

PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN LAPORAN KEBERLANJUTAN (*SUSTAINABILITY REPORT*) PERUSAHAAN: BUKTI DARI PASAR MODAL INDONESIA

Mushawir Rosyidi
Nur Azizah

Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor
Mushawir.rosyidi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh strategi bisnis terhadap tingkat pengungkapan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan. Strategi bisnis dalam penelitian ini menggunakan strategi *prospector* dan strategi *defender*. Pengukuran *sustainability report* perusahaan didasarkan pada kategori *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) yang dilihat pada *sustainability report* perusahaan. Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2007-2015. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *prospector*, *defender* dan *analyzer* berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report* perusahaan. Sedangkan strategi *reactor* tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report* perusahaan. Hal ini menandakan bahwa strategi *prospector*, *defender*, dan *analyzer* akan mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report* perusahaan. Artinya perusahaan cenderung untuk melakukan investasi jangka pendek daripada investasi jangka panjang seperti pengungkapan *sustainability report* yang membutuhkan biaya yang banyak dan waktu yang lama. Sedangkan strategi *reactor* lebih cenderung untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan yang buruk sehingga tidak melakukan pengungkapan *sustainability report*.

Kata kunci: *analyzer*, *defender*, *prospector*, *reactor*, tingkat pengungkapan *sustainability report*.

Pendahuluan

Semakin banyak perusahaan dan organisasi lain yang ingin membuat operasional mereka berkelanjutan. Selain itu, harapan bahwa keuntungan yang diperoleh dalam jangka panjang harus selaras dengan keadilan sosial dan melindungi lingkungan menjadi semakin penting. Harapan-harapan ini semakin meningkat dan intensif sejalan dengan kebutuhan untuk mencapai ekonomi yang benar-benar berkelanjutan dipahami oleh perusahaan serta para pemodal, pelanggan dan pemangku kepentingan organisasi. Oleh karena itu, penting dan besarnya risiko terkait dengan *sustainability* mendorong perlu ditemukannya pilihan metode-metode pengendalian baru terutama untuk menciptakan transparansi mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial bagi para pemangku kepentingan (GRI, 2006).

Perusahaan mulai menyadari bahwa untuk mengungkapkan sebuah laporan tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja. Menurut Elkington bisnis tidak hanya mencari keuntungan (*profit*), tetapi juga bertanggung jawab kepada masyarakat (*people*), dan bumi (*planet*). Ketiga hal tersebut dikenal dengan *Triple-P Bottom Line* yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi lingkungan, yang kemudian disebut *sustainability report* (Ahmad, 2014). Dalam mendukung harapan ini, diperlukan sebuah kerangka konsep global dengan bahasa yang konsisten dan dapat diukur dengan tujuan agar lebih jelas dan mudah di pahami. Konsep inilah yang kemudian dikenal dengan sebutan laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

Sustainability report sangat diperlukan oleh *stakeholders* termasuk masyarakat untuk mengetahui segala bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan terkait dengan meningkatnya isu kerusakan alam, polusi udara dan limbah yang terjadi akibat dari aktivitas perusahaan. Hal ini mengingat banyaknya kasus yang terjadi di Indonesia yang terkait dengan lingkungan, seperti banjir lumpur panas di Sidoarjo karena PT. Lapindo Brantas Inc dan pencemaran teluk Buyat di Minahasa Selatan karena PT. Newmont Minahasa Raya (Sari, 2013). Kejadian tersebut menjadi bukti bahwa perusahaan kurang memperhatikan dampak yang akan ditimbulkan dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan hanya berorientasi pada maksimalisasi laba dan mengabaikan dampak lingkungan dan sosial. Saat ini paradigma bahwa perusahaan melalui kegiatan bisnis berusaha mencari keuntungan semata sudah usang. Perusahaan terkait harus bertanggung jawab atas kerugian yang diperoleh oleh masyarakat karena dampak dari kejadian tersebut. Perusahaan dapat melaporkan tanggung jawab yang telah dilakukan dalam sebuah laporan keberlanjutan atau *sustainability report*.

