

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Untuk memahami tentang GCG dibutuhkan *agency theory* sebagai dasarnya. Keagenan merupakan hubungan yang dijalin antara dua belah pihak, dimana pihak pertama bertindak sebagai *agent* dan pihak yang lain bertindak sebagai *principal* (Hendriksen dan Van Breda dalam Aziz, 2014). *Agency Theory* menyatakan bahwa setiap perusahaan penting untuk menyerahkan pengelolaan kepada tenaga profesional untuk dapat menjalankan kegiatan bisnis dalam perusahaan. Tujuan dari pemisahan kepemilikan ini agar perusahaan dan pemiliknya memiliki keuntungan yang maksimal dengan biaya yang minimal. Tenaga profesional tersebut bekerja untuk kepentingan perusahaan serta memiliki keleluasaan dalam menjalankan manajemen perusahaan (Ferial dan Handayani, 2016).

Didalam hubungan keagenan, dimana manajer sebagai pihak yang mempunyai akses langsung terhadap informasi apa saja yang disajikan atau diungkapkan perusahaan, mempunyai asimetri informasi terhadap pihak eksternal perusahaan, misalnya kreditor atau investor. Untuk dapat memperkecil asimetri informasi tersebut, maka pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk dapat memastikan bahwa pengelolaan

dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah disetujui tanpa ada pihak yang dirugikan.

2. Teori *Stakeholders*

Teori ini menyatakan bahwa sebuah perusahaan bukan hanya beroperasi untuk keperluan entitas saja, tetapi perusahaan juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholders*nya. Aktivitas sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang diciptakan oleh perusahaan tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholders*, yaitu semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan (Widianto, 2011).

Berdasarkan karakteristiknya, teori *stakeholder* dapat dibagi menjadi dua, yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarson dalam Aniktia dan Khafid, 2015). *Stakeholder* primer yaitu keberadaan individu atau kelompok didalam perusahaan dimana perusahaan tidak dapat menjamin keberlangsungan hidupnya tanpa adanya mereka yang meliputi *shareholder* dan investor, konsumen, karyawan, dan pemasok , bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik yaitu pemerintah dan organisasi lingkungan. Adapun *stakeholder* sekunder dikelompokkan sebagai mereka yang memengaruhi atau dipengaruhi perusahaan, namun tidak berhubungan dengan transaksi perusahaan (Aniktia dan Khafid, 2015).

Dari *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder tersebut, maka yang mempunyai andil besar terhadap perusahaan adalah *stakeholder* primer, karena *stakeholder* primer mempunyai kekuasaan yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* perusahaan, salah satu caranya yaitu dengan mengungkapkan *sustainability report* perusahaan. Dengan mengungkapkan *sustainability report*, maka hubungan yang harmonis akan terjalin, sehingga kelangsungan hidup perusahaan akan terjamin.

Tekanan dari *stakeholder* membuat perusahaan akan mengungkapkan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder*, tidak hanya laporan keuangan saja, tetapi juga *sustainability report* perusahaan. *Sustainability report* akan menjadi sebuah alat yang dapat mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholder*, sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara keduanya.

3. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa kegiatan bisnis perusahaan dibatasi oleh kontrak sosial yang diterapkan antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Reverte (2009) menyebutkan kontrak sosial menjadi batasan kegiatan bisnis perusahaan. Untuk menjamin kegiatan bisnis berjalan sesuai dengan tujuan, perusahaan harus melakukan kegiatan sosial yang dapat dirasakan manfaatnya bagi masyarakat dan tolak

ukur investor dalam berinvestasi adalah dengan melihat citra serta kredibilitas perusahaan.

