

Identifikasi *Salience Stakeholders* dalam Pengungkapan *Sustainability Report*

Ni Putu Ayu Devi Yanti¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

Gayatri²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

Surel : yanthidevi@gmail.com

ABSTRAK

Stakeholder memiliki karakteristik tersendiri dalam pendekatan memahami kepentingannya. Dalam menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan *stakeholders*, terdapat berbagai kendala salah satunya adalah tingkat pengaruh *stakeholder* yaitu *salience stakeholder*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019 melalui web resmi www.idx.co.id. Populasi penelitian berjumlah 632 perusahaan dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 43 perusahaan dengan data observasian sebanyak 129. Teknik analisis penelitian adalah analisis regresi linier dan *uji two way ANOVA*. Hasil penelitian menunjukkan pemegang saham dan kelompok pecinta lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada luas pengungkapan *sustainability report* sedangkan konsumen serta media masa yang memiliki atribut legitimasi dan *power* berpengaruh negatif dan signifikan pada luas pengungkapan *sustainability report*.

Kata Kunci: *Salience; Stakeholders; Pengungkapan Sustainability Report.*

Identification of Salience Stakeholders in the Sustainability Report Disclosure

ABSTRACT

Stakeholders have their own characteristics in their approach to understanding their interests. In balancing the needs and desires of stakeholders, there are various obstacles, one of which is the level of stakeholder influence, namely stakeholder saliency. This research was conducted on companies on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017-2019 through the official website www.idx.co.id. The population of this research is 632 companies. Samples are taken using purposive sampling technique as many as 43 companies with 129 observational data. The research analysis technique is linear regression analysis and two way ANOVA test. The results showed that shareholders and environmental groups had a positive and significant effect on the disclosure area of the sustainability report, while consumers and the mass media which had the attributes of legitimacy and power had a negative and significant effect on the disclosure area of the sustainability report.

Keywords: *Saliency; Stakeholders; Sustainability Report Disclosures.*



e-ISSN 2302-8556

Vol. 31 No. 8
Denpasar, Agustus 2021
Hal. 2058-2071

DOI:
10.24843/EJA.2021.v31.i08.p14

PENGUTIPAN:
Yanti, N.P.A.D., & Gayatri, G.
(2021). Identifikasi *Saliency Stakeholders* dalam Pengungkapan *Sustainability Report*. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2058-2071

RIWAYAT ARTIKEL:
Artikel Masuk:
10 Juni 2021
Artikel Diterima:
25 Agustus 2021

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

PENDAHULUAN

Dewasa ini organisasi atau perusahaan dituntut untuk ikut berperan dalam pembangunan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan dunia sekarang tanpa mengabaikan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya (Safitri, 2019;7). Oleh karenanya, perusahaan perlu membuat suatu laporan keberlanjutan (*sustainability report*) agar pembangunan keberlanjutan ini dapat terukur, transparan, serta terlaksana maka dilakukan pengungkapan atas *sustainability report* (Simbolon & Sueb, 2016). *Sustainability report* bagi perusahaan merupakan informasi yang mencerminkan kinerja dari sebuah organisasi dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (ACCA, 2013); (Dewi & Sudana, 2015); (Sejati & Prastiwi, 2015).

Menurut konsep *triple bottom line* dalam *sustainability report* dapat dipahami sebagai cara perusahaan untuk memberikan informasi kepada *stakeholders* yang nantinya akan menilai kinerja perusahaan sehubungan dengan masing - masing aspek ekonomi, kinerja sosial, dan lingkungan (Bradford et al., 2017). *Stakeholder* adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap keputusan serta aktivitas organisasi (Langrafe et al., 2020). Menurut Freeman (1984), pemangku kepentingan (*stakeholder*) tersebut beberapa diantaranya meliputi pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, media masa, masyarakat lokal, pemasok, kelompok pecinta lingkungan, dan kelompok kepentingan khusus.

Keseimbangan dari sebuah konflik yang terjadi pada *stakeholder* dan pemenuhan kebutuhannya menjadi tujuan bagi perusahaan yang digambarkan dengan teori *stakeholder* (Man, 2015). Namun dalam menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan *stakeholders*, terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh perusahaan, yang disebut sebagai *stakeholder saliency* atau *Saliency Stakeholder* (Mitchell et al, 1997). *Saliency* didefinisikan sebagai tingkatan dimana perusahaan memberikan prioritasnya untuk membandingkan tingkat pengaruh *stakeholders* dan mengidentifikasi bahwa atribut kekuasaan (*power*), legitimasi dan urgensi yang dimiliki oleh para *stakeholders* membuat mereka lebih menonjol atau lebih *saliency* daripada yang lain.

Menurut peraturan POJK Nomor 51/POJK.03//2017 di Indonesia yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK 2017), lembaga-lembaga seperti jasa bidang keuangan, sebuah emiten, serta perusahaan publik harus melaporkan sebuah *sustainability reporting* atau laporan berkelanjutannya. Mereka yang melanggar ketentuan itu akan dikenakan sanksi administratif berupa teguran atau peringatan tertulis. Sayangnya *sustainability reporting* (SR) hanya dibuat oleh beberapa perusahaan dengan rincian sebanyak 30% saja dari 100 *top* perusahaan sudah mendaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) (Ernest & Young 2016). Data terbaru dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *Global Reporting Initiative* (GRI) menunjukkan hasil bahwa dari total 629 Perusahaan Tercatat per 23 April 2019, hanya sebanyak 110 *sustainability report* yang telah diterbitkan atau hanya 17 persen saja.