Isu mengenai *sustainable development* berkembang dengan pesat seiring dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*. *The Global Reporting Initiative* (GRI) yang berlokasi di Belanda dan pemegang otoritas lain di dunia, berusaha mengembangkan "*framework for sustainability reporting*", dan versi terakhir dari pedoman pelaporan yang telah dihasilkan dinamakan G3 *Guidelines* (Dilling, 2009). Semakin lama jumlah organisasi-organisasi maupun perusahaan-perusahaan global yang mengadopsi G3 *Guidelines* semakin meningkat.

Menurut GRI, *Sustainability report* adalah praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. *Sustainability report* harus dapat menggambarkan sebuah laporan mengenai dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dan laporan tersebut harus sesuai dengan kerangka pelaporan yang disusun oleh GRI. GRI (2006:3) menjelaskan bahwa laporan keberlanjutan (*sustainability*) kian menjadi tren dan kebutuhan bagi perusahaan progresif untuk menginformasikan perihal kinerja ekonomi, sosial dan lingkungannya sekaligus sebagai praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan keberlanjutan kepada seluruh pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal.

Publikasi *sustainability report* berdasarkan GRI telah diwajibkan (*mandatory*) di Amerika dan Eropa. Di Amerika Serikat, *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones*

Sustainability Index (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability*. Di Inggris, *London Stock Exchange* memiliki *Socially Responsible Investment Index* (SRII) bagi perusahaan yang melakukan praktek *sustainability reporting*. Namun demikian, pelaporan *sustainability report* di berbagai negara masih bersifat sukarela (Fahriza, 2014).

Di Indonesia, publikasi *sustainability report* masih bersifat *voluntary* karena tidak terdapat standar baku yang mengaturnya (Suaryana, 2010). Utama (2006) mengungkapkan bahwa walaupun pengungkapan *sustainability report* masih bersifat sukarela, minat dan prioritas perusahaan untuk mempublikasikan *sustainability report* tidak berkurang dikarenakan peraturan tentang lingkungan meningkat di banyak negara yang diperkirakan akan semakin ketat. Selain itu, perusahaan dituntut untuk memberikan informasi yang transparan, akuntabel, serta praktik tata kelola perusahaan yang baik. Salah satu contoh informasi tersebut adalah informasi mengenai sosial dan lingkungan.

Pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74 ayat 1, dalam Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa, “Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 (b) menyatakan bahwa, “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab perusahaan”. Dalam peraturan-peraturan tersebut menerangkan apabila perseroan tidak melaksanakan kewajiban, akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan sudah diwajibkan pemerintah Indonesia. Oleh karena itu, undang-undang tersebut menjadi salah satu dorongan perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, kemudian melaporkannya dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

Sejak tahun 2005 Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) menyelenggarakan Indonesia Sustainability Report Award (ISRA), sebagai bentuk apresiasi terhadap perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan *sustainability report*. Dengan adanya ISRA ini diharapkan reputasi perusahaan-perusahaan yang menjadi pemenang penghargaan akan meningkat karena perusahaan-perusahaan tersebut terbukti telah melaksanakan pelaporan keuangan yang memperhatikan aspek social, ethical, dan environmental dengan baik. Selain itu diharapkan kepercayaan investor terhadap perusahaan-perusahaan yang meraih penghargaan akan meningkat (Budiman dan Supatmi, 2008).