Keseimbangan nilai sosial yang ingin diciptakan oleh perusahaan dapat dibangun melalui peningkatan komunikasi yang efektif kepada masyarakat. Komunikasi ini dapat dilakukan dengan memberikan beberapa informasi mengenai perusahaan, baik informasi yang bersifat umum dan wajib serta informasi yang bersifat khusus serta sukarela. Informasi yang dapat diberikan kepada masyarakat adalah dengan menginformasikan mengenai kegiatan dan pengungkapan aktivitas sosial, ekonomi, dan lingkungan, yaitu *sustainability report*. Laporan ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi dari lingkungan sekitar perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan akan tumbuh secara berkesinambungan.

4. *Sustainability Report*

Menurut Lozano *et al.* dalam Dalal-Clayton & Bass, (2013:87)

“Sustainability Reporting (SR) is a voluntary activity with two general purposes: (1) to assess the current state of an organisation’s progress towards sustainability, and (2) to communicate to stakeholders the efforts and progress in the Economic, Environmental and Social dimensions”.

Sustainability report merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mengungkapkan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi kepada para *stakeholder* serta dapat mengetahui bagaimana reaksi suatu organisasi terhadap perbedaan masalah-masalah keberlanjutan lainnya

(Firmani dalam Arthini dan Mimba, 2015). Jadi, *sustainability report* meliputi tiga aspek yaitu aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

5. *Good Corporate Governance*

Good corporate governance merupakan sistem yang mengatur serta mengontrol perusahaan yang membuat *value added* untuk para *stakeholder* (Susanto dan Subekti, 2013). Dalam GCG ini ada dua hal yang ditekankan, pertama adalah bagi para pemegang saham berhak untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan dengan tepat dan benar pada waktunya. Hal yang kedua adalah perusahaan mempunyai kewajiban untuk melakukan *disclosure* secara akurat serta transparan terhadap apa saja yang terjadi dalam perusahaan. Tata kelola suatu perusahaan serta kebijakan perusahaan pada masa yang akan datang harus lebih memfokuskan pada kebutuhan *stakeholder* (Murtanto dalam Aziz, 2014).

6. Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan memiliki karakteristik yang membedakan yaitu antara kepemilikan keluarga dan kepemilikan institusional. Kepemilikan keluarga merupakan kepemilikan yang dimiliki oleh perusahaan guna meningkatkan informasi dan efisiensi dari perusahaan sehingga perusahaan dapat melaporkan informasi yang seluas-luasnya kepada pihak lain. Kepemilikan institusional merupakan sebuah lembaga ataupun institusi

dimana lembaga ataupun institusi tersebut mempunyai beberapa saham dari suatu perusahaan (Aziz, 2014)

7. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham pada akhir tahun yang dimiliki oleh lembaga, seperti asuransi, bank atau institusi lain (Tarjo, 2008 dalam Permanasari, 2010). Sedangkan menurut Juniarti dan Sentosa (2009), kepemilikan institusional adalah presentase kepemilikan perusahaan yang dimiliki oleh investor institusional seperti pemerintah, perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi maupun kepemilikan lembaga dan perusahaan lain. Machmud dan Djakman dalam Aziz (2014) menyatakan bahwa untuk dapat melakukan monitoring terhadap manajemen, kepemilikan institusional harus dengan skala yang besar, karena pemanfaatan aktiva akan semakin terkontrol dan dapat digunakan sebagai pencegahan tindak pemborosan.

8. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing, baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di Indonesia (Sari, 2014). Putri (2013) menyatakan bahwa perusahaan dengan mekanisme *corporate governance* yang baik akan meningkatkan persaingan pasar di Indonesia. Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh

pihak asing maka akan lebih meningkatkan tanggungjawab sosialnya seperti menerbitkan *sustainability report* (Nurrahman dan Sudarno, 2013).

9. Komite Audit

Dewan komisaris dalam menjalankan tugasnya dapat dibantu salah satunya oleh komite audit. Komite audit merupakan komite yang dibuat oleh perusahaan untuk mengawasi tugas para auditor. Adapun tugas-tugas dari komite audit yaitu melakukan pemeriksaan atas pekerjaan yang dilakukan oleh auditor, menjalankan dan mengontrol sistem pengendalian intern perusahaan, serta melaksanakan setiap kegiatan audit sesuai dengan peraturan yang berlaku, baik audit internal maupun audit eksternal (Wedari, 2016). Perusahaan dengan komite audit yang semakin banyak akan mendorong perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosialnya.

