan tidak berpengaruh oleh keputusan direksi maupun manajemen, mereka cenderung mendorong terkait pengungkapan informasi sosial kepada *stakeholder*. Keterbukaan dalam pelaporan terkait sosial dan lingkungan yang luas, diharapkan perusahaan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* sehingga dukungan yang akan diberikan kepada perusahaan dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

2. Komite Audit dan *Sustainability Report*

Salah satu peran komite audit adalah untuk membantu mengawasi manajemen dan dijadikan alat untuk mengurangi *agency cost* dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Ratnasari, 2017). Semakin besar komite audit maka diharapkan akan semakin besar juga tingkat pengawasan yang dilakukan, hal tersebut akan membantu perusahaan untuk memperluas informasi sosialnya melalui *sustainability report*.

3. Corporate Social Responsibility dan Sustainability Report

Praktik CSR diyakini dapat menaikkan citra perusahaan di mata masyarakat dan juga pemegang saham serta dapat menjaga hubungan baik antara *stakeholder* yang akan berdampak positif terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Laporan terkait sosial dan lingkungan ini dimuat dalam *sustainability report*, yang artinya semakin luas pengungkapan CSR maka akan semakin baik citra perusahaan sehingga laporan berjangka yang dihasilkan juga semakin baik (Stefani & Paramitha, 2022).

4. Leverage dan Sustainability Report

Leverage merupakan tingkat hutang perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya kepada kreditur dianggap rendah apabila tingkat *leverage* yang dimiliki tinggi (Fatmawati & Trisnawati, 2022). Hal ini dapat menyebabkan gangguan terhadap pemenuhan kewajiban lainnya seperti pengungkapan *sustainability report*. Segala upaya yang dilakukan untuk membentuk program kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan sekitar dipastikan memerlukan biaya yang cukup banyak. Maka dari itu, apabila tingkat *leverage* suatu perusahaan tinggi maka kemungkinan tingkat pelaporan informasi sosial atau aktivitas terhadap lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut juga rendah.

C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian

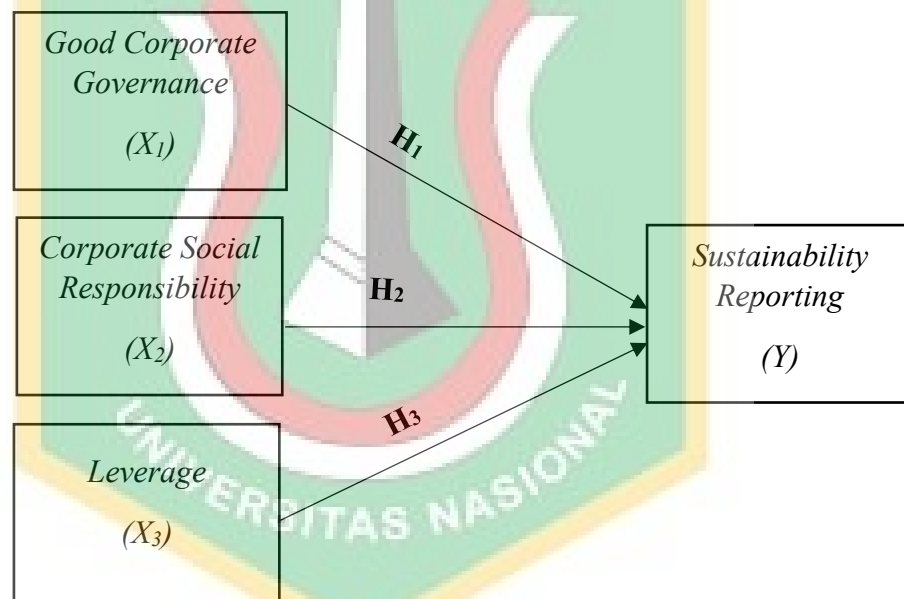
Saat ini penelitian yang membahas perihal *sustainability report* cukup banyak dilakukan dan mulai banyak berkembang dengan banyak dijadikan bahan penelitian. Tinggi permintaan suatu perusahaan dalam melakukan pengungkapan *sustainability report* kepada pemangku kepentingan, menarik untuk dilakukan penelitian dimana disajikan beberapa penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian, diantaranya :

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hasanah <i>et al</i> (2017)	“Pengaruh Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan di Indonesia“	Dewan komisaris (X1), Dewan direksi (X2) dan Komite audit (X3) serta Pengungkapan Sustainability Report (Y)	Dewan komisaris, Dewan direksi dan Komite audit tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Sustainability Report.
2	Iman Harymawan <i>et al</i> (2020)	“Sentiment Analysis Trend On Sustainability Reporting In Indonesia: Evidence From Construction Industry”	Analisis Sentiment (tingkat akuntabilitas) (X) dan Sustainability Reporting (Y)	Variabel independen yakni analisis sentiment (tingkat akuntabilitas) perusahaan menunjukkan hasil yang positif signifikan.
4	Astrid & Sylvia (2018)	“The Effect of Stakeholder Pressure and Corporate Governance on the Quality of Sustainability Report”	Tekanan lingkungan (X1), Tekanan konsumen (X2), Tekanan karyawan (X3), Dewan komisaris (X4) dan Sustainability Report (Y)	Variabel independen yang terdiri dari tekanan lingkungan, tekanan konsumen, tekanan karyawan, dewan komisaris menunjukkan hasil positive signifikan, sedangkan tekanan pemegang saham, kepemilikan keluarga tidak berpengaruh terhadap sustainability report.
5	Aparna & Siya (2017)	“Sustainability Disclosure Practices: A Study of Selected	Sustainability Disclosure Practices (X) dan	Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap

