

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PERFORMANCE DAN INTELLECTUAL CAPITAL
TERHADAP READABILITY ANNUAL REPORT
(Studi pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia)**

(Tesis)

Oleh

**VALENTINA RANI NOVIANRI
NPM 2221031001**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PERFORMANCE DAN INTELLECTUAL CAPITAL
TERHADAP READABILITY ANNUAL REPORT
(Studi pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia)**

Oleh

VALENTINA RANI NOVIANRI

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER ILMU AKUNTANSI**

Pada

**Program Studi Magister Ilmu Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERFORMANCE DAN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP READABILITY ANNUAL REPORT (Studi pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Oleh

Valentina Rani Novianri

Meningkatnya panjang laporan tahunan dan kompleksitas tekstual di dalamnya diiringi oleh menurunnya minat baca dari para pemangku kepentingan terhadap laporan tahunan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *Corporate Social Responsibility performance* dan *intellectual capital* terhadap *readability annual report*. Populasi dalam penelitian ini mencakup perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022 yang berjumlah 502 perusahaan. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh jumlah sampel observasi sebanyak 225 perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai metode analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *readability annual report*. Sementara *intellectual capital* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *readability annual report*. Kontribusi dari penelitian ini adalah membantu seluruh pelaku pasar untuk mengevaluasi kinerja CSR dan modal intelektual yang diungkapkan dalam laporan tahunan secara lebih komprehensif. Hal ini mendorong para manajer untuk mempertimbangkan *CSR performance* dan *intellectual capital* sebagai cara untuk meningkatkan kualitas informasi, melalui penggunaan bahasa yang sederhana, visualisasi data, dan struktur laporan yang lebih terorganisir. Selain itu, hasil penelitian ini mendorong regulator untuk dapat menetapkan standar pelaporan yang lebih ketat mengenai pelaporan *CSR performance* dan *intellectual capital* dengan fokus pada keterbacaan dan aksesibilitas informasi bagi pemangku kepentingan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility performance, intellectual capital, dan readability annual report.*

ABSTRACT**THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PERFORMANCE AND INTELLECTUAL CAPITAL
ON THE READABILITY ANNUAL REPORT
(Study on Non-Financial Companies on the Indonesian Stock Exchange)****By****Valentina Rani Novianri**

The increasing length of annual reports and textual complexity is accompanied by a decline in interest in reading annual reports among stakeholders. This study aims to examine the relationship between Corporate Social Responsibility performance and intellectual capital on the readability of annual reports. The population in this study includes non-financial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022, totaling 502 companies. By using the purposive sampling method, a total observation sample of 225 companies was obtained. This research uses multiple linear regression analysis as an analysis method. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility performance has a positive and significant effect on the readability of the annual report. Meanwhile, intellectual capital has a negative and significant effect on the readability of the annual report. The contribution of this study is to help all market players to evaluate CSR performance and intellectual capital disclosed in annual reports more comprehensively. This encourages managers to consider CSR performance and intellectual capital as a way to improve the quality of information, through the use of simple language, data visualization, and a more organized report structure. In addition, the results of this study encourages regulators to set stricter reporting standards regarding CSR performance and intellectual capital reporting with a focus on readability and accessibility of information for stakeholders.

Keywords: Corporate Social Responsibility performance, intellectual capital, and readability of annual report.

Judul Tesis

: PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERFORMANCE DAN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP READABILITY ANNUAL REPORT (Studi pada Perusahaan Non-Kuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Nama Mahasiswa

: Valentina Rani Novianri

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2221031001

Program Studi

: Magister Ilmu Akuntansi

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Susi, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt.
NIP. 19691008 199501 2 001

Dr. Usep Syaipudin, S.E., M.S. Ak.
NIP. 19751026 200212 2 002

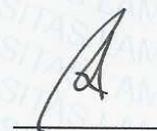
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Akuntansi

Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19750620 200012 2 001

MENGENAL

1. Tim Penguji

Ketua : Prof. Susi, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt.



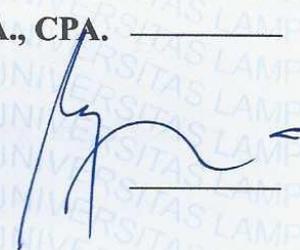
Sekretaris : Dr. Usep Syaipudin, S.E., M.S. Ak.



Penguji Utama : Prof. Dr. Einde Evana, S.E., M.Si., Akt., CA., CPA.



Anggota Penguji : Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si., Ak.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003



3. Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP 19640326 198902 1 001



Tanggal Lulus Ujian Tesis: 01 Agustus 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Valentina Rani Novianri

NPM : 2221031001

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Performance* dan *Intellectual Capital* terhadap *Readability Annual Report* (Studi pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)” adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, selain itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 5 Agustus 2024



Valentina Rani Novianri
NPM 2221031001

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Valentina Rani Novianri, dilahirkan di Baradatu pada tanggal 10 Mei 1997. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara yang dilahirkan dari pasangan Bapak Fransiskus Xaverius Harjito dan Ibu Desideria Sri Wijiyanti.

Pada tahun 2010 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Bhakti Baradatu. Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh oleh penulis di SMP Bhakti Baradatu dan diselesaikan pada tahun 2013. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 5 Kota Metro dan diselesaikan pada tahun 2016.

Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Program Studi S1 Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Gentiaras Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2020 dengan predikat cumlaude. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan di Magister Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung untuk mengejar karir sebagai pengajar.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya penulisan tesis ini.

Kupersembahkan tesis ini sebagai tanda cinta dan kasih yang tulus kepada:

Diriku sendiri

Aku yang sudah berjuang selama dua lamanya menyelesaikan tesis ini dengan berbagai usaha yang dilakukan. Terima kasih selalu berusaha sekuat tenaga dalam segala kondisi dan situasi.

Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Fransiskus Xaverius Harjito dan Ibunda Desideria Sri Wijiyanti

Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang, doa, nasihat yang bermanfaat, kekuatan dalam segala kondisi, dan selalu memberikan dukungan untuk menggapai cita-citaku.

Partner Hidupku, Yohanes Rama Novandi Telaumbanua

Terima kasih atas segala doa, dukungan, motivasi, dan semangat yang selalu diberikan untuk menggapai cita-citaku.

Seluruh sahabat-sahabatku

Terima kasih atas semangat, doa, motivasi, dan dukungan tiada henti. Terima kasih atas segala tawa dan momen bahagia yang kita lalui bersama.

Seluruh Dosen dan Staff FEB Unila.

Terima kasih atas bimbingan dan pembelajaran yang selama ini telah diberikan.

Almamaterku tercinta. Universitas Lampung.

MOTTO

“Memulai dengan penuh keyakinan
Menjalankan dengan penuh keikhlasan,
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

(Valentina Rani Novianri)

“Janganlah hendaknya kamu khawatir akan apa pun juga, tetapi
nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa
dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Filipi 4:6-7)

“Life is like riding a bicycle. To keep your balance,
you must keep moving”

(Albert Einstein)

SANWACANA

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Performance* dan *Intellectual Capital* terhadap *Readability Annual Report* (Studi pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. Penyusunan tesis ini guna melengkapi dan memenuhi sebagian persyaratan untuk meraih gelar Magister Ilmu Akuntansi pada Program Studi Magister Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulisan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan berupa pengarahan, bimbingan, dan kerja sama dari semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., ASEAN Eng. selaku Rektor Universitas Lampung
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung
3. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
5. Ibu Prof. Susi, S.E., M.B.A., Ph.D., Akt. selaku Pembimbing Pertama yang telah memberikan waktu, bimbingan, nasihat, saran, pengarahan, dukungan, dan motivasi yang sangat berharga dalam proses penyelesaian tesis ini.
6. Bapak Dr. Usep Syaipudin, S.E., M.S.Ak. selaku Pembimbing Kedua yang telah memberikan waktu, bimbingan, nasihat, saran, pengarahan, dukungan, dan motivasi yang sangat berharga dalam proses penyelesaian tesis ini.
7. Bapak Prof. Dr. Einde Evana, S.E., M.Si., Akt., CA., CPA. Selaku penguji utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran yang membangun, serta segala bantuan selama proses penyelesaian tesis ini.

8. Ibu Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si., Ak. selaku Anggota Penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran yang membangun, serta segala bantuan selama proses penyelesaian tesis ini.
9. Bapak Prof. Yuliansyah, S.E., M.S.A., Ph.D., Akt., CA. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses perkuliahan berlangsung.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya, serta pembelajaran selama proses perkuliahan berlangsung.
11. Seluruh staff dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan bantuan dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Lampung.
12. Kedua orang tuaku, Bapak Fransiskus Xaverius Harjito dan Ibu Desideria Sri Wijiyanti, Kakakku Lusia Indah Ayuning, dan suamiku Yohanes Rama Novandi Telaumbanua yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
13. Seluruh teman-teman Magister Ilmu Akuntansi 2022 yang telah membantu belajar, berbagi canda tawa, motivasi, dan dukungan selama proses penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam proses penulisan tesis ini, maka penulis mengharapkan adanya kritik ataupun saran yang dapat membantu penulis dalam menyempurnakan tesis ini. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Bandar Lampung, 5 Agustus 2024
Penulis,

Valentina Rani Novianri
NPM 2221031001

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
SANCAWACANA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i>	11
2.1.2 <i>Agency Theory</i>	12
2.1.3 <i>Resource Based Theory</i>	14
2.1.4 <i>Readability Annual Report</i>	15
2.1.5 <i>Corporate Social Responsibility Performance</i>	18
2.1.6 <i>Intellectual Capital</i>	21
2.1.7 Ukuran Perusahaan	24
2.1.8 Umur Perusahaan	25
2.2 Peneliti Terdahulu	27
2.3 Kerangka Penelitian	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29
2.4.1 Pengaruh <i>CSR Performance</i> Terhadap <i>Readability Annual Report</i>	29
2.4.2 Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Readability Annual Report</i>	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	35

3.4	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.1	<i>Readability Annual Report</i>	36
3.4.2	<i>Corporate Social Responsibility Performance</i>	38
3.4.3	<i>Intellectual Capital</i>	44
3.4.4	Variabel Kontrol	47
3.5	Metode Analisis Data	47
3.5.1	Statistik Deskriptif	47
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.5	Uji Hipotesis	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Statistik Deskriptif	52
4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.2.1	Uji Normalitas	59
4.2.2	Uji Multikolinearitas	60
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.2.4	Uji Autokorelasi	61
4.3	Hasil Uji Hipotesis	62
4.3.1	Uji Koefisien Determinasi	62
4.3.2	Uji F	62
4.3.3	Uji t	63
4.4	Pembahasan.....	64
4.4.1	Pengaruh <i>CSR Performance</i> Terhadap <i>Readability Annual Report</i>	64
4.4.2	Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> Terhadap <i>Readability Annual Report</i> ..	70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	76
5.2	Keterbatasan.....	77
5.3	Saran	79