Saat ini, mekanisme pelaporan keberlanjutan mempunyai beragam fungsi. Jenia (2011) mengemukakan bahwa fungsi pelaporan keberlanjutan antara lain: bagi perusahaan, laporan keberlanjutan dapat berfungsi sebagai alat ukur pencapaian target kerja dalam isu *Triple Bottom Line* (TBL). Bagi investor, pelaporan keberlanjutan berfungsi sebagai alat kontrol atas capaian kinerja perusahaan sekaligus sebagai media pertimbangan investor dalam mengalokasikan sumber daya finansialnya terutama dalam lingkup *sustainable and responsible investment* (SRI). Sementara bagi pemangku kepentingan lainnya (media, pemerintah, konsumen, akademis dan lain-lain) laporan

keberlanjutan menjadi tolak ukur untuk menilai kesungguhan komitmen perusahaan terhadap pembangunan keberlanjutan.

Pengungkapan *sustainability report* dipengaruhi oleh tingkat kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan salah satunya dapat dilihat dari tingkat *profitabilitas* yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas*, maka semakin rinci informasi yang diberikan manajer dalam memberikan informasi kepada para *stakeholder*. *Profitabilitas* merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan *fleksibilitas* kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan informasi sukarela terkait lingkungan dan sosial secara luas. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan, maka akan semakin banyak pula pengungkapan informasi sosial (Munif, 2010). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Dilling (2009) menyatakan bahwa laporan keberlanjutan (*sustainability report*) memiliki hubungan positif secara signifikan terhadap *profit margin* dan pertumbuhan jangka panjang. Selain itu, Suryono dan Prastiwi (2011) juga menemukan hubungan positif antara *profitabilitas* dengan inisiatif manajer dalam mengungkapkan *sustainability report*. Berbeda dengan penelitian Dilling (2009) dan Suryono dan Prastiwi (2011), penelitian yang dilakukan Sari (2013) dan Fahriza (2014) menemukan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Selain pengungkapan *sustainability report*, strategi bisnis juga sangat dibutuhkan oleh perusahaan. Thompson dan Strickland (2003) dalam Suhartati dan Rosietta (2012) mengemukakan bahwa penerapan strategi khususnya pada level bisnis merupakan pekerjaan yang memerlukan tantangan besar karena sering kali penerapan strategi bisnis ini tidak mampu mengimbangi pencapaian sasaran yang diharapkan. Penerapan strategi bisnis merupakan tugas penting bagi manajerial dalam mencapai kesuksesan organisasi. Tugas manajerial dalam menerapkan dan melaksanakan pilihan strategi ini memerlukan yang akan mengembangkan kebutuhan kemampuan organisasi dan pencapaian sasaran yang ditargetkan. Strategi organisasi diartikan sebagai pola keputusan yang berhubungan dengan hal-hal penting yang digunakan sebagai pedoman bagi organisasi dalam menghadapi lingkungannya, mempengaruhi internal organisasi baik struktur maupun proses, dan mempengaruhi kinerja organisasi.

Tipe strateg dibagi menjadi empat, yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactors*. Dalam *product life cycle theory*, strategi *prospector* berada pada fase pertumbuhan dan strategi *defender* berada dalam fase kematangan. Perusahaan dengan strategi *prospector* memiliki karakter inovasi produk-produk baru, variasi dan diversifikasi produk Miles dan Snow). Karakter lain dari perusahaan *prospector* adalah pengejaran pertumbuhan penjualan dan peningkatan pangsa pasar. Berbeda dengan strategi *prospector*, strategi *defender* menekankan pada efisiensi biaya yang ketat sehingga lebih rendah dari pesaingnya. Ittner *et al.* (1997) mengemukakan bahwa strategi *defender* lebih menekankan pada informasi-informasi keuangan dari pada non-keuangan. Andrews *et al.* (2006) dan Woodside *et al.* (1999) mengemukakan bahwa perusahaan *prospector* dicirikan sebagai organisasi yang tanggap dan inovatif yang mengembangkan produk, proses baru dan mengambil risiko. Berbagai bukti empiris pada organisasi publik dan swasta menunjukkan bahwa *prospector* berhubungan dengan tingkat tertinggi kinerja organisasi.