Tanpa adanya suatu dukungan dari pihak *stakeholders*, maka perusahaan usahanya tak jalan, bahkan tiap sektor yang memiliki *stakeholder* dengan tingkat *saliency* tertinggi yang berbeda (Fernandez-Feijoo et al., 2014). Mirip dengan penelitian Sweeney & Coughlan (2008) menjelaskan di beberapa bidang

perusahaan seperti telekomunikasi dengan kecantikan *stakeholder* pentingnya sama yakni pelanggan, sedangkan pada bidang minyak dan otomotif yang sama di *stakeholder* pentingnya yakni lingkungan (Rudyanto & Siregar, 2018).

Dalam penelitian Sejati & Prastiwi (2015), dibandingkan dengan para *stakeholder* yang lain, seorang yang punya hak milik (*shareholder*) akan perusahaan atau nama lain pemegang saham bisa dipredikat sebagai *stakeholder* penting. Jadi, semakin tinggi tekanan dari investor, semakin tinggi pula pengungkapan *sustainability report* yang dihasilkan perusahaan. Pemegang saham khususnya pemegang saham dominan akan cenderung mengambil keputusan yang dapat memaksimalkan tindakan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Selanjutnya mereka akan menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan atas tindakan tersebut. Jadi, semakin tinggi tekanan dari investor, semakin tinggi pula pengungkapan *sustainability report* yang dihasilkan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hamudiana & Achmad (2017) mengungkapkan bahwa semakin tinggi tekanan dari *stakeholder* maka perusahaan akan meningkatkan transparansi pengungkapan *sustainability report*.

H_{1a}: Pemegang Saham Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Reporting*.

Aset yang paling berharga bagi perusahaan tidak hanya dilihat dari aset yang dapat diukur saja, melainkan dapat dilihat melalui aset yang tidak dapat diukur seperti *intellectual capital* atau sumber daya manusia, salah satunya adalah karyawan. Saat ini baik karyawan maupun calon karyawan akan memperhatikan apakah perusahaan tempat mereka bekerja merupakan perusahaan yang bertanggung jawab sosial atau tidak. Karyawan yang berkualitas tentu telah mengerti akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Kehilangan karyawan yang berkualitas ini tentu akan menyebabkan operasional perusahaan dapat terganggu. Salah satu cara agar karyawan mengetahui pemenuhan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan terhadap karyawannya adalah mereka akan menjadikan *sustainability report* sebagai alat informasi. Hal tersebut tentu akan memberikan perasaan positif kepada karyawan seperti bangga, antusias, dan puas (Dissanayake *et al.*, 2016) dan (Huang & Kung, 2010). Rudyanto *et al.* (2018) menyebutkan bahwa karyawan sebagai *stakeholder* perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap *sustainability report*. Perusahaan beranggapan bahwa aset mereka yang paling berharga salah satunya adalah karyawan. Betts *et al.* (2015) serta Sun & Yu (2015) mengungkapkan bahwa karyawan dalam perusahaan yang melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial melalui *sustainability report* akan berkeja lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengungkapkan *sustainability report* (Alfaiz & Aryati, 2019).

H_{1b}: Karyawan Berpengaruh Terhadap Tingkat Pengungkapan *Sustainability Report*.

Perusahaan dengan dekekatan konsumen yang tinggi cenderung akan menghasilkan *sustainability report* dengan transparansi yang tinggi pula. Perusahaan tersebut dianggap memperoleh tekanan sosial untuk bertindak dengan baik dan menyediakan informasi mengenai tanggung jawab sosial. Perusahaan akan berfokus untuk meningkatkan *image* perusahaan yang dapat mempengaruhi penjualan melalui pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Fernandez-Feijoo *et al.* (2014) mengungkapkan kedekatan konsumen dengan perusahaan mendorong perusahaan untuk berusaha meningkatkan *brand image* dengan meningkatkan transparansi pengungkapan *sustainability report*nya.

H_{1c}: Konsumen Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

Pemerintah merupakan bagian dari *stakeholder* yang dianggap paling mempengaruhi perusahaan (Şener *et al.*, 2016). Kehadiran dari kepemilikan saham pemerintah cenderung memperbaiki tingkat pengungkapan *sustainability report* perusahaan (Akrouf & Othman, 2013). Li *et al.* (2016) juga menemukan bahwa pemerintah termasuk *stakeholder* yang paling penting dalam mempengaruhi tanggung jawab sosial karena memberikan tekanan yang lebih besar. Perintah pengungkapan dampak dari aktivitas perusahaan membuat lebih mudah bagi pemerintah dan kelompok yang berkepentingan untuk menekan perusahaan dalam menjalankan praktik tanggung jawab sosial (He *et al.*, 2018).