DAFTAR PUSTAKA.....	80
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	87
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata <i>Readability Annual Report</i> Tahun 2020-2022	5
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Sampel Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Deskripsi Sampel Penelitian.....	34
Tabel 3.3 Kriteria Skor Flesch Kincaid Index.....	37
Tabel 3.4 Kriteria Skor CSRHub	38
Tabel 3.5 Skema Kategori dan Subkategori Skor CSRHub.....	40
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4.2 Rata-rata Skor <i>Readability Annual Report</i> Per Sektor Industri.....	53
Tabel 4.3 Rata-rata <i>CSR Performance</i> Per Sektor Industri	55
Tabel 4.4 Rata-rata <i>Intellectual Capital</i> Per Sektor Industri.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.10 Hasil Uji F	62
Tabel 4.11 Hasil Uji t	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rata-rata Jumlah Halaman <i>Annual Report</i> Tahun 2020-2022	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	28
Gambar 4.1 Rata-rata <i>CSR Performance</i> dan <i>Readability Annual Report</i>	66
Gambar 4.2 Rata-rata <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Readability Annual Report</i>	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan tahunan berperan penting sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal. Pada umumnya, narasi tekstual mewakili sebagian besar pengungkapan dalam laporan tahunan. Rata-rata sebesar 80% dari laporan tahunan didominasi oleh narasi tekstual dan sisanya 20% terdiri dari angka dan representasi data kuantitatif (Lo *et al.*, 2017). Komunikasi yang sukses dalam laporan tahunan memerlukan pengungkapan yang memadai, baik secara numerik maupun naratif untuk memastikan pemahaman yang baik oleh pengguna laporan keuangan (Alvia, 2019). Pengungkapan naratif dalam laporan tahunan semakin penting terutama mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, manajemen risiko, dan keberlanjutan. Pengungkapan ini memberikan pemahaman mendalam mengenai kinerja, produktivitas, keunggulan komparatif, dan daya saing suatu perusahaan. Oleh karena itu, perlu bagi perusahaan untuk menyajikan pengungkapan naratif dalam laporan tahunan yang mudah dibaca dan dipahami oleh pemangku kepentingan (Nazari *et al.*, 2017).

Keterbacaan laporan tahunan mempunyai dampak signifikan terhadap pemahaman pemangku kepentingan karena penyajian numerik saja mungkin tidak cukup mewakili kinerja perusahaan (Thoms *et al.*, 2020). Laporan yang mudah dibaca dapat meningkatkan pemahaman, relevansi nilai informasi, dan kualitas keputusan (Hassan *et al.*, 2019). Pentingnya keterbacaan juga tercermin dalam upaya reformasi global yang dilakukan *International Accounting Standard Board* (IASB) pada tahun 2017 dengan mengeluarkan *Discussion Paper DP/2017/1 Disclosure Initiative-Principles of Disclosure* yang menyatakan bahwa kriteria laporan keuangan yang baik adalah harus mudah dimengerti (Lim *et al.*, 2018).

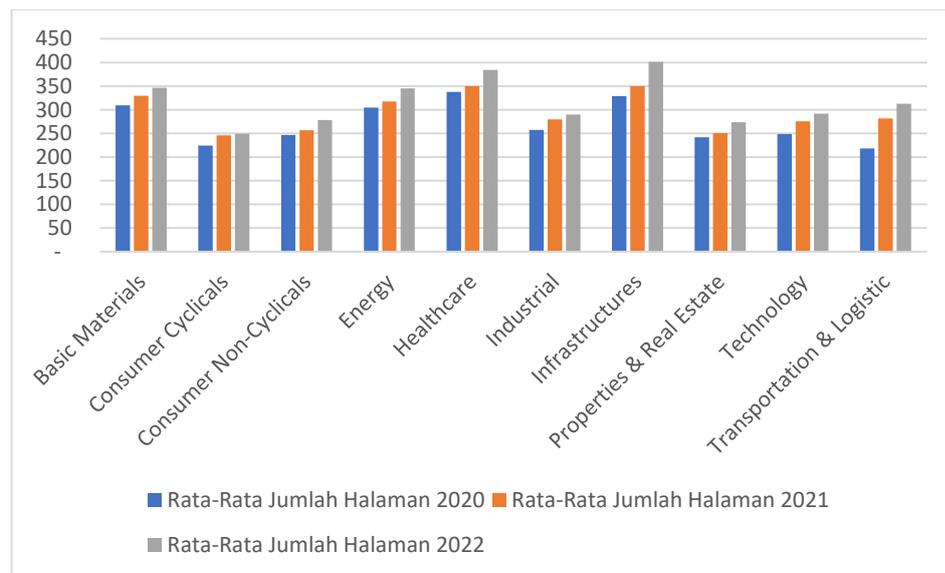
Isu mengenai *readability annual report* menjadi topik yang perlu dipertimbangkan karena berhubungan dengan efektivitas penyampaian informasi kepada pembaca laporan keuangan. Narasi kompleks yang berada di luar kemampuan pemahaman audiens target yang dituju dapat menyebabkan salah tafsir dan mengurangi kualitas keputusan pengguna laporan keuangan (Alvia, 2019). Oleh karena itu, perubahan peraturan dan inisiatif reformasi keterbukaan terhadap laporan tahunan telah diterapkan, seperti *Plain English* oleh *Securities and Exchange Commission* (SEC) tahun 1998 dan *Disclosure Framework* oleh FASB (2009) di Amerika Serikat. Tujuannya untuk membuat pengungkapan laporan keuangan menjadi lebih efektif, terkoordinasi, dan tidak berlebihan (You dan Zhang, 2009).

Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah menerbitkan Surat Edaran Nomor 30/SEOJK.04/2016 sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan keterbacaan laporan tahunan perusahaan. Aturan ini menjelaskan bahwa laporan tahunan dapat menyajikan informasi berupa gambar, grafik, tabel, dan/atau diagram dengan mencantumkan judul dan/atau keterangan yang jelas, sehingga mudah dibaca dan dipahami (OJK, 2016). Selain itu, aturan mengenai keterbacaan laporan tahunan di Indonesia tertuang dalam PSAK No. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan Tahunan, yang menyatakan bahwa laporan keuangan tahunan harus disiapkan dengan cara yang mudah dibaca.

Aturan tersebut didukung oleh Mary Jo White, Ketua *Securities and Exchange Commission* (SEC) Amerika Serikat yang menyatakan bahwa, “perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keterbacaan informasi mereka karena unsur penting dari pengungkapan yang efektif adalah penyajian dan penyampaiannya. Meskipun persyaratan konten dan ruang lingkup telah terpenuhi, namun tidak ada artinya jika informasi yang diberikan tidak dapat dipahami” (Ginesti *et al.*, 2018). SEC menyarankan manajemen untuk menyajikan laporan tahunan dengan bahasa yang sederhana karena penyajian laporan tahunan dengan bahasa yang cenderung kompleks akan sulit dipahami dan dapat menyebabkan salah tafsir, sehingga akan menurunkan kualitas keputusan pengguna (Hassan *et al.*, 2019).

Penyajian informasi naratif dalam laporan tahunan dapat mengandung sentimen maupun kompleksitas tertentu yang diakibatkan oleh proses pembuatan kalimat dari manajemen (Ajina *et al.*, 2016). Manajemen dapat saja menyajikan informasi secara jelas dengan kalimat yang sederhana. Namun, menurut *management obfuscation theory*, manajer dapat dengan sengaja mengurangi keterbacaan informasi naratif dengan membuatnya menjadi lebih kompleks melalui penggunaan narasi yang lebih panjang (Hassan *et al.*, 2019). Luo *et al.* (2018) menemukan bahwa rata-rata jumlah halaman laporan tahunan perusahaan meningkat setiap tahunnya. Termasuk di Indonesia, sebanyak 343 perusahaan sektor non-keuangan mengalami peningkatan jumlah halaman pada *annual report* selama tahun 2020 sampai dengan 2022.

Gambar 1.1
Rata-rata Jumlah Halaman *Annual Report* pada Perusahaan Sektor Non-Keuangan Tahun 2020-2022



Sumber : Data BEI diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, menunjukkan bahwa adanya tren peningkatan jumlah halaman *annual report* perusahaan sektor non-keuangan selama kurun waktu 2020 sampai dengan 2022. Pada tahun 2020, rata-rata jumlah halaman *annual report* berkisar antara 218 sampai 337 halaman, pada tahun 2021 meningkat berkisar antara 246 sampai 350 halaman, dan pada tahun 2022 berkisar antara 249 sampai 401 halaman. Tren peningkatan panjang laporan tahunan menimbulkan tantangan tambahan (Luo Jin-Hui *et al.*, 2018). Pengungkapan yang terlalu panjang

dan kompleks pada *annual report* akan membatasi kemampuan pengguna untuk mengekstrak informasi yang berguna. Hal ini akan mempengaruhi keputusan dan persepsi pemangku kepentingan terhadap suatu perusahaan (Li, 2008; Rennekamp, 2012).

Fenomena meningkatnya panjang *annual report* dan kompleksitas tekstual di dalamnya diiringi oleh menurunnya minat baca dari para pemangku kepentingan terhadap *annual report*. Investor cenderung lebih tertarik untuk menggunakan laporan MD&A (*Management Discussion and Analysis*) dalam pengambilan keputusan investasi, karena laporan MD&A dianggap lebih ringkas dan mudah dipahami. Selain itu, laporan MD&A diyakini dapat menyediakan narasi yang lebih kaya dan kontekstual dibandingkan dengan *annual report* yang memiliki narasi lebih panjang dan kompleks (Muslu *et al.*, 2015). Hal ini tentunya dapat menghilangkan esensi kebergunaan dari *annual report* yang seharusnya dapat menyajikan informasi secara detail dan jelas untuk membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi berdasarkan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Bacha dan Ajina, 2019).

Selain itu, menurunnya minat baca terhadap *annual report* disebabkan karena saat ini *annual report* cenderung memiliki tingkat keterbacaan yang rendah (Dalwai *et al.*, 2021). Informasi yang disampaikan melalui laporan tahunan dinilai tersampaikan dengan baik jika mencapai tingkat *readability* yang tinggi (Luo *et al.*, 2018). Namun, manajemen umumnya kurang memperhatikan keterbacaan laporan tahunan mereka. Kompleksitas isi laporan tahunan ini membuatnya lebih sulit dibaca oleh para pengguna yang tidak memiliki latar belakang teknis di bidang keuangan. Di Indonesia, keterbacaan laporan tahunan masih menjadi masalah yang perlu diperhatikan lebih lanjut, karena memiliki tingkat keterbacaan yang rendah (Abshari, 2020).

Tabel 1.1
Rata-rata Tingkat *Readability Annual Report* pada Perusahaan
Non-Keuangan Tahun 2020-2022

No.	Sektor	Rata-rata Readability		
		2020	2021	2022
1	Basic Material	20,0	19,8	19,7
2	Consumer Cyclicals	19,5	19,3	19,2
3	Consumer Non Cyclicals	19,9	19,7	19,6
4	Energy	20,1	19,7	19,7
5	Healthcare	19,5	19,5	19,7
6	Industrial	20,0	20,0	19,9
7	Infrastructures	20,1	19,7	19,6
8	Property and Real Estates	19,0	19,2	19,3
9	Technology	19,3	19,2	19,4
10	Transportation and Logistic	19,7	19,9	19,5

Sumber: gunning-fog-index.com, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat *readability annual report* pada perusahaan non-keuangan di Indonesia pada tahun 2020 sampai dengan 2022 memiliki skor *readability* di atas 19. Hal ini menunjukkan bahwa *annual report* pada perusahaan di Indonesia memiliki tingkat keterbacaan yang rendah dan cenderung sulit dibaca oleh audiens. Berdasarkan *gunning fog index*, sebuah teks atau narasi dikatakan baik dan mudah dipahami jika memiliki skor kurang dari 18 (Gunning, 1952).