10. Dewan Direksi

Dewan direksi yaitu dewan yang melakukan pengawasan dan bertanggungjawab penuh atas pengurusan perseroan untuk tujuan serta kepentingan perseroan (Rimardhani dan Hidayat, 2016). Tugas dari dewan direksi yaitu:

- a. Dapat menjalankan tanggungjawabnya dalam melakukan pengurusan perusahaan dengan baik sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- b. Wajib patuh terhadap peraturan yang berlaku.

- c. Dalam menjalankan perusahaan harus mementingkan kepentingan perusahaan diatas kepentingan individu agar dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.
- d. Dalam mengurus perusahaan harus menjalankan tugasnya dengan penuh tanggungjawab dan transparan.

11. Dewan Komisaris

Dalam Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 pada pasal 108 ayat (5) dijelaskan bahwa perusahaan yang berbentuk PT, diwajibkan untuk memiliki sedikitnya dua anggota dewan komisaris (Aziz, 2014). Maka dari itu jumlah dewan komisaris dari tiap-tiap perusahaan belum tentu sama disesuaikan dengan tingkat operasional perusahaan tersebut agar tetap efektif dalam mengambil keputusan. Dewan komisaris ini terdiri dari komisaris independen dan komisaris non independen.

12. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala suatu perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Selain menggunakan total aktiva, dalam menilai ukuran perusahaan dapat digunakan total penjualan (Nurrahman dan Sudarno, 2013). Perusahaan yang besar akan menjadi sorotan para *stakeholders* karena perusahaan besar akan lebih tinggi dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lebih memerhatikan lingkungan

sekitar perusahaan serta dampak yang ditimbulkan dari aktivitas operasi perusahaan. Widiyanto (2011) serta Luthfia dan Prastiwi (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai total aktiva yang tinggi pada akhir tahun akan lebih mengungkapkan tanggungjawab sosialnya yaitu dengan mengungkapkan *sustainability report*.

B. Perumusan Hipotesis

1. Kepemilikan saham institusional dan pengungkapan *sustainability report*

Daud (2015) menyatakan bahwa kepemilikan institusional adalah proporsi kepemilikan saham pada akhir tahun yang dimiliki oleh lembaga seperti asuransi, bank, atau institusi lain. Machmud dan Djakman (2008) menyatakan bahwa untuk dapat melakukan monitoring terhadap manajemen, kepemilikan institusional yang dimiliki oleh perusahaan harus dengan skala yang besar. Apabila kepemilikan institusional semakin besar, maka akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih tinggi dan lebih ketat oleh pihak investor institusional sehingga dapat digunakan sebagai pencegahan perilaku *opportunistic* manajer. Investor institusional memiliki kekuatan dan pengalaman serta bertanggungjawab dalam menerapkan prinsip *corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan (Sari *et al*, dalam Gunawan dan Ismayani, 2016).

Menurut Hasibuan dalam Nurrahman dan Sudarno (2013), apabila perusahaan memiliki saham institusional, maka kemungkinan perusahaan akan membuat pengungkapan semakin besar daripada perusahaan yang tidak memiliki saham institusional. Dengan melakukan pengungkapan, perusahaan akan dipandang semakin baik dimata pihak institusi. Opini tersebut sejalan dengan penelitian Sari dan Sukoharsono (2013) juga Nurrahman dan Sudarno (2013) bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kepemilikan saham institusional berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

2. Kepemilikan saham asing dan pengungkapan *sustainability report*

Perusahaan mengungkapkan *sustainability report* dalam laporan tahunannya untuk memperlihatkan kepada *stakeholder* bahwa perusahaan peduli dengan lingkungan dan masyarakat sekitar. Dapat diartikan bahwa apabila perusahaan mempunyai kontrak yang dilakukan dengan *foreign stakeholders*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan *sustainability report*.