H_{1d}: Pemerintah Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

Pengkomunikasian tanggung jawab sosial melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat (A.P & Hardiningsih, 2015). Menurut Harmoni (2010), media adalah sumber daya pada informasi lingkungan. Menurut Munif *et al.* (2010), perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial melalui berbagai media. Terdapat tiga media yang sering dipakai perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu melalui media televisi, koran, serta internet (*website* perusahaan). Penelitian yang dilakukan oleh A.P & Hardiningsih (2015) serta Wahyutama (2016), menunjukkan bahwa media masa berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *sustainability report*.

H_{1e}: Media Masa Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Maon *et al.* (2009) menyebutkan bahwa selain pemerintah, masyarakat atau komunitas lokal termasuk kedalam *secondary stakeholder*. Masyarakat lokal memiliki efek terhadap keputusan manajemen dan juga konsep tanggung jawab sosial yaitu melalui perbedaan norma, harapan sosial, seperti pemantauan dan mekanisme sanksi (Lähdesmäki & Suutari, 2012). Gunawan (2015) menemukan bahwa masyarakat lokal juga merupakan *stakeholder* yang paling mempengaruhi praktek pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan *stakeholder theory* dan teori legitimasi, masyarakat lokal sebagai bagian dari *stakeholder* perusahaan memegang peran yang cukup besar karena sebagian besar kegiatan perusahaan. Perusahaan tersebut ikut kedalam kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat lokal yang melibatkan tanggung jawab sosial perusahaan karena perusahaan mempunyai tujuan menciptakan pasar yang kompetitif, meningkatkan status ekonomi, dan berkontribusi ke sumber daya manusia dan pengembangan masyarakat (Maimunah *et al.*, 2015).

H_{1f}: Masyarakat Lokal Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

Sinergi dengan pemasok selaku penyedia barang dan jasa sangat penting untuk mendukung kelancaran proses produksi, sehingga perusahaan akan berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan para pemasok (Pramudita & Dwiyanto, 2017). Tata kelola rantai pasokan perusahaan yang meliputi pengungkapan informasi atas pemasok dapat dilihat dari *sustainability report* yang publikasi oleh perusahaan. Hasil penelitian Gunawan (2015) menunjukkan bahwa

pemasok berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan meskipun pemasok memiliki tingkat pengaruh yang paling rendah diantara *stakeholder* lainnya.

H_{1g}: Pemasok Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

Perusahaan-perusahaan yang berpotensi mempunyai dampak lingkungan yang tinggi, cenderung akan mempublikasikan informasi mengenai tanggung jawab sosial secara lebih transparan. Hal tersebut terjadi karena mereka mencoba untuk memperoleh legitimasi. Deegan dan Gordon (1996) menganalisis hubungan antara pengungkapan lingkungan dengan industri tertentu dan juga perubahan pada praktek pelaporan selama periode 1980-1991. Mereka menemukan adanya peningkatan dalam pelaporan tanggung jawab sosial sukarela pada periode tersebut. Kenaikan tingkat transparansi *sustainability report* mungkin merupakan hasil dari keinginan perusahaan untuk mengurangi persepsi masyarakat akan dampak lingkungan yang lebih besar yang dimiliki industri (Fernandez- Feijoo *et al.*, 2014). Transparansi pengungkapan dari suatu perusahaan dapat menggambarkan statemen tentang perusahaan yang punya potensi pada dampak ke lingkungan. Pernyataan tersebut dibenarkan berdasarkan analisis bahwa kelengkapan laporan tanggung jawab sosial pasti akan diperhatikan pemegang saham apabila perusahaannya berpengaruh pada dampak ke lingkungan agar tetap bercitra baik (Rudyanto & Siregar, 2018) .

H_{1h}: Lingkungan Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

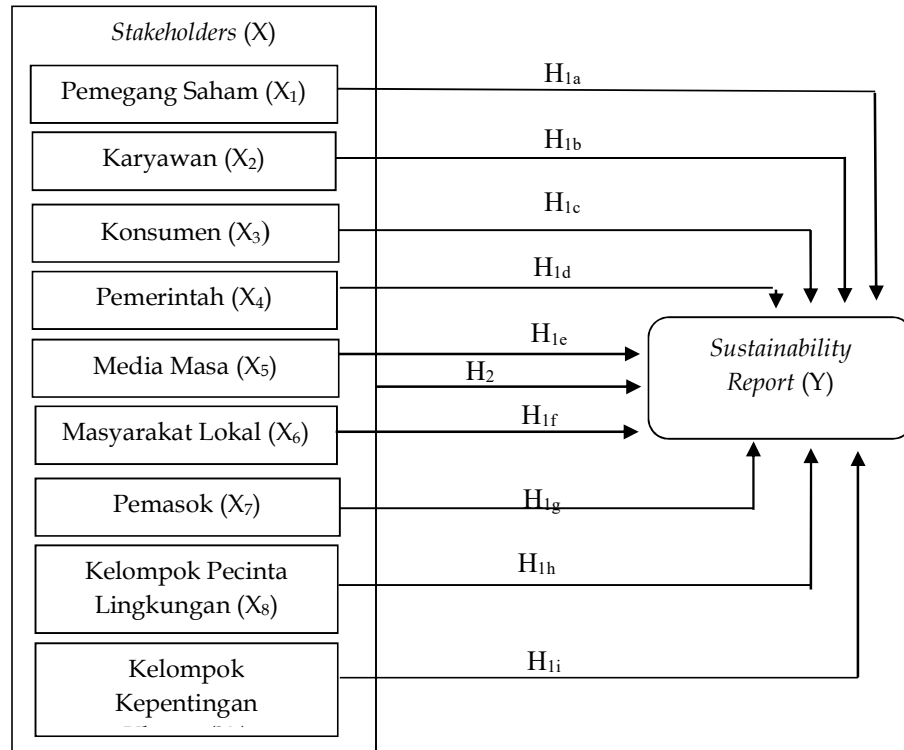
Kelompok kepentingan khusus, kebanyakan LSM diidentifikasi sebagai *stakeholder* yang diskresioner. Pengungkapan tentang kelompok ini berisi kolaborasi bersama dengan LSM seperti menyediakan beasiswa untuk kelompok yang kurang beruntung atau dukungan keuangan untuk institusi seperti sekolah atau rumah sakit (Şener *et al.*, 2016). Semakin banyak kelompok kepentingan khusus yang ada dalam perusahaan maka semakin besar juga tekanan yang mereka berikan kepada perusahaan untuk melaporkan aktivitas tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi pengungkapan *sustainability report* yang diungkapkan oleh perusahaan, maka kelompok kepentingan khusus dalam perusahaan akan merasa puas dan tetap menyediakan dukungan untuk kegiatan operasional perusahaan.

