

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, isu keberlanjutan telah menjadi fokus utama dalam dunia bisnis. Perubahan iklim, ketimpangan sosial, dan tuntutan transparansi mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Environmental, Social, and Governance/ESG*). Organisasi internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan *Global Reporting Initiative* (GRI) telah menetapkan kerangka kerja untuk mendorong praktik bisnis berkelanjutan.

Di tingkat regional, pasar modal asia telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengungkapan *sustainability reporting*. Negara seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand sudah mewajibkan perusahaan terbuka untuk mengungkapkan laporan berkelanjutan. Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak tahun 2020 telah mendorong perusahaan tercatat untuk menerapkan praktik ESG melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 51/PJOK.03/2017 tentang Penerapan Keberlanjutan bagi Emiten dan Perusahaan Publik.

Tetapi, pengungkapan *sustainability report* di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary*), yang menyebabkan jumlah perusahaan yang melaksanakannya terbilang relatif sedikit tercermin dari kualitas laporan yang diungkapkan. Banyaknya perusahaan yang belum memiliki kesadaran dalam mengungkapkan *sustainability report* dapat dikaitkan dengan tata kelola perusahaan yang sedang dijalankan. Beberapa perusahaan besar seperti Unilever Indonesia dan Telkom Group telah rutin menerbitkan laporan berkelanjutan dengan standar internasional, sementara perusahaan kecil atau sektor tertentu masih terbatas dalam pengungkapannya.

Isu rusaknya ekosistem serta lingkungan masih sering terjadi yang mana diakibatkan dari kegiatan operasional perusahaan. Melalui era globalisasi yang

berkembang ini, fokus perusahaan harus tertuju kepada konsep *Triple bottom line* (3P) yaitu “*Profit, People, Planet*”. *Sustainability report* yaitu termasuk salah satu diantara bentuk agar bisa terwujudnya konsep 3P “*Profit, People, Planet*” yakni laporan yang berupa kinerja ekonomi, kinerja sosial, serta kinerja lingkungan (Wartabone, Yusuf, & Panigoro, 2023).

Contoh kasus pada PT. Kimu Sukses Abadi (KSA) yang merupakan sebuah perusahaan manufaktur di Kabupaten Bekasi, di mana telah ditemukan melakukan enam pelanggaran terkait pengelolaan lingkungan. Pelanggaran tersebut meliputi pembuangan limbah cair yang mencemari drainase masyarakat dan Kali Sadang, penyimpanan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3) yang tidak sesuai dengan ketentuan, serta belum memiliki dokumen lingkungan dan persetujuan teknis terkait pengelolaan limbah. Pelanggaran ini menunjukkan kurangnya kepatuhan terhadap regulasi lingkungan yang berlaku dan berpotensi merusak ekosistem sekitar serta merugikan masyarakat (Diskominfosantik, 2022). Kasus ini menekankan pentingnya pengungkapan tanggung jawab lingkungan dalam operasional perusahaan, baik untuk keberlanjutan usaha maupun reputasi perusahaan, terutama pada sektor industri yang berdampak besar terhadap lingkungan.

Kasus selanjutnya tentang limbah dari PT Industri Gula Glenmore yang mencemari Sungai Glenmore yang mengalir ke pesisir selatan Banyuwangi, Jawa Timur. Limbah itu diduga menyebabkan ribuan ikan mati dan gatal-gatal pada warga yang melakukan aktivitas MCK serta tidak bersihnya air untuk mencuci di sepanjang sungai Glenmore (Laksmi & Sisdyani, 2024). Kasus lain yang juga bencana lingkungan ketika *rig* pengeboran minyak lepas pantai Deepwater Horizon di Teluk Meksiko meledak. Akibat ledakan *rig* pengeboran minyak yang terletak 60 kilometer dari pesisir Louisiana, AS ini minyak mentah dalam jumlah besar mencemari perairan tersebut. Selain itu, ledakan tersebut mengakibatkan 11 orang pekerja tewas dan 17 lainnya terluka. Ledakan itu menyebabkan kobaran api yang membakar *rig* Deepwater Horizon (Laksmi & Sisdyani, 2024).

Reputasi perusahaan merupakan sumber daya internal tidak berwujud yang berhubungan dengan kualitas laporan keberlanjutan. Reputasi perusahaan adalah persepsi *stakeholder* terhadap perusahaan berdasarkan kinerjanya di masa lalu,

sekarang, dan mendatang dibandingkan dengan entitas lain yang direfleksikan dengan kapitalisasi pasar (Sehgal et al. dalam Ardhia dkk, 2024). Reputasi perusahaan sebagai aset tidak berwujud (*intangible asset*) menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan investor, konsumen, dan masyarakat. Perusahaan dengan reputasi baik cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi, akses pendanaan yang mudah, dan daya tahan lebih kuat dalam menghadapi krisis.

Reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis dan merupakan salah satu aset tidak berwujud yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan. Untuk membangun dan mempertahankan sikap positif reputasi, organisasi harus mempertimbangkan dengan cermat kinerja perusahaan dan perilaku yang dinilai oleh seluruh pemangku kepentingan (Agustina dkk, dalam Zahrani dkk, 2025). Menurut Fombrun, reputasi merupakan hal yang komprehensif gambaran kinerja perusahaan di masa lalu dan prospek masa depan, yang mencerminkan daya tarik perusahaan dalam berbagai aspek, terutama jika dibandingkan dengan perusahaan lain (Zahrani dkk, 2025).

Reputasi perusahaan dapat dilihat melalui persepsi para *stakeholders* terhadap respon perusahaan pada isu-isu atau fenomena-fenomena terkini serta kemampuannya dalam meningkatkan kinerja. Salah satu isu terkini yang sedang menjadi tren di dunia yaitu laporan keberlanjutan perusahaan (Aina & Sadikin, 2023). Tanggung jawab sosial perusahaan penting dalam membangun reputasi perusahaan, kepercayaan pada perusahaan baik dari pelanggan maupun mitra perusahaan (Sudirman & Ningrum, 2022).

Profil perusahaan seperti ukuran (*size*), umur (*age*), profitabilitas, dan visibilitas industri turut memengaruhi reputasi dan tingkat pengungkapan *sustainability report*. *Profile* Perusahaan adalah karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Perusahaan selanjutnya dibedakan menjadi perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* (Adawiyah dalam Laksmi & Sisdyani, 2024). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder* untuk memastikan bahwa perusahaan akan berjalan secara berkelanjutan. Hubungan tersebut dapat dijaga dengan pengungkapan tanggung jawab terhadap ekonomi,

sosial, lingkungan dan *stakeholder* yang tertuang dalam *sustainability report*. Citra baik perusahaan menjadi hal baik demi masa depan perusahaan (Adiatma & Suryanawa dalam Laksmi & Sisdyani, 2024).

Dalam penelitian Laksmi & Sisdyani (2024), menemukan bahwa perusahaan *high profile* (seperti *blur-chip companies*) cenderung lebih transparan dalam mengungkapkan aspek sosial dan ekonomi dibandingkan perusahaan *low profile*. Hal ini didukung oleh teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dengan eksposur tinggi lebih terdorong untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan. Pada penelitian Khoiriyah dkk, (2024) menunjukkan bahwa tata kelola berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan keberlanjutan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Chauhan et al dalam Khoiriyah dkk (2024), dimana dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tata kelola perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, yaitu dengan adanya transaksi mandiri (*self dealing*) oleh pemilik pengendali.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Arfito, Mukhzarudfa, & MZ, (2023) menunjukkan bahwa dimensi lingkungan dalam *sustainability report* tidak selalu berdampak signifikan pada kinerja keuangan, tetapi dimensi sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi perusahaan dalam mengungkapkan *sustainability report* tidak hanya untuk kepatuhan regulasi, tetapi juga untuk membangun legitimasi dan reputasi jangka panjang.

Penelitian oleh Tanjaya & Ratmono (2024), menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan kinerja sosial tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan, baik kinerja operasional, keuangan, maupun kinerja pasar dari perusahaan. Kinerja tata kelola memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja operasional perusahaan tetapi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, baik kinerja operasional, keuangan, maupun pasar perusahaan. Saran dari penelitian yang dilakukan oleh Tanjaya & Ratmono (2024), agar penelitian berikutnya dapat mengelompokkan objek indeks yang terdapat di Indonesia, contohnya perusahaan yang berindeks ESG *Quality 45 IDX KEHATI*.

Indeks ESG *Quality* 45 IDX KEHATI merupakan indeks yang berisikan 45 saham terbaik dari hasil penilaian kinerja keberlanjutan dan kualitas keuangan perusahaan serta memiliki likuiditas yang baik untuk bisa ditransaksikan sebagai indeks konstituen (Kehati, n.d.). Indeks ESGQ 45 IDX KEHATI merupakan indeks yang berisikan 45 saham terbaik dari hasil penilaian kinerja ESG dan kualitas keuangan perusahaan serta memiliki likuiditas yang baik (IDX, 2021). ESQ *Quality* 45 IDX KEHATI adalah indeks yang diluncurkan sebagai bentuk kerja sama antara BEI atau Bursa Efek Indonesia dengan Yayasan KEHATI atau Keanekaragaman Hayati Indonesia. Indeks ini diterbitkan pada tanggal 20 Desember 2021 dan menjadi pelengkap dari indeks SRI-KEHATI (Hadijah, 2023).