Kompleksitas tekstual dalam laporan tahunan telah disorot oleh peneliti sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Courtis (1998), Linsley dan Lawrence (2007), serta Ginesti *et al.*, (2018) menemukan bukti bahwa tingkat keterbacaan informasi keuangan sangat rendah dan sulit untuk dipahami. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan mencakup banyak istilah profesional dan catatan khusus serta banyak informasi non keuangan. Hal ini menimbulkan keprihatinan atas pengungkapan pelaporan keuangan perusahaan yang dianggap berlebihan, sulit dibaca, sulit dipahami, kurang spesifik, dan lebih bersifat *boilerplate* dari waktu ke waktu (Alvia, 2022). Investor cenderung mengandalkan analis atau ahli riset untuk menafsirkan informasi dari laporan tahunan (Lehavy *et al.*, 2011).

Selain itu, adanya fenomena bahwa informasi keuangan dalam *annual report* tidak lagi dianggap lengkap atau informatif. Laporan keuangan tidak dapat menangkap nilai yang berasal dari aset tidak berwujud sehingga meningkatkan masalah asimetris informasi dan mengurangi kepercayaan investor. Pengungkapan non-keuangan menjadi penting dalam memecahkan dugaan masalah pelaporan keuangan yang saat ini dianggap tidak transparan bagi para *stakeholder*. Informasi non-keuangan yang berkontribusi pada pengungkapan aset tidak berwujud dalam *annual report* antara lain *Corporate Social Responsibility performance* dan *Intellectual Capital* (Dalwai *et al.*, 2021; Bacha dan Ajina, 2019). Namun, *Corporate Social Responsibility performance* dan pengungkapan *Intellectual Capital* yang masih bersifat sukarela sehingga belum banyak studi yang membahas topik ini (Ben-Amar dan Belgacem, 2018).

Investor memberikan minat yang tinggi terhadap perusahaan yang aktif melakukan aktivitas tanggung jawab sosial (Torugsa *et al.*, 2013). Odriozola dan Baraibar-Diez (2017) mencatat bahwa aktivitas tanggung jawab sosial dan pencapaian yang dipublikasikan dalam laporan tahunan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan keunggulan kompetitif. Perusahaan yang lebih transparan dalam kinerja CSR akan memiliki laporan tahunan yang lebih baik dan mudah dibaca. Nazari *et al.* (2017) meneliti hubungan antara kompleksitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja tanggung jawab sosial. Mereka menemukan bahwa laporan CSR yang lebih mudah dibaca berhubungan dengan kinerja CSR yang lebih baik, sedangkan laporan CSR yang kurang dapat dibaca meningkatkan kebingungan bagi *stakeholder*.

Pandangan yang berlawanan berkaitan dengan perspektif teori agensi menunjukkan bahwa manajer berinvestasi dalam praktik CSR untuk memaksimalkan kepentingan mereka sendiri dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Manajer berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari legitimasi yang terkait dengan kinerja CSR, sehingga memberikan kesan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan sambil menyembunyikan manuver mereka melalui pengungkapan laporan keuangan yang kompleks (McWilliams *et al.*, 2006). Dalam penelitian Martinez-Ferrero *et al.* (2015), menyatakan bahwa manajer

menggunakan CSR sebagai strategi kolusi untuk menyembunyikan kesalahan manajerial dan inefisiensi operasi, serta memaksimalkan utilitas mereka sendiri dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham.

Brennan dan Merkl-davies (2018) juga berpendapat bahwa manipulasi laporan tahunan adalah salah satu strategi yang digunakan oleh manajer oportunistik untuk menipu pemegang saham. Manajer oportunistik dapat mengadopsi bahasa yang lebih sulit dipahami dan mengaburkan manuver mereka untuk menutupi kinerja keuangan yang buruk. Selain itu, beberapa perusahaan memilih untuk melakukan *green washing*, artinya mereka hanya mengungkapkan informasi positif dan mengaburkan informasi negatif dalam laporan tahunan (Nazari *et al.*, 2017; Hassan *et al.*, 2019). Beberapa perusahaan dapat memanipulasi keterbacaan kinerja CSR untuk mencapai citra perusahaan yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara CSR dan transparansi dalam *readability annual report* masih tidak konsisten dan perlu ditinjau kembali.

Faktor non-keuangan lainnya yang berpotensi mempengaruhi *readability annual report* yaitu *intellectual capital*. *Intellectual capital* merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang nilai aset tak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing. *Intellectual capital* meliputi aset tidak berwujud yang telah distandarisasi, diimplementasikan, dan dikembangkan untuk menciptakan kekayaan (Dawai *et al.*, 2021). Pulic (1998) menyatakan bahwa *intellectual capital* dapat membantu pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga pengungkapan *intellectual capital* harus dilakukan oleh perusahaan kepada pemangku kepentingan sebagai bentuk komitmen etis mereka. Dengan demikian, pihak manajemen diharapkan dapat memberikan pengungkapan laporan tahunan yang mudah dibaca dengan adanya *intellectual capital* yang efisien.

Penelitian empiris yang dilakukan oleh Hassan *et al.* (2023) menemukan bukti bahwa *intellectual capital* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keterbacaan laporan keuangan. Meningkatnya kinerja *intellectual capital* pada suatu perusahaan akan meningkatkan keterbacaan laporan keuangan. Namun, pada praktiknya *intellectual capital* juga memberikan ruang bagi perusahaan untuk

melakukan *window dressing*. *Window dressing* dalam konteks akuntansi merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperindah laporan keuangan dengan cara memanipulasi laporan keuangan untuk terlihat lebih baik sebelum dipublikasikan. Perusahaan akan memanipulasi laporan keuangan untuk menunjukkan hasil bisnis yang lebih menguntungkan. Manajemen akan tertarik untuk menyajikan kinerja *intellectual capital* yang tidak mewakili realitas untuk menarik minat investor (Dalwai *et al.*, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti juga menyertakan ukuran perusahaan dan umur perusahaan sebagai variabel kontrol. Hassan *et al.* (2019) dan Li (2008) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan naratif perusahaan dalam laporan tahunan dan pengungkapan sosial. Dalwai *et al.* (2021) berpendapat bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki bisnis yang lebih fluktuatif, sehingga mereka cenderung memberikan laporan tahunan yang lebih kompleks karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak informasi yang perlu diungkapkan oleh perusahaan tersebut. Selanjutnya, peneliti menyertakan umur perusahaan yang diukur dengan jumlah tahun sebuah perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang lebih tua cenderung lebih transparan dan lebih sedikit asimetri informasi, sehingga mereka akan menyajikan *annual report* yang lebih mudah dibaca (Ben-Amar dan Belgacem, 2018; Hassan *et al.* 2019; Bacha dan Ajina, 2019).

Penelitian tentang *readability* sebagian besar berasal dari negara maju yang menjadikan bahasa Inggris sebagai bahasa utama mereka, seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Australia. Penelitian sebelumnya menemukan bukti bahwa laporan tahunan perusahaan cenderung sulit untuk dibaca. Narasi akuntansi yang ditulis dalam bahasa non-Inggris dalam laporan tahunan masih jarang dianalisis (Moreno dan Araceli, 2015). Dengan kata lain, masalah keterbacaan laporan tahunan berbahasa Indonesia masih memerlukan penyelidikan lebih lanjut (Adhariani dan du Toit, 2020). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility Performance* dan *Intellectual Capital* terhadap *Readability Annual Report*.

Penelitian ini memperbarui dasar pengukuran tingkat *readability* yaitu dengan mengadopsi pengukuran dari Flesch Kincaid Index yang dikemukakan oleh Rudolf Flesch pada tahun 1978 dan merupakan pengembangan dari Flesch Reading Ease (FRE) Index. Selain itu, peneliti juga memperbarui pengukuran kinerja *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan indikator global *Big Data Technology CSRHub Rating*.

2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility performance* berpengaruh positif terhadap *readability annual report*?
2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *readability annual report*?

3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility performance* terhadap *readability annual report*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap *readability annual report*.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan informasi pada bidang akuntansi serta dapat menjadi bahan rujukan untuk civitas akademik mengenai hubungan antara *Corporate Social Responsibility performance*, *intellectual capital*, dan *readability annual report*.
2. Memberikan kontribusi dengan menguji kembali model dan sampel yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga sebagai bahan literatur bagi pembaca terkait faktor-faktor non-keuangan yang dapat mempengaruhi *readability annual report*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi pihak manajemen perusahaan dalam penyusunan *annual report* agar informasi yang dihasilkan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dan mudah dipahami oleh pembaca.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kinerja *Corporate Social Responsibility* dan *intellectual capital* yang diungkapkan dalam *annual report* secara lebih komprehensif. Hal ini dapat mendorong manajer untuk mempertimbangkan *Corporate Social Responsibility performance* dan *intellectual capital* sebagai sarana untuk mencegah perilaku oportunistik melalui peningkatan kualitas informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

1.2.1 *Stakeholder Theory*

Stakeholder theory pertama kali dikemukakan oleh Freeman (1984) yang menyatakan bahwa perusahaan merupakan organisasi yang berhubungan dengan pihak lain yaitu pihak internal dan eksternal. Sehingga untuk mempertanggungjawabkan kinerja pihak internal kepada eksternal maka dibutuhkan laporan keuangan perusahaan yang terjamin secara akuntabilitas, transparansi, dan keandalan informasi laporan keuangan. Selain itu, teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham saja, tetapi perusahaan juga harus mempertimbangkan kepentingan seluruh *stakeholder* (Freeman, 1984).

Freeman *et al.*, (2017) menegaskan bahwa pemangku kepentingan menuntut lebih banyak transparansi perusahaan sehingga perusahaan menganggap perlu untuk menanggapi permintaan informasi dari pemangku kepentingan tersebut. Dalam teori *stakeholder*, kepentingan para pengguna laporan keuangan sebagai sumber informasi pengambilan keputusan (*decision making*) merupakan subjek utama disajikannya laporan keuangan dan non-keuangan perusahaan. Pengungkapan non-keuangan dalam hal ini yaitu *Corporate Social Responsibility performance* dan *intellectual capital* yang dianggap mampu menjadi sarana untuk menjaga hubungan perusahaan dengan *stakeholder*. Konsep *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk implementasi dari teori *stakeholder* (Garriga dan Mele, 2004). Konsep *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bahwa perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan merupakan suatu keharusan dalam operasi perusahaan. Kinerja CSR yang baik akan meningkatkan reputasi perusahaan bagi para *stakeholder*.

Dalam *stakeholders theory* dijelaskan bahwa perusahaan harus memenuhi keinginan *stakeholder* yang dibuktikan melalui pengelolaan kekayaan yang dimiliki dengan baik agar memperoleh keuntungan. Sumber daya manusia yang memadai dapat membantu perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset untuk meningkatkan *competitive advantage*. Dengan pengalaman dan pengetahuan bisnis yang luas, *intellectual capital* dapat memfasilitasi pihak manajemen yang secara positif mempengaruhi kinerja perusahaan (Bertrand dan Schoar, 2003).