H_{1i}: Kelompok Kepentingan Khusus Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*.

Mengacu pada identifikasi *stakeholder* menurut Freeman (1984), penelitian ini menggunakan pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, media masa, masyarakat lokal, pemasok, kelompok pecinta lingkungan, dan kelompok kepentingan khusus sebagai *stakeholder*. Cornell & Shapiro (1987) mendefinisikan sekelompok sempit *stakeholder*, hanya termasuk *shareholder*, karyawan, dan pelanggan. Sedangkan kelompok *stakeholder* dalam cakupan kecil menurut Mitchell *et al.* (1997) adalah mereka yang secara langsung terkait dengan kepentingan ekonomi inti perusahaan. Peneliti lain, Clarkson (1995) mengklasifikasikannya menjadi *stakeholder* primer dan sekunder; menunjukkan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada *stakeholders* utama. Dalam penelitian Şener *et al.* (2016), berdasarkan hasil analisis kuantitatif tidak ada perbedaan yang signifikan untuk pengungkapan *stakeholder* yang *salience* diantara masing-masing industri yang berbeda seperti manufaktur dengan jasa dan

manufaktur dengan penghasil bahan baku, satu-satunya perbedaan adalah untuk pengungkapan pada pelanggan dan media.

H₂: *Salience Stakeholder* Tidak Berbeda Antar Sektor Menurut Klasifikasi Sektor di Bursa Efek Indonesia.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2021

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literasi atau kajian pustaka, yang berarti peneliti menggunakan informasi data yang sudah ada untuk dijadikan bahan analisis (Sugiyono, 2017). Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar. Dalam penelitian ini data kualitatif yang digunakan berupa *sustainability report* yang dipublikasikan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif karena menguji dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh konsistensi atas identifikasi pengaruh *stakeholders* berdasarkan tingkat pengaruh (*salience*) *stakeholders* terhadap pengungkapan *sustainability report* perusahaan yang dipublikasikan serta pemahaman mengenai kemungkinan adanya perbedaan antara *salience stakeholders* antar sektor menurut klasifikasi sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek dalam penelitian ini adalah pengungkapan *sustainability report* perusahaan yang diterbitkan selama tahun 2017 hingga tahun 2019.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia yang meliputi berbagai sektor. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah mengungkapkan atau mempublikasikan *sustainability report*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemegang saham (X_1), karyawan (X_2), konsumen (X_3), pemerintah (X_4), media masa (X_5), masyarakat lokal (X_6), pemasok (X_7), kelompok pecinta lingkungan (X_8), dan kelompok kepentingan khusus (X_9). Untuk variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *sustainability reporting* (Y).

Definisi yang dapat diambil dari statemen *sustainability reporting* adalah bahwa segala jenis laporan keuangan dengan laporan lain yang terkait seperti non-keuangan dan aktivitas sosial perusahaan juga termasuk ke dalam laporan *sustainability reporting*, hal ini terjadi karena pada dasarnya perusahaan dengan lingkungan berkesinambungan (Elkington, 1997). Sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), *sustainability report* dalam penelitian ini diukur dengan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI).

Mengacu pada identifikasi *stakeholder* menurut Freeman (1984) dalam teori *stakeholdernya*, penelitian ini menggunakan pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, media masa, masyarakat lokal, pemasok, kelompok pecinta lingkungan, dan kelompok kepentingan khusus sebagai *stakeholder*. Adapun *stakeholders* itu mencakup para pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, media masa, rakyat lokal, pemasok, kelompok pecinta lingkungan dan kelompok kepentingan khusus.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis regresi linier ini digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen dengan melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yaitu uji normalitas, heterokedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi. Penelitian ini juga melakukan uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*), uji kelayakan model (F test), dan uji hipotesis (t-test). Selain itu penelitian ini juga menggunakan Uji *Two Way ANOVA-test*. Untuk persamaan umum regresi sebagai berikut.