Defender sebaliknya, mereka dicirikan sebagai konservatif dengan cara pandang mereka, pengadopsi akhir dari inovasi, hanya setelah inovasi tersebut telah dicoba dan diuji di tempat lain, dan berfokus pada kegiatan inti. Bukti empiris dari organisasi masyarakat menunjukkan bahwa *defender* ini berfokus pada efisiensi berarti bahwa mereka terkait dengan rendahnya tingkat kinerja organisasi.

Mengemukakan bahwa strategi *analyzer* merupakan kombinasi dari *prospector* dan *defender* (Paylosa, 2008). Perusahaan beroperasi dalam dua tipe domain produk pasar yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Fokus utama perusahaan dalam kategori ini adalah di satu sisi meminimalisasi risiko karena pemanfaatan teknologi yang telah usang, sementara di sisi lain perusahaan berusaha meraih peluang untuk mendapatkan laba dengan jalan meniru inovasi produk dan jasa yang telah sukses. Sedangkan strategi *reactor* merupakan strategi perusahaan yang manajer puncaknya seringkali menerima perubahan dan ketidakpastian yang terjadi dalam lingkungan organisasinya, tetapi tidak meresponnya secara efektif sehingga tipe perusahaan seperti ini tidak memiliki strategi untuk senantiasa menyesuaikan teknologi informasinya dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Oleh karena itu, perusahaan tidak melakukan penyesuaian, kecuali jika tekanan lingkungan benar-benar kuat.

Beberapa penelitian telah dilakukan berkaitan dengan strategi *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactor*. Penelitian yang dilakukan Aulia (2010) menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan laba dan pertumbuhan penjualan perusahaan *prospector* lebih besar daripada perusahaan *defender* (signifikan pada level 0,01). Dalam penelitian Habbe dan Hartono (2001) menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan laba dan penjualan perusahaan bertipologi *prospector* dibanding dengan rata-rata pertumbuhan laba dan penjualan perusahaan bertipologi *defender* (keduanya signifikan pada level 1%). Dalam penelitian Croteau dan Bergeron (2001) menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan strategis *analyzer* cenderung menggunakan teknologi informasi mereka secara efektif, yang akan menyebabkan kinerja yang lebih tinggi. Sedangkan strategi *reactor* memiliki hubungan yang negatif terhadap kinerja perusahaan.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dilihat bahwa perusahaan yang berstrategi *prospector* memiliki tingkat *profitabilitas* yang lebih tinggi daripada perusahaan yang berstrategi *defender*. Strategi *analyzer* memiliki *profitabilitas* yang tinggi seperti halnya strategi *prospector* karena selain melakukan inovasi produk untuk memaksimalkan laba, strategi *analyzer* juga melakukan efisiensi untuk memaksimalkan risiko yang terjadi. Sedangkan strategi *reactor* memiliki tingkat *profitabilitas* yang rendah karena tidak dapat merespon dengan cepat terhadap perubahan lingkungan dan membuat strategi hanya kapan tekanan datang. Dengan demikian perusahaan *prospector* dan perusahaan *analyzer* cenderung akan lebih melakukan pengungkapan *sustainability report*. Selain itu untuk inovasi dan pengembangan produk yang membutuhkan dana yang besar, perusahaan *prospector* dan *analyzer* akan lebih berusaha menarik minat para *stakeholder* agar tetap berinvestasi di perusahaan mereka. Salah satu caranya yaitu dengan menunjukkan bahwa perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dengan mempublikasikan *sustainability report*. Sedangkan perusahaan *defender* yang melakukan penekanan biaya seefisien mungkin dan cenderung lebih memperhatikan laporan keuangan daripada non-keuangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perusahaan *defender* cenderung tidak melakukan pengungkapan *sustainability report* karena

