

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori *Stakeholder***

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, *stakeholder* mampu memberikan pengaruh yang besar terhadap keberadaan suatu perusahaan yang didalamnya terdapat sumber ekonomi yang digunakan (Ghozali dan Chariri, 2007). Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholders* adalah dengan pengungkapan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* diantaranya adalah *Sustainability Reporting*. Strategi tersebut dapat berdampak positif bagi keberlangsungan hidup perusahaan (Ratnasari dan Prastiwi, 2010)

##### **2. Teori *Signaling***

*Signaling theory* menyatakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada *stakeholder*. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemegang saham. Pihak manajemen perusahaan sebagai pihak yang memiliki informasi yang lebih banyak, sehingga dapat memberikan rekomendasi kepada *stakeholder* (investor dan

kreditor) mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Adisusilo, 2011).

### 3. Teori Legitimasi

Deegan (2000) dalam Suryono (2011) teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan mengenai keberlangsungan mereka beroperasi yang berpijak pada norma dan nilai sosial yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada. Hal yang melandasi teori legitimasi adalah suatu "kontrak sosial" yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut berada, melakukan operasional dan aktivitas usahanya yang menggunakan sumber ekonomi dari sekitarnya.

Keseimbangan nilai sosial yang dibangun oleh perusahaan dapat diciptakan melalui peningkatan komunikasi yang efektif kepada masyarakat. Informasi yang dapat diberikan kepada masyarakat yaitu mengenai pengungkapan atas kegiatan operasinya yang bertanggung jawab terhadap aktivitas sosial, ekonomi, dan lingkungan yakni luas pengungkapan *Sustainability Reporting* (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Suryono, 2011).

### 4. Teori Agensi (*Agency theory*)

Dalam rangka memahami *corporate governance* maka digunakanlah dasar perspektif hubungan keagenan. Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara *principals* dan *agents*. Pihak *principals* adalah pihak yang memberikan mandat kepada pihak lain, yaitu agent,

untuk melakukan semua kegiatan atas nama *principal* dalam kapasitasnya sebagai pengambil keputusan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Sabrina, 2010). Sebagai pengelola perusahaan, manajer perusahaan tentu akan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham. Oleh karena itu manajer sudah seharusnya selalu memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik saham yang tidak lain adalah pihak *principals* dan *agents*. Informasi yang dapat diberikan oleh manajer yakni melalui pengungkapan informasi seperti *sustainability report*.

#### **5. Akuntansi Lingkungan (Environmental Accounting)**

Akuntansi Lingkungan merupakan istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*environmental costs*) ke dalam praktek akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biaya lingkungan adalah dampak yang timbul dari sisi keuangan maupun non-keuangan yang harus diprioritaskan sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan. Penggunaan konsep akuntansi lingkungan bagi perusahaan mendorong kemampuan untuk meminimalisasi persoalan-persoalan lingkungan yang dihadapinya. Banyak perusahaan besar industri dan jasa yang kini menerapkan akuntansi lingkungan. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan penilaian kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya (*environmental costs*) dan manfaat ekonomi (*economic benefit*) (Ikhsan, 2008).

## 6. *Sustainability Reporting*

### a. Definisi *Sustainability Reporting*

*Sustainability Reporting* adalah pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur, mengungkapkan, serta upaya perusahaan untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi seluruh *stakeholders* untuk tujuan kinerja perusahaan menuju pembangunan yang berkelanjutan. Sesuai dengan GRI (2013) *Sustainability Reporting* akan menjadi salah satu dokument untuk mendeskripsikan pelaporan mengenai sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan. Definisi *Sustainability Reporting* yang dikemukakan oleh Elkington (1997) dalam Soelistyaningrum (2011) adalah laporan yang memuat tidak hanya informasi mengenai kinerja keuangan saja, namun memberikan informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan untuk tetap tumbuh secara berkelanjutan.