1.2.2 *Agency Theory*

Agency theory adalah teori yang menjelaskan tentang adanya pemisahan antara *principal* (pemegang saham) dan agen (manajemen). Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai kontrak dimana satu orang atau lebih yang bertindak sebagai *principal* (pemegang saham/*shareholder*) menunjuk orang lain sebagai agen (manajer) untuk melakukan jasa bagi kepentingan *principal*, termasuk mendelegasikan kekuasaan dalam pengambilan keputusannya kepada agen. Dalam menjalankan aktivitas operasi perusahaan, manajer dapat memilih keputusan yang memaksimalkan keuntungannya dan bertentangan dengan harapan pemilik untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham. Kondisi ini dapat menimbulkan konflik keagenan atau *agency problem*. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa terjadinya konflik keagenan disebabkan karena *principal* dan agen memiliki kepentingan yang saling bertentangan. Masalah keagenan yang terjadi antara manajer dengan pemegang saham disebabkan oleh adanya perilaku manajer yang dimotivasi untuk memaksimalkan utilitasnya.

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, manajer mengetahui dan memiliki kendali terhadap sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya tersebut digunakan dalam operasi perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba. Dalam konteks ini, manajer memiliki diskresi untuk menginformasikan apa saja dan seberapa besar sumber daya perusahaan yang digunakan dalam operasi perusahaan. Hal ini terkait dengan target kinerja yang dibebankan oleh pemilik kepada manajer. Kondisi ini menimbulkan adanya *information asymmetric* antara manajer dengan pemegang saham yang pada akhirnya menyebabkan munculnya

agency problem. Sebagai seorang manajer, manajemen mungkin termotivasi untuk mengungkapkan informasi yang hanya menyampaikan kinerja positif dan menyembunyikan informasi negatif yang dapat merugikan kinerja perusahaan. Akibatnya, terjadi asimetri informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan (Ajina *et. al.*, 2016).

Adelberg (1979) menjelaskan bahwa manajer secara sadar ataupun tidak sadar dapat mengaburkan kinerja buruk mereka. Ada dua cara untuk memutar balikkan kenyataan dan menutupi kemungkinan rendahnya kinerja manajer. Cara pertama dapat dilihat pada manipulasi informasi verbal atau numerik atau penggunaan metafora dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dapat dicapai dengan manipulasi tematik dengan menekankan kata-kata dan tema yang positif, menekankan kinerja keuangan yang positif, atau dengan memilih parameter yang mewakili kinerja keuangan saat ini dalam situasi terbaik (Ajina *et. al.*, 2016). Cara kedua, menurut Merkl-Davies dan Brennan (2007), motif manajer dapat diklasifikasikan menjadi penyembunyian dan atribusi. Penyembunyian dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan manipulasi kemudahan membaca seperti membuat teks lebih sulit dibaca, atau manipulasi retorik seperti menggunakan bahasa persuasif.

Linsley dan Lawrence (2007) mengemukakan bahwa jika terjadi asimetri informasi, perusahaan dengan kinerja yang baik akan mencoba mencari cara untuk menunjukkan keunggulan kinerja mereka dengan mengungkapkan informasi yang dapat dibaca dengan lebih jelas, sedangkan perusahaan dengan kinerja buruk akan mengaburkan informasi negatif dengan menggunakan kata-kata yang rumit dan sulit dibaca. Pemilik atau pemegang saham dapat membatasi tindakan manajer dengan melakukan pengendalian yang tepat untuk memastikan kepentingannya terpenuhi. Untuk meminimalisir masalah asimetris informasi, pemilik perusahaan dapat menggunakan *Corporate Social Responsibility* dan *intellectual capital* sebagai strategi untuk mengurangi asimetris informasi antara pihak manajemen dengan para *stakeholders* (Dalwai *et al.*, 2021; Bacha dan Ajina, 2019; Ben-Amar dan Belgacem, 2018).

Adanya asimetris informasi antara principal dan agen, maka dapat mempengaruhi gaya penulisan manajemen dalam menyusun *annual report* atau laporan tahunan (Bacha dan Ajina, 2019). Informasi mengenai *CSR performance* dan *intellectual capital* merupakan informasi penting bagi *stakeholder* dalam proses pengambilan keputusan (Li *et al*, 2008). Perusahaan menggunakan pengungkapan tersebut sebagai salah satu upaya untuk mengkomunikasikan sumber daya dan potensi kinerja perusahaan di masa depan kepada investor. Banyak manajer perusahaan mulai mencoba mengungkapkan *CSR performance* dan *intellectual capital* untuk mengurangi asimetris informasi dan meningkatkan transparansi antara manajemen dengan berbagai *stakeholder* perusahaan (Kamath, 2015; Bacha dan Ajina, 2019).

1.2.3 Resource Based Theory

Resource Based Theory pertama kali disampaikan oleh Wernerfelt pada tahun 1984 dalam artikel yang berjudul “*A Resource – Based View of the Firm*”. Dalam teori ini dijelaskan bahwa perusahaan berkeinginan untuk menciptakan situasi di mana perusahaan memiliki sumber daya sendiri yang secara langsung maupun tidak langsung membuat perusahaan lain sulit untuk bersaing dengan perusahaan tersebut. *Resource Based Theory* adalah teori yang mendeskripsikan sebuah perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dengan mengandalkan sumber daya sehingga mampu mengarahkan perusahaan untuk memiliki kinerja jangka panjang yang baik (Barney, 1986).

Resource Based Theory membahas sumber daya yang dimiliki perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mengolah dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam mengambil peluang kesempatan dan menghadapi ancaman sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dengan perusahaan lain untuk menguasai pasar. *Resource Based Theory* beranggapan bahwa perusahaan akan mampu mencapai keunggulan kompetitif apabila memiliki sumber daya yang unggul dan unik untuk mencapai dan mempertahankan kinerja perusahaan yang berkelanjutan (Wernerfelt, 1984).

Menurut *Resource Based Theory*, *intellectual capital* memiliki potensi yang besar untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang sesuai karakteristik *valuable* (berharga), *rare* (langka), *imperfectly imitable* (tidak dapat ditiru secara sempurna), dan *non- substitutable* (tidak tergantikan oleh sumber daya lain). Itami (1987) berpendapat bahwa aset berwujud perusahaan adalah sumber daya yang diperlukan perusahaan untuk beroperasi, namun aset tidak berwujud adalah sumber daya yang diperlukan agar perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Sumber daya perusahaan yang unik dan tidak mudah ditiru oleh pesaing akan membuat perusahaan memiliki keunggulan karena sumber daya ini membutuhkan waktu yang lama untuk diakumulasi (Barney dan Clark, 2007).

1.2.4 *Readability Annual Report*

Secara konseptual, *readability* atau keterbacaan diartikan sebagai kemudahan individu atau pengguna dalam memproses dan memahami pengungkapan narasi atau teks secara komprehensif (Alvia, 2022). Konsep lain mendefinisikan keterbacaan sebagai kemampuan suatu informasi agar lebih mudah dibaca dan dipahami oleh pengguna (Bonsall *et al.*, 2017). Pada laporan akuntansi, keterbacaan mencakup kemudahan aksesibilitas pengungkapan naratif dan komunikasi efektif atas informasi yang relevan (Efretuei *et al.*, 2021). Keterbacaan digunakan sebagai konstruksi teoritis informasi akuntansi yang mencakup pemahaman, kompleksitas, kualitas informasi, kualitas pelaporan, transparansi, komunikasi yang efektif, dan keinformatifan (Smith dan Taffler, 1992; Efretuei *et al.*, 2021; Loughran dan McDonald, 2014).

Annual Report atau laporan tahunan adalah suatu laporan resmi mengenai keadaan keuangan perusahaan dalam jangka waktu satu tahun. *Annual report* berfungsi sebagai alat komunikasi resmi dan penting bagi para *stakeholder* seperti investor, regulator, dan pemegang saham. Informasi *annual report* harus menjadi media komunikasi yang efektif sehingga pengguna laporan tahunan memahami dengan benar dan tepat mengenai pesan yang disampaikan oleh pembuat laporan tersebut (Smith dan Taffler, 1992). Laporan tahunan lebih banyak berisi informasi tekstual sehingga keterbacaan merupakan hal yang penting dalam konteks analisis laporan tahunan.

Readability annual report memberikan peluang bagi manajemen untuk menjelaskan dan mengungkapkan beberapa alasan mendasar di balik kinerja, produktivitas, keunggulan komparatif, dan daya saing perusahaan. Laporan tahunan yang *readable* akan meningkatkan relevansi nilai informasi dan membantu pelaku pasar untuk mengekstrak fakta bagi proses pengambilan keputusan (Adhariani dan du Toit, 2020). Semakin rendah tingkat *readability* maka semakin sulit pembaca dalam memproses informasi tekstual. Menurut Bonsall *et al.* (2017), beberapa faktor utama yang mempengaruhi *readability annual report* antara lain:

1. **Panjang dan Kompleksitas Kalimat**

Kalimat yang lebih pendek dan sederhana umumnya lebih mudah dibaca daripada kalimat yang panjang dan kompleks.

2. **Pilihan Kata**

Penggunaan kata-kata yang umum dan mudah dipahami akan meningkatkan *readability*. Kata-kata teknis atau jargon khusus mungkin memerlukan penjelasan tambahan.

3. **Struktur Paragraf**

Paragraf yang pendek dan terorganisir dengan baik lebih mudah dibaca dibandingkan paragraf yang panjang dan tidak terstruktur.

4. **Tata Letak dan Desain**

Tata letak teks, termasuk penggunaan subjudul, poin-poin daftar, dan ruang putih, dapat mempengaruhi kemudahan membaca.

5. **Ukuran dan Jenis Font**

Font yang jelas dan mudah dibaca dengan ukuran yang cukup besar meningkatkan *readability*.

6. **Kontras dan Warna**

Kontras yang baik antara teks dan latar belakang membantu pembaca mengidentifikasi dan membaca teks dengan lebih mudah.

Annual report memiliki esensi kebergunaan yang signifikan bagi keputusan investasi karena beberapa alasan sebagai berikut (Adhariani dan du Toit, 2020):

1. **Laporan Keuangan Lengkap**

Annual report menyajikan laporan keuangan yang diaudit, termasuk laporan laba rugi, neraca, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas. Informasi ini memberikan gambaran lengkap tentang kondisi keuangan perusahaan, kinerja keuangan, serta likuiditas dan solvabilitas.

2. **Kepatuhan dan Akuntabilitas**

Annual report menunjukkan bahwa perusahaan mematuhi standar akuntansi dan regulasi yang berlaku. Auditor independen mengaudit laporan keuangan, memberikan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi kepada investor mengenai keakuratan dan keandalan informasi keuangan.

3. **Analisis Kinerja**

Annual report biasanya menyertakan analisis kinerja keuangan, termasuk rasio keuangan penting yang membantu investor mengevaluasi profitabilitas, efisiensi, likuiditas, dan stabilitas perusahaan.

4. **Transparansi dan Kredibilitas**

Annual report yang lengkap dan transparan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata investor. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keterbukaan dan akuntabilitas kepada pemegang saham.

5. **Informasi Komprehensif**

Annual report mencakup informasi penting lainnya seperti profil perusahaan, strategi bisnis, kebijakan tata kelola perusahaan, laporan dari dewan direksi dan manajemen, serta informasi tentang risiko dan kepatuhan.