$$SRD = \alpha + \beta_1OWN + \beta_2EMP + \beta_3CON + \beta_4GOV + \beta_5MED + \beta_6LCOM + \beta_7SUP + \beta_8ENV + \beta_9SIG + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Seleksi Pemilihan Sampel

	Keterangan	Jumlah Perusahaan
Populasi	Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia per 2019	632
Kriteria	1. Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>sustainability report</i> secara konsisten dan terpisah selama periode 2017 - 2019	(587)
	2. Perusahaan yang tidak menggunakan pedoman GRI ataupun tidak mencantumkan Indikator GRI dalam <i>sustainability report</i> selama periode 2017-2019	(2)
Total perusahaan yang dijadikan sampel		43
Total data observasi selama tahun 2017 sampai dengan 2019		129

Sumber: Data Penelitian, 2021

Tabel 1, menunjukkan bahwa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia per 2020 adalah sebanyak 632 perusahaan. Terdapat 587 perusahaan yang tidak menerbitkan *sustainability report* secara konsisten dan terpisah selama periode 2017 sampai dengan 2019 dan 2 perusahaan yang tidak menggunakan pedoman GRI ataupun tidak mencantumkan Indikator GRI dalam *sustainability report* selama periode 2017 sampai dengan 2019. Berdasarkan data tersebut, diperoleh sampel sejumlah 43 perusahaan selama periode penelitian.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif setelah outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Sustainability Report Disclosure Index</i>	106	0,05	0,51	0,2539	0,10830
Pemegang Saham	106	0,10	0,85	0,5792	0,12452
Karyawan	106	7,11	11,44	8,7897	1,14203
Konsumen	106	0	1	0,42	0,495
Pemerintah	106	0	1	0,42	0,495
Media Masa	106	0	1	0,83	0,377
Masyarakat Lokal	106	0	1	0,65	0,479
Pemasok	106	0	1	0,43	0,498
Kelompok Pecinta Lingkungan	106	0	1	0,52	0,502
Kelompok Kepentingan Khusus	106	0	1	0,67	0,473

Sumber: Data Penelitian, 2021

Pengungkapan *sustainability report* dalam penelitian ini diukur dengan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI). Berdasarkan Tabel 2, rata - rata pengungkapan *sustainability report* menghasilkan nilai 0,253. Mean atau rata-rata nilai 0,253 memiliki arti adanya pendekatan nilai minimum pada rata-rata tersebut. Artinya rata-rata perusahaan punya luas pengungkapan *sustainability report* yang rendah. Nilai standar deviasi luas pengungkapan *sustainability report* sejumlah 0,108. Dibandingkan dengan *mean* ini bernilai lebih rendah. Sehingga rentang data tidak tergolong tinggi dan luas data dari variabel tersebut juga sudah rata.

Dari pengamatan Tabel 2, data pemegang saham menunjukkan rata-rata nilai sejumlah 0,5792, kecenderungan berada dekat dengan nilai maksimum. Dengan demikian tingkat keterlibatan pemegang saham tinggi. Standar deviasi menunjukkan nilai 0,1245 dibawah dari *mean* yang artinya sebaran datanya sudah rata dan rentangnya tidak terlalu tinggi. Data karyawan menunjukkan *mean* sejumlah 8,7897, dekat dengan nilai minimum, sehingga rata-rata perusahaan memiliki keterlibatan karyawan rendah. Nilai standar deviasi karyawan sejumlah 1,142 di bawah dari nilai *mean* sehingga sebaran data sudah merata dan rentang data tergolong rendah. Untuk data konsumen menunjukkan *mean*-nya adalah 0,42, dekat dengan nilai minimum sehingga perusahaan memiliki tingkat keterlibatan konsumen yang rendah. Standar Deviasi konsumen berjumlah 0,495 di atas dari *mean*-nya. Tandanya sebaran dari data konsumen tak rata dan rentangnya tergolong tinggi.

Data pemerintah memiliki nilai *mean* 0,42, dekat pada nilai minimum sehingga perusahaan memiliki tingkat keterlibatan pemerintah yang rendah. Standar Deviasi pemerintah bernilai 0,495, di atas nilai *mean*. Tandanya sebaran

data pemerintah belum rata dan juga rentang dari datanya tergolong tinggi. Data media menyatakan nilai *mean* berjumlah 0,83 mendekati nilai maksimum, sehingga perusahaan memiliki tingkat keterlibatan media masa yang rendah. Standar Deviasi media senilai 0,377, lebih rendah dari *mean*. Disimpulkan bahwa sebaran datanya sudah rata dan rentangnya termasuk rendah.

Berdasarkan Tabel 2, data masyarakat lokal memperlihatkan nilai *mean* berjumlah 0,65 cenderung mengarah pada nilai maksimumnya sehingga tingkat keterlibatan masyarakat lokal rendah. Standar Deviasinya senilai 0,479 di bawah dari nilai *mean*-nya, sehingga sebaran datanya sudah merata dengan rentang data tergolong rendah. Data pemasok menerangkan bahwa nilai *mean*nya adalah 0,43 yang dekat dengan nilai maksimumnya, sehingga perusahaan memiliki tingkat keterlibatan pemasok yang rendah. Untuk 0,498 merupakan standar deviasinya dengan nilai itu lebih tinggi daripada *mean*nya. Artinya sebaran data belum rata dan rentang datanya tergolong tinggi.