### b. Konsep *Sustainability Reporting*

Konsep *Sustainability Reporting* merupakan suatu keadaan yang dipertahankan dalam jangka waktu yang tidak terbatas untuk dapat diteruskan mengenai sumber daya yang dimiliki sekarang setidaknya akan tetap ada pada masa yang akan datang (GRI, 2013). Seorang ahli ekonom, Solow (1991) dalam Whitehead (2006) dalam Suryono (2011) mengemukakan keberlanjutan sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang tetap memiliki

kekayaan alam yang sama yang ada pada saat ini. Gagasan utama Solow yaitu faktor penggerak utama bagi *Sustainability*, yakni keputusan mengenai seberapa banyak yang akan dikonsumsi pada saat ini, bila dibandingkan dengan seberapa banyak yang mampu dilakukan untuk masa mendatang.

c. Konsep *The Global Reporting Initiative (GRI)*

*Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan sebuah organisasi nirlaba yang bekerja ke arah ekonomi global yang berkelanjutan dengan memberikan panduan pelaporan berkelanjutan. GRI telah merintis dan mengembangkan pelaporan keberlanjutan dengan kerangka komprehensif yang banyak digunakan di seluruh dunia. Kerangka ini memungkinkan semua organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, kinerja sosial dan pemerintahan. Kerangka pelaporan tersebut meliputi pedoman pelaporan, pedoman sector industri dan sumber daya lain yang memungkinkan transparansi organisasi yang lebih besar tentang ekonomi, kinerja lingkungan, sosial dan pemerintahan. Transparansi dan akuntabilitas membangun kepercayaan para pemangku kepentingan dalam organisasi, dan dapat menciptakan banyak manfaat lainnya. Ribuan organisasi, dari semua ukuran perusahaan dan sektor industri menggunakan kerangka GRI untuk memahami bagaimana kinerja keberlanjutan perusahaan mereka (GRI, 2006 dalam Suryono, 2011).

d. Luas Pengungkapan *Sustainability Reporting*

Pengungkapan standar dalam *Sustainability Reporting* berupa indikator-indikator yang tercantum pada *Global Reporting Initiative* (GRI) terdiri dari 6 komponen yaitu Ekonomi, Lingkungan, Sosial, Hak Asasi Manusia, Kemasyarakatan, dan Tanggung Jawab Produk. Setiap komponen akan memiliki jumlah indikator yang lebih spesifik. *Sustainability Reporting* merupakan laporan yang berdiri sendiri dan lebih terperinci serta terpisah dari Annual Report perusahaan. *Sustainability Reporting* memuat informasi kinerja keuangan dan kinerja non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan aktivitas perusahaan secara keseluruhan, sehingga memungkinkan perusahaan dapat tumbuh berkesinambungan (soelistyanignrum, 2011)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mulai diatur oleh aturan BAPEPAM yang dikeluarkan tahun 2007 yaitu UUD No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas serta didukung oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2004) (Putra, 2011).

## 7. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, sehingga erat kaitannya dengan kinerja keuangan perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitas semakin dipandang baik

oleh para *stakeholder* (Subramanyam dan Wild, 2010). Perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan memiliki rasa kepercayaan dan tanggung jawab yang tinggi untuk mengungkap informasi perusahaan. Hal ini juga termasuk sebagai strategi perusahaan dalam menghadapi daya saing antar perusahaan, sehingga perusahaan akan cenderung mengungkapkan pengungkapan melalui *Sustainability Reporting*. Luas pengungkapan *Sustainability Reporting* merupakan salah satu media alat komunikasi kepada masyarakat maupun *stakeholder*-nya yang membutuhkan informasi perusahaan (Suryono, 2011).

#### 8. *Leverage*

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Tingkat *leverage* yang tinggi pada suatu perusahaan menggambarkan risiko keuangan yang terjadi pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang tergantung pada kreditur maka menggambarkan sinyal yang buruk bagi *stakeholder*. Oleh karena itu manajemen perusahaan berupaya melakukan strategi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk biaya dalam pengungkapan informasi sosial dan lingkungan, agar kinerja keuangan tampak baik. (Hadiningsih, 2007 dalam Suryono, 2011).