6. **Rekam Jejak Sejarah**

Annual report menyediakan data historis yang memungkinkan investor untuk melihat tren kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Hal ini untuk mengevaluasi pertumbuhan dan stabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

7. **Analisis Risiko**

Annual report mencakup analisis risiko yang dihadapi perusahaan, baik risiko operasional, keuangan, maupun pasar. Investor dapat menggunakan informasi ini untuk menilai potensi risiko terhadap investasi mereka.

8. Informasi Dividen dan Kebijakan Keuangan

Annual report biasanya mencakup informasi tentang kebijakan dividen perusahaan, termasuk pembayaran dividen sebelumnya dan rencana masa depan. Investor yang tertarik pada pendapatan dividen akan menemukan informasi ini sangat berguna.

9. Konteks Industri

Annual report dapat memberikan gambaran tentang posisi perusahaan dalam industrinya dan bagaimana perusahaan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis.

1.2.5 Corporate Social Responsibility Performance

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, social dan lingkungan, serta menyeimbangkan berbagai kepentingan *stakeholder* (Bacha dan Ajina, 2019). Konsep lain menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya masyarakat. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial pada umumnya akan mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya melalui laporan tahunan maupun pelaporan berkelanjutan atau *sustainability reporting* (Adhariani dan du Toit, 2020).

Corporate social responsibility performance merupakan penilaian kinerja perusahaan terkait dengan pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap berbagai *stakeholder*. *CSR performance* atau kinerja CSR memiliki peran penting untuk mengetahui seberapa jauh kinerja perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial dan perhatian perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis. Semakin baik kinerja CSR maka semakin baik pula reputasi perusahaan bagi para *stakeholder* (Nazari *et. al.*, 2017). *CSR performance* dapat diukur dengan menggunakan indikator global *CSRHub Rating*. *CSRHub* adalah alat berbasis web yang menyediakan akses peringkat CSR yang dinilai dari kinerja karyawan,

lingkungan, komunitas, dan tata kelola pada perusahaan besar di Amerika Utara, Eropa, dan Asia.

CSRHub pertama kali didirikan oleh Cynthia Figge, Bahar Gidwani, dan Stephen Filler pada tahun 1996. Adapun tujuan *CSRHub* adalah untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dan dunia untuk mengetahui kinerja perusahaan dan membandingkannya dalam isu keberlanjutan dan CSR. Hal ini diharapkan dapat membantu para pemangku kepentingan lebih mudah dalam pengambilan keputusan yang bertanggung jawab secara sosial. *CSRHub* menghadirkan informasi terdepan tentang kinerja sosial perusahaan ke dalam satu tempat sehingga manajer bisnis, profesional, peneliti, akademisi, LSM, publikasi online, situs jejaring sosial, dan individu dapat menggunakan informasi *CSRHub* untuk memahami, berbagi, berdiskusi, dan melacak kinerja CSR dan keberlanjutan perusahaan (*csrhub.com*).

Terdapat empat konsep *Corporate Social Responsibility performance* berdasarkan pemeringkatan *CSRHub Rating (csrhub.com)* meliputi :

1. *Community* (Komunitas)

Mencakup komitmen dan efektivitas perusahaan dalam komunitas lokal, nasional, dan global di mana perusahaan menjalankan bisnisnya. Hal ini mencerminkan kewarganegaraan perusahaan, pemberian amal, dan kesukarelaan. Kategori ini mencakup hak asasi manusia pada perusahaan dan perlakuan terhadap rantai pasokannya. Hal ini juga mencakup dampak lingkungan dan sosial dari produk dan layanan perusahaan, serta pengembangan produk, proses, dan teknologi berkelanjutan.

2. *Employees* (Karyawan)

Mencakup pengungkapan kebijakan, program, dan kinerja dalam keberagaman, hubungan kerja dan hak-hak buruh, kompensasi, tunjangan, dan pelatihan karyawan, kesehatan dan keselamatan. Evaluasi berfokus pada kualitas kebijakan dan program, kepatuhan terhadap undang-undang dan peraturan nasional, dan inisiatif pengelolaan yang proaktif. Kategori ini mencakup evaluasi kebijakan keberagaman yang inklusif, perlakuan adil

terhadap seluruh karyawan, program dan pelatihan keberagaman yang kuat, pengungkapan data keberagaman tenaga kerja, peraturan ketenagakerjaan yang kuat (standar inti *International Labour Organization*), manfaat komprehensif, pelatihan dan pengembangan yang terbukti peluang, kebijakan kesehatan dan keselamatan karyawan, pelatihan keselamatan dasar dan khusus industri, sistem manajemen keselamatan yang terbukti, dan catatan kinerja keselamatan yang positif.

3. *Environment* (Lingkungan)

Mencakup interaksi perusahaan dengan lingkungan secara luas, termasuk penggunaan sumber daya alam, dan dampak perusahaan terhadap ekosistem bumi. Kategori ini mengevaluasi kinerja lingkungan perusahaan, kepatuhan terhadap peraturan lingkungan hidup, mitigasi jejak lingkungan, kepemimpinan dalam mengatasi perubahan iklim melalui kebijakan dan strategi yang tepat, operasi hemat energi, dan pengembangan energi terbarukan dan teknologi lingkungan alternatif lainnya, pengungkapan sumber-sumber dampak lingkungan, risiko dan tanggung jawab serta tindakan untuk meminimalkan paparan risiko di masa depan, penerapan program konservasi dan efisiensi sumber daya alam, program pencegahan polusi, demonstrasi strategi menuju pembangunan berkelanjutan, integrasi kelestarian lingkungan dan daya tanggap dengan manajemen dan dewan, serta program untuk mencakup data kategori lingkungan interaksi perusahaan dengan lingkungan secara luas, termasuk penggunaan sumber daya alam, dan dampak perusahaan terhadap ekosistem bumi. Kategori ini mengevaluasi kinerja lingkungan perusahaan, kepatuhan terhadap peraturan lingkungan hidup, mitigasi jejak lingkungan, kepemimpinan dalam mengatasi perubahan iklim melalui kebijakan dan strategi yang tepat, operasi hemat energi, dan pengembangan energi terbarukan dan teknologi lingkungan alternatif lainnya, pengungkapan sumber-sumber dampak lingkungan, risiko dan tanggung jawab serta tindakan untuk meminimalkan paparan risiko di masa depan, penerapan program konservasi dan efisiensi sumber daya alam, program pencegahan polusi, demonstrasi strategi menuju pembangunan berkelanjutan,

integrasi kelestarian lingkungan dan daya tanggap dengan manajemen dan dewan, serta program untuk mengukur dan melibatkan pemangku kepentingan untuk perbaikan lingkungan.

4. *Governance* (Tata Kelola)

Mencakup pengungkapan kebijakan dan prosedur, independensi dan keberagaman dewan, kompensasi eksekutif, perhatian terhadap kekhawatiran pemangku kepentingan, dan evaluasi budaya kepemimpinan etis dan kepatuhan perusahaan. Tata kelola perusahaan mengacu pada struktur kepemimpinan dan nilai-nilai yang menentukan arah, etika, dan kinerja perusahaan. Kategori ini menilai faktor-faktor seperti: apakah kebijakan dan praktik perusahaan selaras dengan tujuan keberlanjutan; apakah pengelolaan korporasi transparan kepada pemangku kepentingan; apakah karyawan telah dilibatkan secara tepat dalam pengelolaan perusahaan; prinsip-prinsip keberlanjutan yang diintegrasikan dari atas ke bawah ke dalam operasi perusahaan sehari-hari. Tata kelola berfokus pada bagaimana manajemen berkomitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab perusahaan di semua tingkatan.

1.2.6 *Intellectual Capital*

Intellectual Capital adalah salah satu sumber daya penting untuk kesuksesan kinerja perusahaan dalam *knowledge based economy* (Pulic, 1998). *Intellectual Capital* merupakan pengetahuan yang memberikan informasi tentang aset tidak berwujud perusahaan yang dapat mempengaruhi ketahanan dan keunggulan kompetitifnya. Setiawan dan Prawira (2018) menjelaskan bahwa *intellectual capital* adalah aset tidak berwujud perusahaan yang meliputi pengetahuan, informasi, pengalaman sumber daya manusia, dan organisasi perusahaan.

Ulum (2017) dalam bukunya yang berjudul “*Intellectual Capital*”, menyebutkan bahwa *Intellectual Capital* adalah istilah yang menggambarkan kombinasi aset tidak berwujud berupa kekayaan intelektual, karyawan, dan infrastruktur yang dimiliki perusahaan untuk untuk menciptakan kekayaan, dengan menghasilkan

suatu aset yang bernilai tinggi. Selain itu, Ulum (2017) juga mengemukakan bahwa *intellectual capital* sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan atau teknologi yang mana perusahaan dapat menggunakannya dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan.

Menurut Pulic (1998), *Intellectual capital* diukur dengan menggunakan metode VAIC (*Value Added Intellectual Coefficient*) yang didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. VAIC merupakan instrumen untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan. Metode ini mengukur seberapa dan bagaimana efisiensi *intellectual capital* dalam menciptakan nilai berdasarkan pada hubungan tiga komponen utama, yaitu *human capital* (HC), *capital employed* (CE), dan *structural capital* (SC). Tiga komponen *intellectual capital* adalah sebagai berikut (Pulic, 1998) :

1. *Human Capital* adalah komponen yang berasal dari biaya pengeluaran untuk pekerja. *Human capital* meliputi keahlian, pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan pelatihan yang diterima pegawai pada saat melaksanakan pekerjaannya. Pengeluaran karyawan mencakup berbagai manfaat seperti jaminan sosial, peningkatan kualitas subsidi gaji, upah, perjalanan dinas, dan pelatihan vokasi.
2. *Structural Capital* adalah komponen yang berperan sebagai pendukung berfungsinya komponen lainnya. *Structural capital* mencakup pengetahuan dalam infrastruktur dan teknologi, seperti tindakan manajemen, pendekatan, rencana, *hardware*, *software* dan *database* yang digunakan tenaga kerja untuk mendukung proses dan aktivitas bisnis.
3. *Capital Employed* adalah komponen yang diukur melalui modal yang dimiliki perusahaan untuk mengetahui kinerja perusahaan. *Capital employed* mengacu pada aset intelektual perusahaan yang terdiri dari total modal perusahaan dan laba bersih tahun berjalan.

Model VAIC dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA). *Value added* adalah indikator paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). *Value Added* merupakan ukuran yang paling objektif dari mengukur keberhasilan perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai (Pulic, 1998). *Value Added* dihitung sebagai selisih antara *output* dan *input*. *Output* (OUT) merepresentasikan pendapatan (*revenue*) dan mencakup seluruh produk dan jasa yang dijual di pasar, sedangkan *input* (IN) mencakup seluruh beban yang digunakan dalam memperoleh *revenue*. Dalam model VAIC, beban karyawan (*labour expense*) tidak termasuk dalam *input*. Karena peran aktifnya dalam proses *value creation*, maka *intellectual potential* (yang direpresentasikan dengan *labour expense*) tidak dihitung sebagai biaya (*cost*) dan tidak masuk dalam komponen *input* (Ulum, 2017).