		Chinese Companies”	Chinese Companies (Y)	pengungkapan sustainability report.
6	Abdullah <i>et al</i> (2018)	“Sustainability reporting in the aviation industry: worldwide evidence”	Sustainability Reporting (X) dan Worldwide Evidence (Y)	Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report.

D. Kerangka Analisis

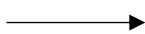
Peneliti menyimpulkan dengan *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Leverage* sebagai variabel independen. *Sustainability Reporting* sebagai variabel dependen. Berikut kerangka analisis yang digunakan pada penelitian ini:



Keterangan:



: Menunjukkan hubungan variabel X dengan variabel Y



: Garis Pengaruh dan Hubungan

Gambar 1. Kerangka Analisis

E. Hipotesis

Dari kerangka analisis dan pemaparan diatas, maka peneliti menemukan hipotesis pada penelitian ini diantaranya :

1) *Good Corporate Governance Berpengaruh Terhadap Sustainability Report*

GCG (Good corporate Governance) merupakan suatu sistem dimana bertujuan mengelola serta mengawasi proses yang terjadi di perusahaan yang berkesinambungan dalam upaya menaikkan nilai perusahaan juga sebagai perantara pertanggungjawaban terhadap para investor tanpa melupakan kepentingan karyawan, kreditor maupun masyarakat lainnya (Franita, 2018). Khoiriyah et al (2020) melakukan penelitian dengan variabel corporate governance dan karakteristik perusahaan terhadap sustainability report” dan hasil penelitian tersebut menyatakan terdapat pengaruh CGC terhadap Sustainability Report. Sedangkan Hasanah et al (2015) mengemukakan tidak adanya pengaruh CGC terhadap Sustainability Report. GCG yang baik (Good corporate governance) yang berjalan dengan baik akan mempengaruhi kualitas dari sustainability report, sehingga peneliti menarik hipotesis berikut :

H₁ = GCG berpengaruh positif terhadap Sustainability Report

2) *Corporate Social Responsibility Berpengaruh Terhadap Sustainability Report*

Sustainability reporting, juga dikenal sebagai pelaporan triple bottom line atau pelaporan CSR (*Corporate Social Responsibility*), oleh suatu organisasi adalah praktik mengukur, mengungkapkan, dan bertanggung jawab kepada berbagai pemangku kepentingan untuk organisasi kinerja menuju tujuan pembangunan berkelanjutan (Global Sustainability Standards Board, 2016). Menurut Sari & Sukoharsono (2011) *Sustainability reporting* merupakan terminologi yang luas mengenai pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan, dan social (misalnya *Triple Bottom Line, Corporate Social Responsibility*, dan lain-lain) *Sustainability reporting* telah berkembang sebagai alat penting untuk menjaga hubungan yang sehat dengan pemangku kepentingan (Lourenço et al., 2012) sebagai pelaporan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap ekonomi, inisiatif sosial dan lingkungan (Laskar & Maji, 2016). Dengan demikian, *Corporate Social Responsibility* menunjukkan dedikasi perusahaan untuk kepentingan masyarakat

dan berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, dalam beberapa tahun terakhir, pengungkapan CSR akan memotivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan dalam bentuk *sustainability reporting* yang lebih lengkap. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan telah melakukan CSR maka akan memacu perusahaan untuk mengungkapkan kinerja keberlanjutan yang menunjukkan mereka menghormati inisiatif sosial, ekonomi dan lingkungan, sehingga peneliti menarik hipotesis berikut :

H₂= CSR berpengaruh positif terhadap *Sustainability Report*

3) *Leverage* Berpengaruh Terhadap *Sustainability Reporting*

Leverage menekankan peran pembiayaan utang dengan menunjukkan persentase aset dengan pembiayaan utang. Kreditur menginginkan *leverage* yang rendah karena semakin baik keamanan dananya. Sedangkan pemegang saham cenderung mengharapkan *leverage* tinggi dengan asumsi akan mendapatkan return yang tinggi (Leventon et al., 2021). *Leverage* perusahaan yang lebih tinggi berkewajiban untuk lebih lengkap dalam memberikan informasi jika dibandingkan dengan tingkat *leverage* yang rendah. Tujuannya adalah untuk meyakinkan pemegang saham bahwa mereka tidak mungkin kehilangan haknya Perusahaan lebih memilih untuk mengurangi pengungkapan laporan terutama yang bersifat sukarela, terlebih terpisah dari annual report seperti *sustainability report*, yang tentunya akan memakan dana yang cukup besar. Oleh karena itu, penelitian ini mengasumsikan bahwa:

H₃: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Sustainability report*