Dalam teori *stakeholder* disebutkan bahwa semakin tinggi *stakeholder* maka perusahaan dapat menampung banyak keinginan dari para *stakeholder*. Maka dari itu kecenderungan perusahaan dalam melaporkan *sustainability*

report akan semakin tinggi. Pada perusahaan yang berbasis asing kebanyakan memiliki *stakeholder* yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan nasional, sehingga perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing kemungkinan akan melaporkan *sustainability report*.

Machmud dan Djakman (2008), Rustiarini (2011), serta Nurrahman dan Sudarno (2013) menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Kepemilikan saham asing berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

3. Ukuran komite audit dan pengungkapan *sustainability report*

Komite audit yaitu komite yang ditunjuk oleh perusahaan yang menjembatani antara dewan direksi dan audit eksternal, internal auditor serta anggota independen, yang memiliki tugas untuk melakukan pengawasan auditor dan memastikan manajemen untuk melakukan tindakan korektif yang sesuai dengan hukum dan regulasi (Jati, 2009). Keefektivan dari komite audit dapat dinilai melalui komunikasi serta kerjasama yang dijalin antara direksi, komisaris, auditor internal, dan auditor eksternal (Rahindayati *et al*, 2015). Melalui komunikasi dan kerjasama, maka dapat membantu tugas dewan komisaris untuk lebih meningkatkan efektivitas dari pengendalian intern yang

dilakukan oleh auditor internal maupun eksternal. Dengan adanya komite audit maka diharapkan dapat membantu dalam hal pengungkapan serta pengendalian agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan (Collier dalam Luthfia dan Prastiwi, 2012). Komite audit juga dapat meningkatkan *image* perusahaan dihadapan *stakeholdernya* dan tanggungjawab komite audit akan diusahakan sebaik mungkin untuk memperoleh nilai keuangan perusahaan yang baik. Apabila nilai keuangan perusahaan semakin baik maka para *stakeholder* akan lebih memercayai kinerja perusahaan dan kredibilitas perusahaan. Nasir dan Abdullah dalam Iswari dan Achyani (2016) menyatakan bahwa komite audit yang diukur dengan jumlah rapat dapat berpengaruh terhadap *sustainability report* yang dilaporkan oleh perusahaan.

Wardhani (2013) dan Aniktia dan Khafid (2015) menyatakan bahwa komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dari pemaparan tersebut maka peneliti menurunkan hipotesis yaitu sebagai berikut:

H₃: Ukuran komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

4. Ukuran dewan direksi dan pengungkapan *sustainability report*

Suyono dan Prastiwi dalam Kuswanto *et al.* (2013) menyatakan bahwa apabila jumlah rapat dewan direksi semakin banyak maka dapat mengindikasikan bahwa hubungan serta koordinasi yang dijalin antara

anggota-anggotanya berjalan dengan baik agar dapat menjalankan tugas secara efektif dalam hal pelaksanaan GCG. Dewan direksi sebagai organ perusahaan mempunyai tugas serta tanggungjawab secara penuh dalam pengelolaan perusahaan. Semakin sering anggota dewan direksi melaksanakan rapat, maka semakin sering pula komunikasi yang dijalin antar anggota sehingga lebih mudah dalam berkoordinasi guna mewujudkan GCG. Oleh karena itu diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan informasi mengenai sosial dan lingkungan dalam bentuk menerbitkan *sustainability report*.