VAIC memiliki tiga indikator komponen utama yang dapat diukur dari sumber daya perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. *Value added of Capital Employed* (VACA)

Value Added of Capital Employed (VACA) adalah efisiensi sumber daya perusahaan yang berasal dari *physical capital*. VACA menunjukkan seberapa efisien modal fisik digunakan dan mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya berupa *capital asset* yang apabila dikelola dengan baik akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

2. *Value Added of Human Capital* (VAHU)

Value Added Human Capital (VAHU) adalah efisiensi sumber daya perusahaan yang berasal dari *human capital*. VAHU menunjukkan berapa banyak *Value Added* dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja.

3. *Structural Capital Value Added* (STVA)

Structural Capital Value Added (STVA) adalah efisiensi sumber daya perusahaan yang berasal dari *structural capital*. STVA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan struktural yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menciptakan *Value Added*.

1.2.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala ukuran yang dilihat dari total aset suatu perusahaan yang menggabungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual (Dalwai *et al.*, 2021). Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan besar memiliki dana yang lebih besar untuk melakukan pengungkapan informasi sukarela. Watts dan Zimmerman (1986) dalam Syaipudin (2018) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung menjadi perhatian investor dan memiliki investor yang lebih banyak dan luas. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi jumlah informasi yang disampaikan, dan cara penyajiannya. Perusahaan besar seringkali berusaha untuk lebih transparan dan komunikatif kepada pemegang saham dan publik, yang dapat menghasilkan laporan yang lebih informatif dan rinci, namun lebih panjang dan kompleks. Pada perusahaan kecil biasanya lebih fokus pada pelaporan yang langsung dan sederhana kepada pemegang saham. Perusahaan besar biasanya memiliki operasi yang lebih kompleks dan diversifikasi bisnis yang lebih luas (Hassan *et al.*, 2019). Laporan tahunan mereka cenderung lebih rinci dan panjang, mencakup berbagai unit bisnis, segmentasi pasar, dan aktivitas global. Sementara pada perusahaan kecil laporan tahunan biasanya lebih sederhana, karena operasi yang lebih terbatas dan kurang diversifikasi (Dalwai *et al.*, 2021).

Dari sisi regulasi dan kepatuhan, pada perusahaan besar seringkali berada di bawah pengawasan yang lebih ketat dari otoritas regulasi dan pemangku kepentingan. Mereka perlu memenuhi persyaratan pelaporan yang lebih rinci dan komprehensif yang dapat mengurangi keterbacaan laporan tahunan (Ben-Amar dan Belgacem, 2018). Selain itu, adanya regulasi yang dapat mengharuskan mereka menyertakan lebih banyak informasi dalam laporan tahunan. Sementara pada perusahaan kecil biasanya tunduk pada regulasi yang lebih ringan, sehingga laporan tahunan mereka mungkin lebih sederhana (Nazari *et al.*, 2017). Laporan

tahunan perusahaan besar sering kali ditujukan kepada audiens yang lebih luas, termasuk investor institusi, analis pasar, dan regulator. Hal ini dapat mendorong perusahaan untuk menyusun laporan tahunan yang lebih profesional dan teknis. Perusahaan kecil mungkin menargetkan audiens yang lebih terbatas dan langsung, sehingga laporan tahunan mereka lebih sederhana dan mudah dibaca (Li, 2008).

1.2.8 Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah periode waktu seberapa lama sebuah perusahaan berdiri dan beroperasi. Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Umur perusahaan diukur dari tanggal terdaptarnya perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang sudah lama berdiri diyakini memiliki banyak pengalaman dan akan mendapat perhatian lebih dari pemangku kepentingan. Sehingga mereka akan selalu menjaga stabilitas dan citra perusahaan dengan mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya (Bacha dan Ajina, 2019). Semakin lama perusahaan berdiri menunjukkan semakin tinggi nilai perusahaan, yang berarti bahwa perusahaan dapat memberikan kepercayaan kepada investor atas kestabilan kinerja usahanya (Li, 2008).

Umur perusahaan dapat mempengaruhi keterbacaan laporan tahunan dalam beberapa aspek. Perusahaan tua biasanya lebih peduli terhadap reputasi dan kredibilitas. Mereka cenderung lebih berhati-hati dalam menyusun laporan tahunan yang jelas dan mudah dipahami untuk menjaga kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya (Hassan *et al.*, 2019). Perusahaan yang lebih tua memiliki lebih banyak pengalaman dalam menyusun laporan tahunan. Mereka telah mengembangkan praktik dan standar pelaporan yang baik selama bertahun-tahun untuk meningkatkan keterbacaan laporan tahunan (Li, 2008).

Dari aspek pengalaman dan profesionalisme, perusahaan yang lebih tua biasanya memiliki sumber daya yang berpengalaman dalam menyusun laporan tahunan, yang dapat menghasilkan dokumen yang lebih rapi dan sistematis. Mereka memiliki tim ahli dan menggunakan teknologi yang lebih canggih untuk memastikan laporan tahunan mudah dipahami. Perusahaan yang lebih tua biasanya memiliki desain yang inovatif dalam penyusunan laporan tahunan, yang

dapat meningkatkan keterbacaan melalui visualisasi data, grafik, dan tata letak yang lebih menarik (Ben-Amar dan Belgacem, 2018).

Sedangkan pada perusahaan yang baru terdaftar di pasar modal memiliki tingkat asimetris informasi yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena belum banyak informasi mengenai perusahaan tersebut yang diketahui oleh investor. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak untuk memberikan informasi yang proporsional kepada investor. Perusahaan baru sering kali terdiri dari tim yang masih belajar tentang industri mereka dan bagaimana berkomunikasi dengan audiens secara efektif. Mereka belum memiliki keahlian dan pengalaman yang cukup dalam menyusun laporan tahunan yang jelas dan mudah dimengerti (Li, 2008).

Selain itu, perusahaan yang lebih muda mungkin tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk mempekerjakan penulis atau editor profesional yang dapat membantu meningkatkan keterbacaan materi komunikasi mereka. Beberapa perusahaan baru juga memiliki kultur yang lebih informal atau teknis, yang bisa tercermin dalam gaya komunikasi mereka. Hal ini dapat berpengaruh pada laporan tahunan mereka yang sulit dimengerti oleh audiens yang lebih luas. Pada perusahaan muda biasanya juga memiliki keterbatasan dari sisi akses ke alat dan teknologi. Perusahaan yang lebih muda belum memiliki akses ke alat dan teknologi yang membantu dalam meningkatkan keterbacaan, seperti perangkat lunak analisis teks atau layanan *proofreading* otomatis (Bacha dan Ajina, 2019).

1.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2.1
Peneliti Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1	Hassan Mohammadzadeh Moghadam, Mahdi Salehi, Zohreh Hajiha (2023)	<i>The relationship between intellectual capital and financial statements readability: the role of management characteristics</i>	<i>Intellectual capital</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterbacaan laporan keuangan, artinya ketika <i>intellectual capital</i> meningkat maka keterbacaan laporan keuangan juga meningkat.
2	Tamanna Dalwai, Syeeda Shafiya Mohammadi, Gaitri Chugh, and Mahdi Salehi (2021)	<i>“Does intellectual capital and corporate governance have an impact on annual report readability? Evidence from an emerging market”</i>	Terdapat hubungan positif antara VAIC dan <i>readability annual report</i> . <i>Intellectual Capital Efficiency</i> dapat meningkatkan keterbacaan laporan tahunan.
3	Sami Bacha and Aymen Ajina (2019)	<i>“CSR performance and annual report readability: evidence from France”</i>	Terdapat hubungan positif yang signifikan antara kinerja CSR terhadap <i>readability annual report</i> .
4	Walid Ben-Amar and Ines Belgacem (2018)	<i>“Do socially responsible firms provide more readable disclosures in annual reports”</i>	Terdapat hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dan kompleksitas tekstual <i>annual report</i>
5	Jamal A. Nazari, Karel Hrazdil, and Fereshteh Mahmoudian (2017)	<i>“Assessing Social and Environmental Performance Through Narrative Complexity in CSR Reports”</i>	<i>CSR report</i> yang lebih mudah dibaca berhubungan dengan kinerja CSR yang lebih baik, sedangkan <i>CSR report</i> yang kurang dapat dibaca menyebabkan kebingungan bagi <i>stakeholder</i> .

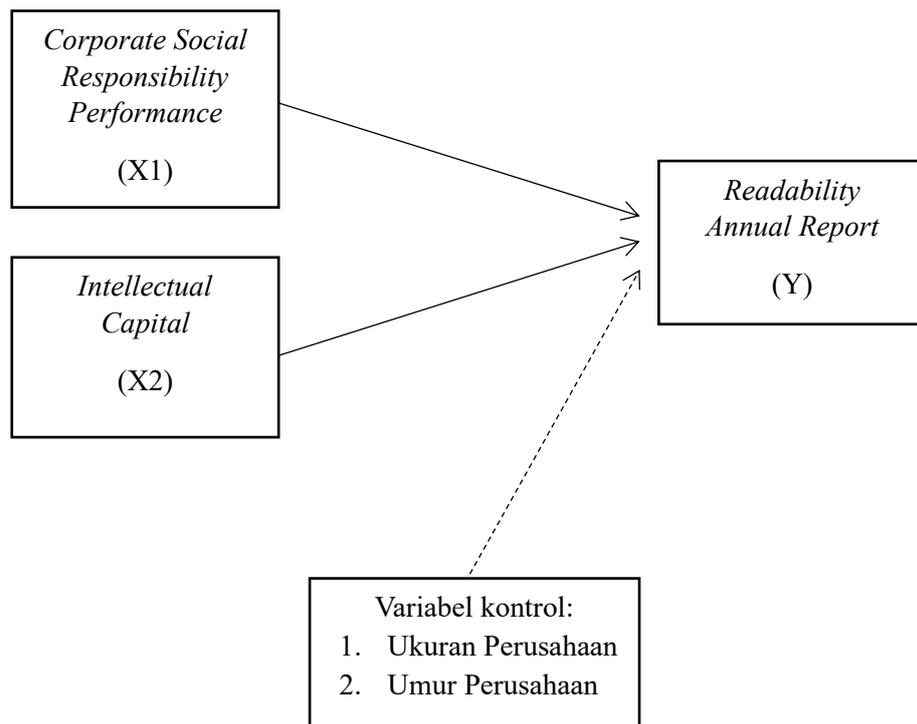
6	Alonso Moreno, and Araceli Casasola (2015)	<i>“Readability Evolution of Narratives in Annual Reports: A Longitudinal Study of Two Spanish Companies”</i>	<i>Annual report</i> dalam narasi non-Inggris sulit untuk dibaca.
---	--	---	---

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

1.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, kerangka penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



1.5 Pengembangan Hipotesis

1.5.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Performance* Terhadap *Readability Annual Report*

Corporate Social Responsibility performance merujuk pada seberapa baik perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya, termasuk kegiatan seperti praktik bisnis yang beretika, kontribusi terhadap komunitas, pelestarian lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan tata kelola perusahaan. Jensen dan Michael (2001) berpendapat bahwa implementasi kebijakan dan praktik *Corporate Social Responsibility* yang efisien dapat mengarah pada manajemen pemangku kepentingan yang efektif. Perusahaan yang melakukan aktivitas *CSR* cenderung lebih peduli dengan masalah etika (Kim *et al.*, 2012).