Berdasarkan Tabel 2, data kelompok pecinta lingkungan memiliki *mean* yaitu 0,52 yang berada mendekati nilai maksimumnya sehingga perusahaan memiliki tingkat keterlibatan kelompok pecinta lingkungan yang tinggi. Nilai standar deviasi kelompok pecinta lingkungan sebesar 0,502 di bawah dari nilai *mean*nya. Tandanya sebaran datanya sudah rata dan rentang datanya tergolong rendah. Berdasarkan Tabel 2, data kelompok kepentingan khusus memiliki nilai *mean* sejumlah 0,67 yang cenderung berada dekat dengan nilai maksimumnya sehingga perusahaan memiliki tingkat keterlibatan kelompok kepentingan khusus yang tinggi. Nilai standar deviasi kelompok kepentingan khusus sebesar 0,473 berada di bawah nilai *mean*nya. Dari pernyataan tersebut menyimpulkan bahwa sebaran datanya sudah rata dan rentangnya tergolong rendah.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas setelah outlier

	Kolmogorov-Smirnov Z	Unstandardized Residual
N		106
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,067 ^c

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,067. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data sampel setelah *outlier* dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pemegang Saham	0,711	1,407
Karyawan	0,773	1,294
Konsumen	0,593	1,686
Pemerintah	0,775	1,290
Media Masa	0,795	1,258
Masyarakat Lokal	0,414	2,417
Pemasok	0,715	1,399
Kelompok Pecinta Lingkungan	0,558	1,792
Kelompok Kepentingan Khusus	0,873	1,146

Sumber: Data Penelitian, 2021

Data diolah menggunakan SPSS dan menjelaskan bahwa tidak adanya saling berkorelasi antara variabel bebas dalam model regresinya. Selain itu nilai VIF dari masing-masing variabel bebasnya kurang dari 10 dan juga *tolerance* ada pada angka di atas 0,10 (10%). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan di dalam model regresi antara variabel bebasnya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,291 ^a	0,085	-0,001	0,0112367

Sumber: Data Penelitian, 2021

Nilai *Chi Square*_{tabel} dengan *Degree of freedom* (Df) 8 dan level signifikansi 5% adalah 15,507. Oleh karena *Chi Square*_{hitung} < *Chi Square*_{tabel} (9,01 < 15,507), maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam data penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi menggunakan Run-test

	Unstandadizeds Residual
Test Value ^a	0,01100
Casses < Test Vallue	53
Casses >= Test Vallue	53
Total Casses	106
Numbbber of Runs	48
Z,	-1,171
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,242

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan uji *Run-Test* pada Tabel 6, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan nilai 0,242. Nilai tersebut bernilai lebih besar dari 0,05 sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier

Model		Unstandardizeds		Standardizeds	t	Sig.
		Coefficient	Std. Error	Coefficient		
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,093	0,048		1,936	0,056
	Pemegang Saham	0,278	0,081	0,320	3,445	0,001
	Karyawan	-0,006	0,009	-0,067	-0,680	0,498
	Konsumen	-0,044	0,021	-0,201	-2,090	0,039
	Pemerintah	0,035	0,021	0,162	1,670	0,098
	Media Masa	-0,100	0,026	-0,347	-3,778	0,000
	Masyarakat Lokal	0,037	0,022	0,164	1,695	0,093
	Pemasok	0,031	0,021	0,143	1,478	0,142
	Kelompok Pecinta	0,044	0,021	0,203	2,111	0,037
	Lingkungan					
	Kelompok					
	Kepentingan Khusus	0,020	0,022	0,088	0,906	0,367

Sumber: Data Penelitian, 2021

Tabel 7, menjelaskan nilai signifikansi pada variabel X_1 bernilai $0,001 < 0,05$ sedangkan t_{hitung} sejumlah $3,445 > t_{tabel}$ sebesar 1,98498. Hal tersebut mengindikasikan bahwa H_{1a} diterima. Nilai koefisien positif sebesar 0,278 sehingga pemegang saham berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan *sustainability report*. Nilai signifikan dari variabel X_2 sejumlah 0,498

$> 0,05$, t_{hitung} nya berjumlah $-0,680 < t_{tabel}$ sebesar $1,98498$, sehingga H_{1b} ditolak. Nilai koefisien negatif sebesar $-0,006$ sehingga kepentingan karyawan tidak ada pengaruh signifikan dengan pengungkapan *sustainability report*. Nilai dari X_3 adalah $0,039 < 0,05$ dan t_{hitung} nya adalah $-2,090 > t_{tabel}$ sebesar $1,98498$. Hal tersebut mengindikasikan bahwa H_{1c} diterima. Nilai koefisien negatif sebesar $-0,044$ sehingga kepentingan konsumen berpengaruh negative dan signifikan pada pengungkapan *sustainability report*.