Luthfia dan Prastiwi (2012) serta Palupi (2014) menyatakan bahwa dewan direksi berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dari pemaparan tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis yaitu sebagai berikut:

H₄: Ukuran dewan direksi berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

5. Ukuran dewan komisaris dan pengungkapan *sustainability report*

Tugas dewan komisaris yaitu melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur Perseroan terbatas (PT) (Dewi, 2015). Keberadaan dewan komisaris sebagai bagian dari penerapan GCG akan mendorong perusahaan melakukan pengungkapan lebih terhadap para *stakeholdernya* dalam rangka memenuhi kebutuhan dari para *stakeholder* tersebut, salah

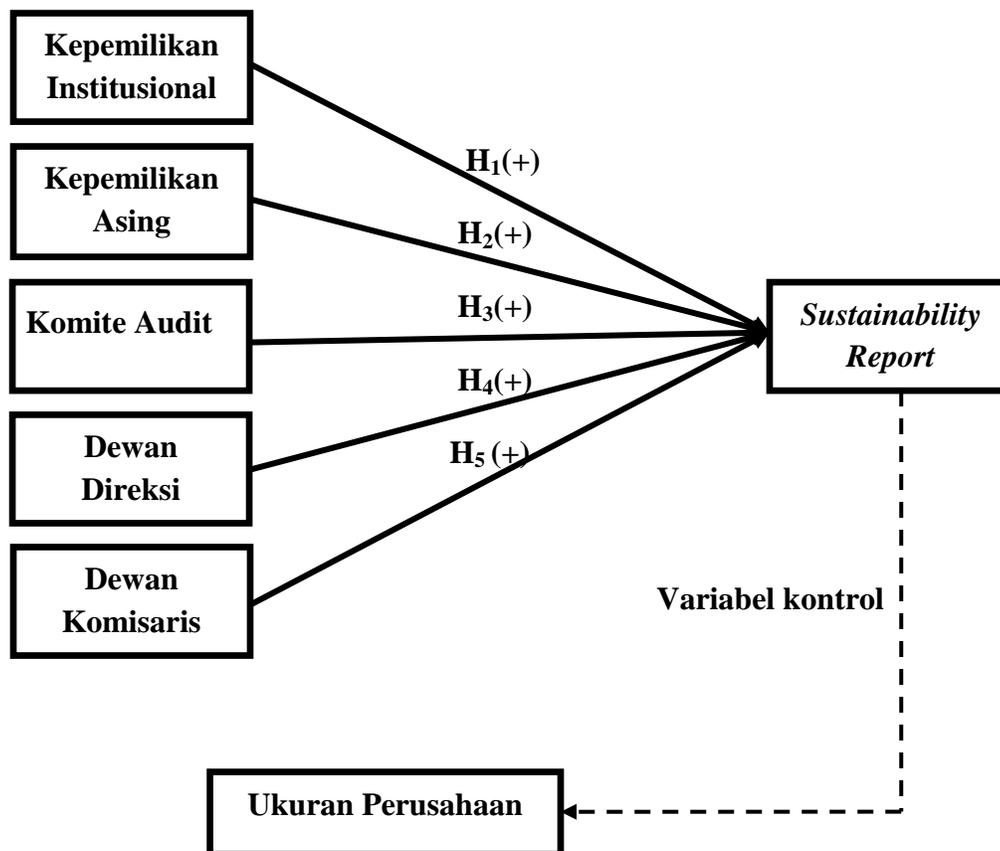
satunya dengan mengungkapkan *sustainability report*. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh tersendiri untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan *sustainability report*, sehingga semakin banyak anggota dewan komisaris dalam sebuah perusahaan diharapkan dapat mempunyai tanggungjawab sosial yang tinggi, sehingga kemungkinan untuk menerbitkan *sustainability report* akan semakin tinggi.

Thaha (2013) dan Handayani *et al.* (2014) menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dari pemaparan tersebut, peneliti menurunkan hipotesis yaitu sebagai berikut:

H₅: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

C. Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi *sustainability report*. Faktor-faktor tersebut terdiri dari 5 variabel independen yaitu kepemilikan institusional, kepemilikan asing, komite audit, dewan direksi, dan dewan komisaris serta 1 variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini tampak pada Gambar 2.1.



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2017

Gambar 2.1
Model Penelitian