Menurut *stakeholder theory*, perusahaan yang berhasil mengintegrasikan *CSR* dalam operasional mereka dan melaporkan kinerja *CSR* yang positif dapat membangun reputasi dan kredibilitas. Mereka cenderung menciptakan sinergi positif dan membangun hubungan saling percaya dengan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kekayaan reputasi (Melo dan Garrido-Morgado, 2012). Kinerja *CSR* yang baik dapat dilihat sebagai cerminan perhatian etis manajer dan memberikan citra positif sebagai warga perusahaan yang bertanggung jawab kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya (Plewa *et al.*, 2015). Perusahaan yang memiliki kinerja *CSR* yang baik cenderung menonjolkan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka dalam laporan tahunan. Manajer perusahaan didorong untuk mempromosikan hasil keputusan dan komitmen etis mereka dalam laporan tahunan melalui penggunaan narasi yang jelas dan mudah dipahami terkait informasi *CSR* (Bacha dan Ajina, 2019).

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, manajer mengetahui dan memiliki kendali terhadap sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dalam konteks ini, manajer memiliki diskresi untuk menginformasikan apa saja dan seberapa besar sumber daya perusahaan yang digunakan dalam operasi perusahaan. Hal ini terkait dengan target kinerja yang dibebankan oleh pemilik kepada manajer. Pihak manajemen mungkin termotivasi untuk mengungkapkan informasi yang hanya

menyampaikan kinerja positif dan menyembunyikan informasi negatif yang dapat merugikan kinerja perusahaan. Akibatnya, terjadi asimetri informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan (Ajina *et al.*, 2016).

Agency theory menyatakan bahwa adanya asimetris informasi antara *principal* dan agen, dapat mempengaruhi gaya penulisan manajemen dalam menyusun *annual report* atau laporan tahunan. Pemilik perusahaan dapat menggunakan CSR sebagai strategi untuk mengurangi asimetris informasi dan meningkatkan transparansi antara manajemen dengan berbagai *stakeholder* perusahaan (Bacha dan Ajina, 2019). Perusahaan yang serius dalam menjalankan CSR mungkin menggunakan gaya penulisan yang lebih ramah pembaca dan non-teknis dalam laporan tahunan mereka. Mereka biasanya menghindari jargon bisnis dan teknis yang dapat mengurangi keterbacaan, untuk memastikan bahwa pesan mereka tentang tanggung jawab sosial dan keberlanjutan dapat dipahami oleh audiens yang lebih luas. Jika informasi CSR disajikan dengan jelas dan terstruktur dengan baik, maka akan meningkatkan keterbacaan laporan tahunan (Javaid *et al.*, 2016).

Dalam penelitian Bacha dan Ajina (2019) menemukan bukti bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kinerja CSR terhadap *readability annual report*. Seiring meningkatnya kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan, pemangku kepentingan mungkin mencari informasi tentang dampak sosial dan lingkungan perusahaan. *Annual report* yang membahas dampak CSR secara jelas dan mudah dipahami dapat meningkatkan keterbacaan. Hal ini konsisten dengan penelitian Ben-Amar dan Belgacem (2018), juga menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dan kompleksitas tekstual *annual report*. Dalam penelitian Nazari *et al.* (2017) menemukan hasil bahwa *CSR report* yang lebih mudah dibaca berhubungan dengan kinerja CSR yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kinerja CSR maka *annual report* perusahaan akan semakin mudah dibaca. Dengan demikian, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility performance* berpengaruh positif terhadap *readability annual report*

1.5.2 Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap *Readability Annual Report*

Intellectual capital merujuk pada nilai yang terkandung dalam pengetahuan, keahlian, dan inovasi yang dimiliki oleh suatu organisasi. *Agency theory* menyatakan bahwa adanya konflik keagenan antara *principal* dan agen, dapat menimbulkan masalah asimetris informasi yang dapat mempengaruhi gaya penulisan manajemen dalam menyusun *annual report*. Pemilik perusahaan dapat menggunakan *intellectual capital* sebagai strategi untuk mengurangi asimetris informasi dan meningkatkan transparansi antara manajemen dengan para *stakeholder* (Kamath, 2015). Hal ini didukung oleh *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa budaya perusahaan yang menghargai keterbukaan dan transparansi dapat mendorong penyusunan laporan tahunan yang lebih mudah dipahami oleh semua pemangku kepentingan (Dalwai *et al.*, 2021).

Kinerja *intellectual capital* yang baik dapat meningkatkan transparansi laporan tahunan karena perusahaan cenderung memiliki komunikasi yang lebih baik terhadap *stakeholder*. Perusahaan dengan *intellectual capital* yang tinggi memiliki karyawan yang lebih terampil dalam komunikasi yang dapat membantu menghasilkan laporan yang lebih jelas dan mudah dipahami (Dalwai *et al.*, 2021). Perusahaan dengan proses bisnis yang canggih memiliki kemampuan untuk menyederhanakan informasi kompleks dan menyajikannya dengan cara yang lebih terstruktur dan mudah diakses. Selain itu, perusahaan yang memiliki *intellectual capital* yang tinggi akan menggunakan teknologi untuk membuat laporan tahunan menjadi lebih interaktif dan *user friendly*, misalnya dengan grafis yang jelas, diagram, dan infografis yang membantu dalam penyampaian informasi (Kamath, 2015).

Resource based theory menyatakan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dengan mengandalkan sumber daya yang dimiliki sehingga mempengaruhi ketahanan dan keunggulan kompetitifnya (Barney, 1986). Perusahaan teknologi tinggi yang memiliki *intellectual capital* yang kuat, memiliki keunggulan dari berbagai aspek, misalnya dari sisi (a) *human capital*, perusahaan memiliki banyak karyawan dengan keahlian dalam komunikasi, (b) *structural capital*, perusahaan memiliki sistem manajemen informasi yang

canggih yang membantu dalam pengumpulan dan penyajian data, (c) *capital employed*, perusahaan memiliki modal yang optimal (Neysi, 2012).

Dengan berbagai keunggulan tersebut, laporan tahunan perusahaan akan mencakup aksesibilitas laporan yang dirancang agar mudah diakses secara digital, dengan fitur-fitur interaktif yang memudahkan navigasi dan pemahaman. Laporan tahunan juga akan disusun menggunakan bahasa yang jelas dan sederhana untuk menjelaskan konsep-konsep teknis. Kemudian, penggunaan visualisasi data seperti grafik, diagram, dan infografis untuk memudahkan pemahaman informasi yang kompleks. Selain itu, laporan tahunan juga akan memiliki struktur yang jelas, artinya penyusunan laporan dengan struktur yang logis dan bagian-bagian yang terorganisir dengan baik. Hal ini akan berdampak pada kualitas *annual report* yang lebih mudah dibaca dan dipahami oleh *stakeholder* (Hassan *et al.*, 2023).

Dalam penelitian Marquez Illescas *et al.* (2019) menyatakan bahwa pengetahuan dan pengalaman yang diukur melalui investasi sumber daya manusia (*human capital*) merupakan komponen penting dari *intellectual capital*, penelitian ini menemukan hasil bahwa *intellectual capital* berdampak langsung pada *readability annual report* karena terkait dengan kemampuan manajemen untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif. Jika manajemen dapat mengkomunikasikan nilai dan strategi pengelolaan *intellectual capital* dengan baik, maka akan meningkatkan *readability annual report*. Pada penelitian Hassan *et al.* (2023) juga menemukan bukti bahwa *intellectual capital* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap *readability annual report*, yang berarti dengan meningkatnya kinerja *intellectual capital* maka keterbacaan laporan tahunan juga akan meningkat. Selain itu, Dalwai *et al.* (2021), menemukan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara *intellectual capital* dan *readability annual report*. Perusahaan yang mampu mengartikulasikan dan mengelola *intellectual capital* dengan baik dapat menciptakan *annual report* yang lebih informatif dan mudah dibaca oleh *stakeholder*. Dengan demikian, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Intellectual capital* berpengaruh positif terhadap *readability annual report*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini mencakup perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022 yang berjumlah 502 perusahaan. Periode ini digunakan dengan harapan dapat mencerminkan kondisi tingkat keterbacaan *annual report* perusahaan di Indonesia saat ini. Peneliti mengecualikan perusahaan sektor keuangan karena memiliki karakteristik operasi dan tata kelola yang berbeda dan diatur secara ketat melalui regulasi OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Selain itu, Dalwai *et al.* (2021) berpendapat bahwa hasil temuan *readability annual report* pada perusahaan sektor non-keuangan tidak dapat digeneralisasikan ke perusahaan sektor keuangan.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan metode *unbalanced data*. Sampel dalam penelitian ini mencakup 132 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan tergabung dalam penilaian *Big Data Technology CSRHub Rating* pada tahun 2020-2022. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022.
- b. Perusahaan sektor non-keuangan di Indonesia yang tergabung dalam penilaian *Big Data Technology CSRHub Rating* selama periode 2020-2022.
- c. Perusahaan yang menerbitkan *annual report* selama periode 2020-2022.

Deskripsi sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini :

Table 3.1
Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	2020	2021	2022
Perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	590	638	616
Perusahaan sektor non-keuangan yang tidak terdaftar di <i>Big Data Technology CSRHub Rating</i>	(555)	(558)	(491)
Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>annual report</i>	(3)	(1)	(11)
Jumlah sampel perusahaan	32	79	114
Jumlah observasi	225		

Sumber : Data diolah peneliti, 2024.

Berdasarkan tabel 3.1 diketahui bahwa sampel yang diperoleh sebanyak 32 sampel pada 2020, 79 sampel pada 2021, dan 114 sampel pada 2022. Jumlah sampel pada penelitian ini mencakup 225 observasi dengan variasi jumlah sampel per tahun. Dengan demikian, data sampel pada penelitian ini merupakan data tidak seimbang atau *unbalanced data*. Adapun deskripsi dari sampel penelitian sebagai berikut:

Table 3.2
Deskripsi Sampel Penelitian

No.	Sektor Industri	2020	2021	2022
1	<i>Basic Material</i>	6	13	17
2	<i>Consumer Cyclical</i>	3	10	10
3	<i>Consumer Non Cyclical</i>	6	15	18
4	<i>Energy</i>	5	13	19
5	<i>Healthcare</i>	1	3	10
6	<i>Industrial</i>	3	3	4
7	<i>Infrastructures</i>	4	13	13
8	<i>Property and Real Estates</i>	4	8	18
9	<i>Technology</i>	0	0	4
10	<i>Transportation and Logistic</i>	0	1	1
	Total sampel	32	79	114

Sumber : Data diolah peneliti, 2024.