#### 9. 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 (Andriyanti, 2007 dalam Suryono, 2011). Semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholders*. Artinya bahwa perusahaan harus membutuhkan upaya yang lebih besar untuk mendapat kepercayaan masyarakat ataupun *stakeholder* agar tercipta keselarasan nilai-nilai sosial dari aktivitas perusahaan. Maka dari itu semakin besar perusahaan akan semakin berkepentingan dalam mengungkapkan informasi *Sustainability Reporting* (Suryono, 2011).

#### 10. Rapat Dewan Komisaris

Rapat dewan komisaris merupakan suatu proses yang dilalui oleh dewan komisaris dalam pengambilan suatu keputusan mengenai kebijakan perusahaan. Rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris dilakukan untuk mengawasi kebijakan-kebijakan yang telah diambil oleh dewan direksi dan implementasinya (Waryanto, 2010). Rapat dewan komisaris juga tercantum pada undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 Pasal 97 yaitu Dewan komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas.

Cotter *et al.* (1998) dalam Juwitasari (2008) menyatakan bahwa frekuensi *meeting* dewan komisaris merupakan sumber yang penting untuk menciptakan efektivitas dari dewan komisaris. Selain itu, aktivitas dewan (frekuensi *meeting*) yang tinggi akan menghasilkan monitoring

yang baik dari dewan, maka anggota secara tidak langsung akan meminta *meeting* dewan untuk diadakan lebih sering untuk menambah kemampuan mereka dalam memonitoring manajemen.

#### 11. *Governance Committee*

Menurut Willey (2009) dalam Suryono (2011) bahwa *Governance Committee* merupakan sebuah komite yang beranggotakan para dewan direksi. Dalam melihat praktik *corporate governance* suatu perusahaan untuk menuju praktik yang baik, kuat, dan berkesinambungan. Yang harus diperhatikan bukan hanya, apakah perusahaan telah menjalankan praktik biasa seperti halnya menunjukkan komisaris independen, proporsi dewan direksi, atau penunjukan anggota komite audit independen, namun juga dapat dilihat melalui pembentukan komite-komite tambahan, dalam hal ini *Governance Committee* agar tercapai *good corporate governance*. Rekomendasi yang diberikan oleh *Governance Committee* dapat memberikan inisiatif untuk melakukan luas pengungkapan *Sustainability Reporting* secara luas.

#### 12. Kepemilikan Manajerial

Jensen dan Meckling (1976) dalam Sabrina (2010) Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen. Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan akan memiliki motivasi yang berbeda dalam hal mengawasi atau memonitor perusahaan serta manajemen dan dewan direksinya. Manajer akan terus berupaya dalam

memberikan informasi seluas-luasnya termasuk luas pengungkapan *Sustainability Reporting* sebagai rekomendasi dan acuan kepada para pemegang saham yang tidak lain adalah pihak manajerial itu sendiri. Sehingga struktur kepemilikan dapat berfungsi untuk mengurangi konflik antara manajemen dan pemegang saham.

## **B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

Dalam *signaling theory* bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan luas pengungkapan *Sustainability Reporting* secara luas, sehingga informasi tersebut dapat diartikan sebagai *good news* bagi para *stakeholder* karena berguna dalam menunjang tambahan informasi atas pengambilan keputusan yang akan dilakukan baik dalam jangka panjang (Putra, 2011 dalam Charity, 2013).

Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Nurkhin (2009) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas menggambarkan indikator pengelolaan yang dilakukan oleh manajemen. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan yang dimiliki, maka manajemen perusahaan dikatakan semakin baik, sehingga memiliki kepercayaan terhadap para *stakeholder* dengan mengungkapkan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholders* diantaranya yaitu *Sustainability Reporting*. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin

(2009), Aulia (2010), dan Suryono (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*, namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra (2011), Luthfia (2012), dan Charity (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berdasarkan logika, teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis, yaitu:

**H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

## **2. Pengaruh *Leverage* terhadap Luas pengungkapan *Sustainability Reporting***

Dalam teori legitimasi, bahwa perusahaan tidak hanya memberikan informasi keuangan saja namun mengenai *non-financial* seperti *Sustainability Reporting* juga harus diungkapkan, sehingga perusahaan memiliki tingkat kepercayaan dan tetap diterima oleh masyarakat atau *stakeholders*.

Belkoui dan Karpik (1989) dalam Suryono (2011) menyatakan bahwa Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin tinggi pula biaya-biaya yang akan dikurangi dalam pemenuhan profitabilitas yang tinggi karena minat *stakeholder* yang diperuntukan oleh para manajer perusahaan. Sehingga memengaruhi biaya berkurangnya dalam pengungkapan informasi *Sustainability Reporting*. Hal tersebut didukung oleh penelitian

yang dilakukan oleh Waryanto (2010) dan Luthfia (2012) yang menunjukkan hasil adanya pengaruh negatif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berbeda dengan hasil penelitian yang ditunjukkan oleh Sitepu (2009) dan Suryono (2011) yang menunjukkan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berdasarkan logika, teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis, yaitu:

**H<sub>2</sub>: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

### **3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

Dalam Teori Legitimasi, bahwa perusahaan yang besar dengan aktivitas operasi dan interaksinya kepada masyarakat maupun *stakeholder*, maka erat kaitannya akan lebih luas dalam memberikan informasi luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. (Suryono, 2011).

Cowen *et al.* (1987) dalam Nurkhin (2009) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, sehingga lebih banyaknya pemegang saham dalam suatu perusahaan, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan. Hal tersebut dikarenakan

tuntutan dari para pemegang saham dan masyarakat. Maka, semakin besar perusahaan, semakin berkepentingan mengungkapkan informasi yang lebih banyak, sehingga semakin memiliki kecenderungan melakukan luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.

Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Suryono (2011), Luthfia (2012) dan Charity (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dilling (2009) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berdasarkan logika, teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis, yaitu:

**H<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

#### **4. Pengaruh Rapat Dewan Komisaris terhadap Luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

*Forum for Corporate Governance in Indonesia* (2002) dalam Ratnasari (2011) menyatakan rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi dan koordinasi diantara anggota-anggota dewan komisaris dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas manajemen. Dalam rapat tersebut, akan membahas masalah mengenai arah dan strategi perusahaan, evaluasi kebijakan yang telah diambil atau dilakukan oleh manajemen, dan mengatasi masalah benturan kepentingan. Oleh karena

itu, tingkat pengungkapan *Sustainability Reporting* sangat di pengaruhi oleh jumlah rapat dewan komisaris. Maka semakin sering frekuensi rapat dewan komisaris diadakan maka semakin efektif dalam memonitoring (pengawasan) yang dilakukan dewan komisaris terhadap kondisi perusahaan. Dengan demikian, pengungkapan informasi sosial perusahaan juga akan semakin luas.

Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Xie *et al.* (2003) dalam Waryanto (2010) menyatakan rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Waryanto (2010), Suhardjanto dan Permatasari (2010) dan Novita (2013) yang menyatakan bahwa rapat dewan komisaris tidak memengaruhi luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berdasarkan logika, teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis, yaitu:

**H<sub>4</sub>: Rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

#### **5. Pengaruh *Governance Committee* terhadap Luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

Dalam teori *stakeholder*, perusahaan akan terus memberikan manfaat kepada para *stakeholder*-nya. *Governance committee* merupakan salah satu pilar dari pembentukan sistem ekonomi yang akan berdampak pada output kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang terus

meningkat dan pengungkapan informasi sosial akan menjadi faktor keunggulan perusahaan untuk memperoleh dukungan dan simpati dari para *stakeholder*-nya, sehingga aspek *good corporate governance* yaitu prinsip transparansi dapat tercapai pada perusahaan di Indonesia (Khomsiyah dalam Suryono, 2011). Semakin tinggi prinsip transparansi untuk mewujudkan *good corporate governance*, maka *governance committee* akan lebih luas melakukan pengungkapan informasi perihal aktivitas sosial, dan lingkungan perusahaan yang diwujudkan melalui penerbitan *Sustainability Reporting*.

Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Dilling (2009) dan Luthfia (2012) yang menyatakan *Governance Committee* memiliki hubungan terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berbeda dengan hasil yang ditunjukkan oleh Suryono (2011) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *Governance Committee* terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berdasarkan logika, teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis, yaitu:

**H<sub>5</sub>: *Governance committee* berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

## **6. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

Dalam teori agensi, Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen. Jika pimpinan tim manajemen ada yang sebagai pemegang saham maka diprediksikan akan memiliki kesadaran yang cukup untuk melaksanakan pengungkapan informasi ekonomi, lingkungan, sosial dan *corporate governance* dalam *sustainability report*. Ross *et al.* (2002) dalam Sudarno (2013) menyatakan bahwa Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat dalam memberikan informasi dan mengungkapkan aktivitas perusahaan yaitu *Sustainability Reporting* untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Hal ini dikarenakan tidak terjadinya konflik kepentingan antar manajer dan pemilik perusahaan, serta ada keselarasan tujuan dalam mewujudkan pertumbuhan perusahaan secara berkesinambungan.

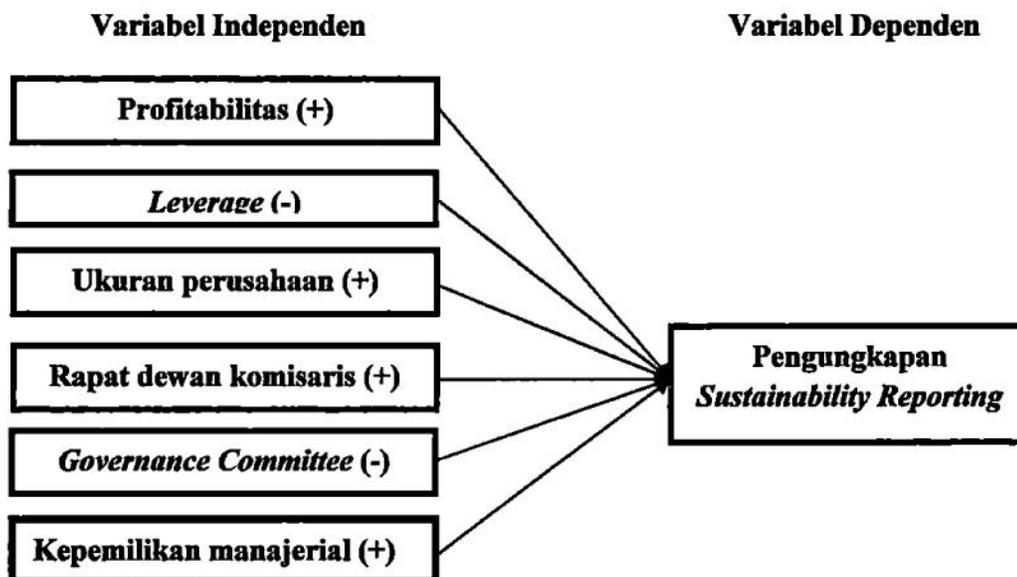
Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Tambha (2011) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Namun berbeda dengan hasil yang di tunjukan oleh Said *et al.* (2009), Waryanto (2010) dan Sudarno (2013) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kepemilikan manajerial

dengan luas pengungkapan *Sustainability Reporting*. Berdasarkan logika, teori dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis, yaitu:

**H<sub>6</sub>: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *Sustainability Reporting*.**

### C. Model Penelitian.

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan *Sustainability Reporting*. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, rapat dewan komisaris, *governance committee*, dan kepemilikan manajerial. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Model Penelitian**