biaya dan waktu yang dibutuhkan lebih banyak. Begitu juga dengan perusahaan *reactor* yang memiliki kinerja yang buruk bereaksi pada perubahan lingkungan dan membuat strategi yang menyesuaikan hanya kapan tekanan datang akan lebih cenderung untuk tidak melakukan pengungkapan *sustainability report*.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, secara tidak langsung terdapat hubungan antara strategi bisnis (*prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactor*) dengan *sustainability report*. Perusahaan *prospector* dan *analyzer* memiliki tingkat *profitabilitas* yang lebih tinggi daripada perusahaan *defender* dan *reactor*. Dan perusahaan yang memiliki *profitabilitas* yang tinggi, cenderung akan melakukan pengungkapan *sustainability report* yang lebih tinggi daripada yang perusahaan yang memiliki *profitabilitas* rendah. Dengan demikian kebaruan dari penelitian ini adalah peneliti mencoba untuk mengeksplorasi hubungan antara strategi bisnis terhadap pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan yang belum pernah dilakukan peneliti sebelumnya terutama pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di pasar modal Indonesia.

Interpretasi Hasil

Pengaruh Strategi *Prospector* terhadap Tingkat Pengungkapan *Sustainability Report*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan bertipologi *prospector* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report*. Artinya apabila perusahaan menerapkan strategi *prospector*, maka perusahaan tersebut akan cenderung mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report*nya, hal ini dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan arah yang negatif.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Sari (2013), dimana variabel *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Akan tetapi hasil penelitian ini menolak hasil penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) dan Aelia (2015) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Selain itu, penelitian ini tidak mendukung penelitian Fahriza (2014) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Fahriza (2014) beranggapan bahwa pengungkapan *sustainability report* secara lebih luas dilakukan hanya untuk menarik minat *stakeholders* (masyarakat dan investor) dalam rangka untuk meningkatkan *profitabilitas* perusahaan.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan yang diungkapkan Suryono dan Prastiwi (2011) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan identik dengan upaya-upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan adalah upaya untuk memperoleh dukungan dan mencari simpati para *stakeholder*-nya. Kinerja perusahaan yang baik, dapat dicerminkan melalui tingkat *profitabilitas* yang akan diperoleh dari waktu ke waktu.

Alasan lain tidak berpengaruhnya strategi *prospector* terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report* diduga karena perusahaan *prospector* yang berada pada fase pertumbuhan cenderung memiliki *profitabilitas* yang tinggi. Perusahaan yang berada pada fase pertumbuhan akan lebih mementingkan inovasi produk baru. Sehingga perusahaan *prospector* akan lebih memilih mengalokasikan *profit* tersebut untuk investasi atau riset produk baru daripada untuk membiayai pembuatan *sustainability report*.

Pengaruh Strategi *Defender* terhadap Tingkat Pengungkapan *Sustainability Report*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan bertipologi *defender* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report*. Artinya apabila perusahaan menerapkan strategi *defender*, maka perusahaan tersebut akan cenderung mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report*nya.

Sama halnya dengan strategi *prospector*, hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Sari (2013), dimana variabel *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Dan hasil penelitian ini menolak hasil penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) dan Aelia (2015) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Selain itu, penelitian ini juga tidak mendukung penelitian Fahriza (2014) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Fahriza (2014) beranggapan bahwa pengungkapan *sustainability report* secara lebih luas dilakukan hanya untuk menarik minat *stakeholders* (masyarakat dan investor) dalam rangka untuk meningkatkan *profitabilitas* perusahaan.

Alasan lain bahwa perusahaan *defender* yang berada pada fase kematangan cenderung melakukan penekanan pada aspek efisiensi biaya. Dalam melakukan pengungkapan *sustainability report* dibutuhkan biaya yang besar dan ditambah waktu yang dibutuhkan lebih panjang sehingga perusahaan *defender* lebih menekankan pada laporan keuangan daripada non-keuangan.