Tabel 7, menjelaskan nilai dari X_4 sejumlah $0,098 > 0,05$ dengan t_{hitung} sejumlah $1,670 < t_{tabel}$ sebesar $1,984$. Hal tersebut mengindikasikan bahwa H_{1d} ditolak. Nilai koefisien positif sebesar $0,035$ sehingga hasil ini mempunyai arti bahwa kepentingan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Variabel X_5 memiliki nilai signifikan berjumlah $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} nya $-3,778 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ ini mengindikasikan bahwa H_{1e} diterima. Nilai koefisien negatif sebesar $-0,100$ sehingga kepentingan media berpengaruh negatif dan signifikan pada pengungkapan *sustainability report*. Variabel X_6 mempunyai nilai signifikan $0,093 > 0,05$ dan t_{hitung} sejumlah $1,695 < t_{tabel}$ sebesar $1,984$. Sehingga H_{1f} ditolak. Nilai koefisien positif sebesar $0,037$ sehingga kepentingan masyarakat lokal tidak memberikan pengaruh signifikan pada pengungkapan *sustainability report*.

Tabel 7, menjelaskan bahwa nilai signifikan yang diperoleh X_7 sebanyak $0,142 > 0,05$ dan t_{hitung} sebanyak $1,478 < t_{tabel}$ sebesar $1,98498$, sehingga H_{1g} ditolak. Nilai koefisien positif sebesar $0,031$ oleh karenanya kepentingan pemasok tidak memberikan pengaruh signifikan pada pengungkapan *sustainability report*. Nilai signifikan X_8 sejumlah $0,037 < 0,05$ dan t_{hitung} sebanyak $2,111 > t_{tabel}$ sebesar $1,98498$, oleh karenanya H_{1h} diterima. Nilai koefisien positif sebesar $0,044$ sehingga kepentingan kelompok pecinta lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada pengungkapan *sustainability report*. Variabel X_9 mempunyai nilai signifikan sejumlah $0,367 > 0,05$ dan t_{hitung} sejumlah $0,906 < t_{tabel}$ sebesar $1,98498$, oleh karenanya H_{1i} ditolak. Nilai koefisien positif $0,020$ sehingga kelompok kepentingan khusus tidak punya pengaruh signifikan pada pengungkapan *sustainability report*.

Tabel 8. Hasil Analisis Perbedaan antara *Salience Stakeholders* Antar Sektor Berdasarkan Klasifikasi Sektor di Bursa Efek Indonesia

Stakeholder	Rata-Rata	F	Sig.
OWN	1,740	0,383	0,683
EMP_Ln	79,962	26,468	0,000
CON	13,860	3,153	0,079
GOV	1,347	0,298	0,586
MED	16,650	3,810	0,054
LCOM	1,561	0,346	0,558
SUP	3,283	0,730	0,395
ENV	10,465	2,363	0,127
SIG	32,904	7,809	0,006

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan Tabel 8, hasil analisis Uji ANOVA *Two Ways* menunjukkan hasil perbedaan antar sektor dalam ketentuan *stakeholder*, yaitu untuk nilai signifikansi yang lebih dari taraf nyata ($> 0,05$). Hal ini berarti bahwa tidak ada

perbedaan atas pengaruh variabel bebas terhadap pengungkapan *sustainability report* antar sektor menurut klasifikasi sektor Bursa Efek Indonesia begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi berada pada nilai kurang dari taraf nyata ($< 0,05$). Hal ini berarti bahwa ada perbedaan pengaruh variabel bebas terhadap pengungkapan *sustainability report* antar sektor menurut klasifikasi sektor Bursa Efek Indonesia, yang artinya menyimpulkan bahwa H_2 diterima

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan pemegang saham dan kelompok pecinta lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada luas pengungkapan *sustainability report* karena memiliki atribut *power*, legitimasi, dan urgensi sehingga semakin besar tekanan yang diperoleh dari *stakeholder* tersebut akan semakin meningkatkan kuantitas pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan konsumen serta media masa yang memiliki atribut legitimasi dan *power* berpengaruh negatif dan signifikan pada luas pengungkapan *sustainability report* sehingga semakin tinggi tekanan dari kedua *stakeholder* tersebut akan mengurangi kuantitas pengungkapan *sustainability report*. Hasil uji ANOVA *Two Way* menunjukkan tidak ada perbedaan antara variabel pemegang saham, kelompok pecinta lingkungan yang berpengaruh positif dan konsumen, media masa yang berpengaruh negatif dalam pengungkapan *sustainability report* tiap perusahaan berdasarkan klasifikasi sektor di Bursa Efek Indonesia. Pemenuhan kebutuhan informasi yang tepat sasaran bagi *stakeholder* akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk menciptakan perusahaan yang berkelanjutan.

Penelitian ini hanya menggunakan pemegang saham, karyawan, konsumen, pemerintah, media masa, masyarakat lokal, pemasok, kelompok pecinta lingkungan, dan kelompok kepentingan khusus dalam menentukan luas pengungkapan *sustainability report*. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan mengambil kelompok *stakeholder* lainnya, periode yang diperpanjang, cara pengukuran variabel yang berbeda, maupun literatur terkait *salience stakeholder theory* lain agar hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih baik.