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan yang masuk dalam indeks ESGQ 45 IDX Kehati

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk
2	ANTM	PT. Aneka Tambang Tbk
3	ASII	PT. Astra International Tbk
4	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk
5	AVIA	PT. Avia Avian Tbk
6	BBCA	PT. Bank Central Asia Tbk
7	BBNI	PT. Bank Negara Indonesia Tbk
8	BBRI	PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk
9	BBTN	PT. Bank Tabungan Negara Tbk
10	BIRD	PT. Blue Bird Tbk
11	BJBR	PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk
12	BJTM	PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
13	BMRI	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk
14	BTPS	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Tbk
15	CTRA	PT. Ciputra Development Tbk
16	DRMA	PT. Dharma Polimetal Tbk
17	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk
18	EMTK	PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk
19	EXCL	PT. XLSMART Telecom Sejahtera Tbk
20	HEAL	PT. Medikaloka Hermina Tbk
21	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
22	INCO	PT. Vale Indonesia Tbk
23	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
24	INTP	PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
25	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk
26	JSMR	PT. Jasa Marga (Persero) Tbk
27	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
28	MPMX	PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk
29	MTEL	PT. Dayamitra Telekomunikasi Tbk
30	PGEO	PT. Pertamina Geothermal Energy Tbk
31	PNBN	PT. Bank Pan Indonesia Tbk
32	POWR	PT. Cikarang Litrindo Tbk
33	PRDA	PT. Prodia Widyahusada Tbk
34	PWON	PT. Pakuwon Jati Tbk
35	SCMA	PT. Surya Citra Media Tbk
36	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
37	SILO	PT. Siloam International Hospitals Tbk
38	SMGR	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk
39	SMSM	PT. Selamat Sempurna Tbk
40	SSMS	PT. Sawit Sumbermas Sarana Tbk
41	TAPG	PT. Triputra Agro Persada Tbk
42	TBIG	PT. Tower Bersama Infrastructure Tbk
43	TLKM	PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk
44	UNTR	PT. United Tractors Tbk
45	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk

Sumber: (Kehati, n.d.)

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Laksmi, dkk (2024) dengan judul *Profil Perusahaan dan Sustainability Disclosure* Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksmi, dkk (2024) adalah terletak pada sampel dan data serta adanya penambahan variabel dependen yaitu reputasi perusahaan. pada penelitian Laksmi, dkk (2024) sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar dalam BEI tahun 2018-2020 yang menerbitkan *sustainability report* sedangkan pada penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan Indeks ESG *Quality* 45 IDX KEHATI yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk tahun yang mengambil sampel perusahaan, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah 3 (tiga) tahun yaitu 2022-2024.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut dan hasil beberapa penelitian terdahulu yang beragam dan tidak konsisten maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Profil Perusahaan dan Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Reputasi Perusahaan yang Berindeks ESG *Quality* 45 IDX KEHATI Periode 2022-2024”. Dengan tujuan untuk melihat apakah profil

perusahaan dan pengungkapan *sustainability report* akan memberikan dampak terhadap reputasi perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditetapkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profil perusahaan terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI?
2. Bagaimana pengaruh pengungkapan *sustainability report* dimensi ekonomi terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI?
3. Bagaimana pengaruh pengungkapan *sustainability report* dimensi lingkungan terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI?
4. Bagaimana pengaruh pengungkapan *sustainability report* dimensi sosial terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI?
5. Bagaimana pengaruh profil perusahaan dan pengungkapan *sustainability report* dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial secara simultan terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profil perusahaan terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *sustainability report* dimensi ekonomi terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *sustainability report* dimensi lingkungan terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI.

4. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *sustainability report* dimensi sosial terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI.
5. Untuk mengetahui pengaruh simultan profil perusahaan, dan pengungkapan *sustainability report* dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap reputasi perusahaan yang berindeks ESGQ 45 IDX KEHATI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menyediakan bukti empiris tentang hubungan antara profil perusahaan, pengungkapan *sustainability report*, dan reputasi perusahaan. Serta berkontribusi pada literatur mengenai akuntansi keberlanjutan dan reputasi perusahaan di pasar modal.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai bagaimana profil perusahaan dan pengungkapan *sustainability report* dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun citra dan reputasi perusahaan yang baik dan positif. Serta pengetahuan tentang pentingnya pengelolaan profil perusahaan dan penyusunan *sustainability report* untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

- b. Bagi Investor dan Pemangku Kepentingan Lainnya

Penelitian ini diharapkan membantu investor memahami pentingnya profil perusahaan dan *sustainability report* dalam mempengaruhi reputasi perusahaan, sehingga para investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi. Penelitian ini diharapkan juga menjadi acuan bagi masyarakat dalam menilai tingkat tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan berdasarkan profil perusahaan dan laporan keberlanjutan perusahaan.

c. Bagi Regulator

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meningkatkan regulasi terkait pelaporan keberlanjutan dan transparansi perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada variabel independen, yaitu profil perusahaan, dan *sustainability report* dengan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan, dan variabel dependen yang berupa reputasi perusahaan. Selain itu, penulis juga membatasi objek penelitian, yaitu perusahaan dengan Indeks ESG *Quality* 45 IDX KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024.