Pengaruh Strategi *Analyzer* terhadap Tingkat Pengungkapan *Sustainability Report*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan bertipologi *analyzer* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report*. Artinya apabila perusahaan menerapkan strategi *analyzer*, maka perusahaan tersebut akan cenderung mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report*nya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Sari (2013), dimana variabel *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Akan tetapi hasil penelitian ini menolak hasil penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) dan Aelia (2015) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan yang diungkapkan Suryono dan Prastiwi (2011) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan identik dengan upaya-upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan adalah upaya untuk memperoleh dukungan dan mencari simpati para *stakeholder*-nya. Kinerja perusahaan yang baik, dapat dicerminkan melalui tingkat *profitabilitas* yang akan diperoleh dari waktu ke waktu.

Alasan lain bahwa perusahaan *analyzer* yang berada diantara strategi *prospector* dan *defender* akan cenderung melakukan inovasi produk baru seperti *prospector* sekaligus melakukan penekanan pada aspek efisiensi biaya seperti halnya *defender*. Dalam melakukan pengungkapan *sustainability report* dibutuhkan biaya yang besar dan ditambah waktu yang dibutuhkan lebih panjang sehingga perusahaan *analyzer* cenderung akan mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report*nya..

Pengaruh Strategi *Reactor* terhadap Tingkat Pengungkapan *Sustainability Report*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan bertipologi *reactor* tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report*. Artinya perusahaan dengan strategi *reactor* apabila memiliki *profitabilitas* yang tinggi ataupun rendah tidak akan mempengaruhi tingkat pengungkapan *sustainability report*nya.

Penelitian ini mendukung penelitian Fahriza (2014) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Fahriza (2014) beranggapan bahwa pengungkapan *sustainability report* secara lebih luas dilakukan hanya untuk menarik minat *stakeholders* (masyarakat dan investor) dalam rangka untuk meningkatkan *profitabilitas* perusahaan. Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian Sari (2013), dimana variabel *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Akan tetapi hasil penelitian ini menolak hasil penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) dan Aelia (2015) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Alasan lain karena strategi *reactor* merupakan strategi yang paling buruk yang tidak bisa merespon lingkungan dengan cepat, sehingga perusahaan dengan strategi *reactor* akan lebih cenderung untuk melakukan perbaikan-perbaikan dari segi kinerja keuangan daripada melakukan pengungkapan *sustainability report* perusahaan.

Implikasi Hasil Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat membantu para investor dan *stakeholders* dalam menanamkan modalnya untuk tidak hanya mempertimbangkan dari segi *profit* saja melainkan juga melihat dari tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Secara praktis dengan adanya penelitian ini diharapkan kedepannya perusahaan akan lebih memperhatikan sosial dan lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi, sehingga perusahaan tidak hanya berfokus pada *profit* atau keuangan saja. Kedepannya perusahaan diharapkan melakukan pengungkapan *sustainability report* secara rutin setiap tahunnya. Jadi perusahaan tidak hanya mengungkapkan laporan keuangan saja melainkan melakukan pengungkapan meliputi ekonomi, sosial dan lingkungan sehingga tercipta keberlanjutan dari perusahaan itu sendiri.

Pada penelitian ini, strategi *prospector*, strategi *defender*, strategi *analyzer* dan strategi *reactor* berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report* yang berarti penerapan keempat strategi tersebut akan mengurangi tingkat pengungkapan dari *sustainability report* perusahaan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi *prospector* yang berada pada fase pertumbuhan yang lebih mementingkan inovasi produk baru akan lebih memilih untuk melakukan investasi jangka pendek untuk mendapatkan *return* jangka pendek seperti pengembangan produk barunya daripada melakukan investasi jangka panjang seperti pengungkapan *sustainability report*. Adapun untuk strategi *defender* yang berada pada fase kematangan yang lebih menekankan pada efisiensi biaya akan lebih memilih untuk berinvestasi jangka pendek daripada investasi jangka panjang seperti pengungkapan *sustainability report* yang membutuhkan biaya yang sangat besar dan membutuhkan waktu yang lama dalam pembuatannya. Untuk strategi *analyzer* yang berada diantara strategi *prospector* dan strategi *defender* dalam membuat inovasi produk baru akan membutuhkan biaya yang