REFERENSI

- A.P, W. P., & Hardiningsih, P. (2015). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan media Eksplosure Terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 136-151.
- ACCA. (2013). The Business Benefits of Sustainability Reporting in Singapore. In *The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)* (Issue January). <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/other-PDFs/sustainability-roundtable.pdf>
- Akrout, M. M., & Othman, H. Ben. (2013). A Study of the Determinants of Corporate Environmental Disclosure in MENA Emerging Markets. *Journal of Reviews on Global Economics*, 2, 46-59. <https://doi.org/10.6000/1929-7092.2013.02.5>
- Alfaiz, D. R., & Aryati, T. (2019). Pengaruh Tekanan Stakeholder dan Kinerja Keuangan terhadap Kualitas Sustainability Report dengan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 112-130.

- Betts, T. K., Wiengarten, F., & Tadisina, S. K. (2015). Exploring the impact of stakeholder pressure on environmental management strategies at the plant level: What does industry have to do with it? *Journal of Cleaner Production*, 92, 282–294. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.002>
- Bradford, M., Earp, J. B., & Williams, P. F. (2017). Understanding sustainability for socially responsible investing and reporting. *Journal of Capital Markets Studies*, 1(1), 10–35. <https://doi.org/10.1108/jcms-10-2017-005>
- Dewi, K. E. C., & Sudana, I. P. (2015). Sustainability Reporting Dan Profitabilitas (Studi Pada Pemenang Indonesian Sustainability Reporting Awards). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 10(1), 1–7.
- Dissanayake, D., Tilt, C., & Xydias-Lobo, M. (2016). Sustainability reporting by publicly listed companies in Sri Lanka. *Journal of Cleaner Production*, 129, 169–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.086>
- Elkington, J. (1997). John Elkington, Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. *Journal of Business Ethics*, 23(2), 229–231. <https://doi.org/10.1023/A:1006129603978>
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014a). Effect of Stakeholders' Pressure on Transparency of Sustainability Reports within the GRI Framework. *Journal of Business Ethics*, 122(1), 53–63. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1748-5>
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (1984). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*, January. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Gunawan, J. (2015). Corporate social disclosures in Indonesia: stakeholders' influence and motivation. *Emerald Publishing Limited*, 11(3), 535–552. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2014-0048>
- Hamudiana, A., & Achmad, T. (2017). Pengaruh Tekanan Stakeholder Terhadap Transparansi Laporan Keberlanjutan Perusahaan-Perusahaan Di Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 1–11.
- Huang, C.-L., & Kung, F.-H. (2010). Drivers of Environmental Disclosure and Stakeholder Expectation: Evidence from Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 96(3), 435–451. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0476-3>
- Lähdesmäki, M., & Suutari, T. (2012). Keeping at Arm's Length or Searching for Social Proximity? Corporate Social Responsibility as a Reciprocal Process Between Small Businesses and the Local Community. *Journal of Business Ethics*, 108(4), 481–493. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1104-6>
- Langrafe, T. de F., Barakat, S. R., Stocker, F., & Boaventura, J. M. G. (2020). A stakeholder theory approach to creating value in higher education institutions. *Emerald Publishing Limited*. <https://doi.org/10.1108/BL-03-2020-0021>
- Li, D., Lin, H., & Yang, Y. W. (2016). Does the stakeholders-corporate social responsibility (CSR) relationship exist in emerging countries? Evidence from China. *Emerald Publishing Limited*, 12(1).
- Maimunah, I., Noormi, A. S., & Roziyah, M. R. (2015). Community as stakeholder of the corporate social responsibility programme in Malaysia: outcomes in community development. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 109–130. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2013-0053>

- Man, C. K. (2015). *International Perspectives*: The impact of Corporate Sustainability Disclosure Decision , Disclosure Quality , Disclosure Quantity , Disclosure Index on Financial Analyst Following , Forecast Accuracy and Forecast Dispersion: Evidence from Financial Time. 3.
- Maon, F., Lindgreen, A., & Swaen, V. (2009). Designing and Implementing Corporate Social Responsibility: An Integrative Framework Grounded in Theory and Practice. *Journal of Business Ethics*, 87(1), 71–89. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9804-2>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853–886.
- Pramudita, A. P., & Dwiyanto, B. M. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok Dan Pembeli Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Skala Mikro Penyedia Makanan Dan Minuman Di Kawasan Undip Tembalang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–14.
- Rudyanto, A., & Siregar, S. V. (2018). The effect of stakeholder pressure and corporate governance on the sustainability report quality. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(2), 233–249. <https://doi.org/10.1108/IJOES-05-2017-0071>
- Safitri, D. (2019). *Ekolabel Dalam Kajian Pembangunan Berkelanjutan* (1st ed.). Pustaka Mandiri.
- Sejati, B. P., & Prastiwi, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Dan Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(1), 195–206.
- Şener, İ., Varoğlu, A., & Karapolatgil, A. A. (2016). Sustainability Reports Disclosures: Who are the Most Salient Stakeholders? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 84–92. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.028>
- Simbolon, J., & Sueb, M. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1411, 1–30.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sun, L., & Yu, T. R. (2015). The impact of corporate social responsibility on employee performance and cost. *Review of Accounting and Finance*, 14(3), 262–284. <https://doi.org/10.1108/RAF-03-2014-0025>
- Sweeney, L., & Coughlan, J. (2008). Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 113–124. <https://doi.org/10.1080/13527260701856657>
- Wahyutama, N. R. I. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Artikel Ilmiah Mahasiswa 2016 Universitas Jember*, 1–8.