besar, sedangkan disisi lain perusahaan dengan strategi *analyzer* akan berusaha untuk melakukan efisiensi biaya seperti halnya *defender*. Sehingga perusahaan dengan strategi *analyzer* akan memilih untuk mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report*nya. Begitu juga halnya dengan strategi *reactor* yang memiliki kinerja organisasi yang buruk akan lebih memilih untuk berusaha meningkatkan kinerja organisasinya daripada melakukan pengungkapan *sustainability report*.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa informasi *sustainability report* belum menjadi suatu daya tarik bagi *stakeholders* dan investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Sehingga dalam hal ini kebijakan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan tidak ditentukan dari tingkat pengungkapan *sustainability report* perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan karena di Indonesia pengungkapan *sustainability report* masih bersifat sukarela sehingga tidak semua perusahaan melakukan pengungkapan *sustainability report*.

Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk mencari pengaruh strategi bisnis terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report* perusahaan yang terdaftar di Pasar Modal Indonesia. Dimana strategi bisnis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari strategi *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactor* yang diproksikan dengan rasio *profitabilitas*. Adapun sampel dalam penelitian ini merupakan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengungkapkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) dari tahun 2007-2015. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel sehingga diperoleh 140 sampel penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya pada bagian pendahuluan, maka dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi *prospector*, strategi *defender*, dan strategi *analyzer* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan strategi *reactor* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi bisnis bertipologi *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactor* akan mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang menerapkan strategi *prospector*, *defender*, *analyzer* dan *reactor* lebih memilih untuk melakukan investasi jangka pendek dari pada investasi jangka panjang seperti pengungkapan *sustainability report*. Perusahaan *prospector* yang mementingkan inovasi produk baru akan lebih memilih untuk investasi pengembangan produk baru tersebut. Dalam pembuatan *sustainability report* sendiri membutuhkan biaya yang sangat besar dan waktu yang lama. Perusahaan *defender* yang berada pada fase kematangan lebih menekankan pada efisiensi biaya serendah mungkin dari pesaing-pesaingnya. Perusahaan *analyzer* yang menggabungkan strategi *prospector* dan *defender* akan melakukan inovasi produk sekaligus melakukan efisiensi, sehingga cenderung untuk mengurangi tingkat pengungkapan *sustainability report*. sedangkan untuk perusahaan *reactor* yang memiliki kinerja organisasi yang buruk akan cenderung untuk tidak mengungkapkan *sustainability report* karena akan lebih fokus untuk memperbaiki kinerja perusahaan itu sendiri.

Referensi

- Ahmad, Fandi. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan *Profitabilitas* Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*. Skripsi. Universitas Negeri Padang.
- Dilling, F.P. 2009. *Sustainability Reporting In A Global Context : What Are The Characteristics Of Corporations That Provide High Quality Sustainability Reports – An Empirical Analysis*. dalam *Internasional Business & Economics Reseach Journal*. Vol.9, No.1. New York Institute of Technology. Canada.
- Fahriza, Romi. 2014. *Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan sustainability report*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Global Reporting Initiatives (GRI)*. 2006. *Sustainability Reporting Guidelines*. <http://www.globalreporting.org>.
- Miles, Raymond dan Snow, Charles. C., et al. 1978. *Organizational Strategy, Structure, and Process*. The *Academy of Management Review*, Vol. 3, No. 3.
- Munif, A. Z. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* di Indonesia. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Paylosa, F. 2008. Pengaruh Strategi Bisnis Dan Desentralisasi Terhadap Hubungan Antara Pemanfaatan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Dan Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Perhotelan Di Kota Padang Dan Bukittinggi). Universitas Negeri Padang.
- Sari, Mega P.Y. 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*. *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 2. No. 3 : 1-10.