Pada tabel 3.2 menunjukkan informasi terkait deskripsi sampel penelitian yang terdiri dari sepuluh sektor perusahaan. Sampel penelitian setiap tahunnya mengalami peningkatan. Sampel penelitian pada tahun 2020 didominasi oleh sektor *basic material* dan sektor *consumer non cyclicals* dimana masing-masing sebanyak enam perusahaan. Adapun sektor *technology* dan *transportation and logistic* tidak memiliki sampel perusahaan. Selanjutnya, pada tahun 2021, sampel yang mendominasi berasal dari sektor *consumer non cyclicals* dengan lima belas perusahaan diikuti dengan sektor *basic material*, *energy*, dan *infrastructures* yaitu masing-masing tiga belas perusahaan. Adapun sektor *technology* tidak memiliki sampel perusahaan. Terakhir, sampel pada tahun 2022 sampel didominasi oleh sektor *energy* dengan sembilan belas perusahaan diikuti oleh sektor *consumer non cyclicals* serta *property and real estates* sebanyak delapan belas perusahaan. Adapun sektor yang memiliki jumlah sampel terkecil yaitu sektor *transportation and logistic* dengan satu perusahaan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *annual report* melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.com) dan *Corporate Social Responsibility performance* diperoleh dari *website database CSRHub Rating* (www.csrhub.com). Sedangkan data variabel *intellectual capital* diperoleh melalui *ESG Intelligence Dataset* (www.esgi.ai) yang merupakan bank data laporan perusahaan dari Universitas Airlangga.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa *annual report*, skor kinerja CSRHub, dan laporan keuangan perusahaan selama tahun 2020-2022. Studi pustaka atau literatur berupa buku, jurnal, artikel, situs *website* serta data-data terkait variabel yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 *Readability Annual Report*

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *readability annual report*. *Readability annual report* merupakan ukuran kompleksitas tekstual yang mengukur tingkat keterbacaan laporan tahunan perusahaan untuk mendeskripsikan sejauh mana laporan tahunan dapat dipahami oleh pembaca. (Nazari *et al.*, 2017). *Readability* adalah ukuran seberapa mudah teks dapat dibaca dan dipahami oleh pembaca. Ukuran ini melibatkan berbagai aspek yang mempengaruhi pengalaman membaca, termasuk kompleksitas kata-kata, panjang kalimat, struktur kalimat, dan tata letak teks. Beberapa indeks keterbacaan yang digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu Gunning Fog index, Flesch Reading Ease (FRE) index, Flesch Kincaid index, Bog index dan Lix index. Dalam penelitian ini, untuk mengukur *readability annual report* peneliti menggunakan Flesch kincaid index. Flesch kincaid index pertama kali dikenalkan oleh Rudolf Flesch pada tahun 1978 dan telah banyak digunakan dalam literatur akuntansi (Dalwai *et. al.*, 2021).

Adapun alasan peneliti menggunakan Flesch Kincaid index untuk mengukur *readability annual report* adalah sebagai berikut:

- a. Flesch kincaid adalah index yang direkomendasikan untuk semua sektor dan disiplin ilmu, termasuk bidang akuntansi (Adhariani dan du Toit, 2020).
- b. Flesch kincaid index merupakan pengembangan dari FRE Index. FRE index hanya menilai seberapa mudah dibacanya suatu teks. Sedangkan flesch kincaid dapat mengetahui perkiraan tingkat pendidikan yang dibutuhkan seseorang agar dapat membaca teks tertentu dengan mudah (*goodcalculator.com*).
- c. Flesch kincaid index cenderung sederhana, mudah dimengerti, dan lebih akurat (Brennan dan Merkl-davies, 2013).

Flesch kincaid index menangkap kompleksitas teks sebagai fungsi suku kata per kata dan kata per kalimat. Flesch kincaid index mengukur keterbacaan dengan memeriksa berapa banyak kata, kalimat, dan suku kata yang terdapat dalam suatu dokumen ((Dalwai *et. al.*, 2021). Kata-kata yang lebih panjang dan kalimat yang lebih panjang akan membuat dokumen lebih kompleks dan lebih sulit dibaca

(Loughran dan McDonald, 2016). Seberapa mudah suatu dokumen dapat dipahami akan ditunjukkan pada skor flesch kincaid dengan skala antara 0 dan 100. Skor 100 berarti dokumen tersebut sangat mudah dibaca, sedangkan skor sekitar 0 berarti dokumen tersebut sangat kompleks dan sulit untuk dipahami. Semakin tinggi skor flesch kincaid maka *annual report* akan semakin mudah dibaca (Adhariani dan du Toit, 2020).

Peneliti menggunakan *annual report* yang dipublikasi oleh Bursa Efek Indonesia untuk menghitung proksi keterbacaan. *Annual report* dikonversi dari dokumen pdf ke word dengan menggunakan *software PDF24 Creator* untuk mengekstrak karakteristik keterbacaan. Kemudian, peneliti melakukan penghitungan skor *readability* dengan menggunakan kalkulator yang disediakan oleh lembaga survey pada *website goodcalculators.com*.

Rumus flesch kincaid index adalah sebagai berikut:

$$FK \text{ Index} = 0,39 \times \left(\frac{\text{Jumlah Kata}}{\text{Jumlah Kalimat}} \right) + 11,8 \times \left(\frac{\text{Jumlah Suku Kata}}{\text{Jumlah Kata}} \right) - 15,59$$

Kriteria skor flesch kincaid index adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Skor Flesch Kincaid Index

Skor	Kategori Readability	Estimasi Reading Grade Level
90 – 100	Sangat mudah dibaca	Kelas 5
80 – 90	Mudah dibaca	Kelas 6
70 – 80	Cukup mudah dibaca	Kelas 7
60 – 70	Ideal / standar	Kelas 8 dan 9
50 – 60	Cukup sulit dibaca	Kelas 10 sampai 12
30 – 50	Sulit dibaca	Mahasiswa
0 – 30	Sangat sulit dibaca	Lulusan universitas

Sumber : goodcalculator.com

3.4.1 Corporate Social Responsibility Performance

Peneliti mengadopsi indikator global yaitu skor *CSRHub* untuk mengevaluasi kinerja CSR dan mengkaji perilaku CSR perusahaan secara komprehensif dan kuat. Skor *CSRHub* merupakan peringkat yang diberikan oleh lembaga survey *CSRHub* yang menghitung *rating* kinerja CSR dari 53.427 perusahaan di 156 negara di dunia. Di Indonesia sendiri, terdapat 315 perusahaan yang telah terdaftar dalam penilaian *CSRHub Rating*. Penilaian tersebut meliputi *Environment*, *Social*, dan *Governance* (ESG). Skor *CSRHub* membantu menilai kinerja perusahaan terhadap komunitas, karyawan, dan lingkungannya serta mengevaluasi kecukupan mekanisme tata kelola perusahaan (Bacha dan Ajina, 2019). *CSRHub* merupakan *Big Data Technology* atau platform global yang memuat database informasi dari data sosial terbesar dan terlengkap di dunia. Semakin besar skor kinerja CSR suatu perusahaan maka semakin besar pula perhatian perusahaan terhadap kegiatan CSR (*csrhub.com*). Terdapat enam kriteria skor CSR *performance* antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Skor CSRHub

Skor CSRHub	Kriteria Peringkat	Keterangan
0-29	Merah	Sangat rendah
30-39	Oranye	Rendah
40-49	Kuning	Cukup rendah
50-59	Hijau	Cukup tinggi
60-79	Biru	Tinggi
80-100	Ungu	Sangat tinggi

Sumber : csrhub.com.

Proses pemeringkatan pada *CSRHub* bersifat mekanis dengan menggunakan perangkat lunak yang mengkonversi secara detail data yang diterima dari masing-masing perusahaan menjadi skor 0 hingga 100. *CSRHub* memetakannya ke dalam subkategori dan masalah khusus, menormalkan data di seluruh perusahaan, lalu memproses data tersebut untuk menghasilkan peringkat. *CSRHub* membagi kinerja CSR menjadi empat kategori dan masing-masing kategori terdiri dari tiga subkategori. Sehingga total terdiri dari dua belas subkategori (*csrhub.com*).

Proses pemberian skor *CSRHub Rating* mengikuti tahap-tahap sebagai berikut (*csrhub.com*):

- 1) *Map to a central schema*. *CSRHub* telah menetapkan sejumlah topik isu khusus yang terbuka untuk menampung isu-isu CSR yang tidak sesuai dengan dua belas skema subkategori ini. *CSRHub* memetakan setiap elemen data yang diterima dari sumber data ke dalam satu atau lebih subkategori.
- 2) *Convert to a numeric scale*. Perangkat lunak *CSRHub* akan melakukan konversi ke skala numerik dan mengubahnya menjadi peringkat pada skala 0 hingga 100 (positif). Peringkat masing-masing dimensi digabungkan untuk menghasilkan rata-rata tertimbang peringkat keseluruhan (*overall CSR score*) suatu perusahaan.
- 3) *Normalize*. *CSRHub* membandingkan skor dari sumber data berbeda untuk perusahaan yang sama. Dengan menganalisis variasi antar sumber, mereka dapat menentukan biasnya. Kemudian menyesuaikan semua skor dari sumber untuk menghilangkan bias dan menciptakan penilaian yang lebih konsisten.
- 4) *Aggregate*. *CSRHub* memberi bobot pada setiap sumber berdasarkan perkiraan kredibilitas dan nilainya. Kemudian menggabungkan semua data yang tersedia pada suatu perusahaan dan menghasilkan peringkat dasar di tingkat subkategori. *CSRHub* kemudian menggabungkan peringkat ini lebih lanjut ke tingkat kategori.
- 5) *Trim*. *CSRHub* menurunkan peringkat jika mereka tidak memiliki cukup informasi. Saat ini *CSRHub* telah menilai 53.427 perusahaan di 156 negara di dunia. Namun, mereka tidak menilai sekitar 21.106 perusahaan yang tidak memiliki informasi cukup.
- 6) *CSRHub* melakukan *research* pada setiap perusahaan di dunia yang diperingkat dan berupaya menentukan industri mana yang diikutinya. *CSRHub* juga mengumpulkan informasi kontak, deskripsi bisnis perusahaan, dan lokasi situs web-nya. Informasi ini memungkinkan mereka untuk membuat rata-rata industri dari setiap negara.

CSRHub memiliki sistem kategori industri berdasarkan struktur kode NAICS (*North American Industry Classification System*). Adapun skema kategori dan subkategori pada skor *CSRHub* adalah sebagai berikut:

Table 3.5
Skema Kategori dan Subkategori Skor CSRHub

Kategori	Subkategori
<p>1. Community (Komunitas) Mencakup komitmen perusahaan dan efektivitas dalam lingkup lokal, nasional dan global komunitas di mana ia melakukan bisnis. Kategori ini mencakup hak asasi manusia perusahaan dan perlakuan terhadapnya rantai pasokan, lingkungan dan sosial, dampak produk dan layanan perusahaan, pengembangan produk, proses dan yang berkelanjutan teknologi.</p>	<p>1) Community Development and Philanthropy (Pengembangan Komunitas dan Filantropi) Mencakup hubungan antara perusahaan dan komunitas melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pemberian amal dan sumbangan barang b. Melindungi masyarakat kesehatan (penghindaran kecelakaan industri) dan pengelolaan dampak sosial dari operasinya terhadap masyarakat lokal. c. Penggunaan lahan dan bangunan perusahaan serta dampak desain terhadap perekonomian dan ekosistem lokal.
	<p>2) Product (Produk) Mencakup tanggung jawab perusahaan atas pengembangan, desain, pengelolaan produk, layanannya serta dampaknya terhadap pelanggan dan masyarakat secara luas melalui :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mengurangi biaya lingkungan, b. Menciptakan peluang pasar baru melalui teknologi atau proses baru yang berkelanjutan, dan memproduksi atau memasarkan barang dan jasa yang meningkatkan kesehatan dan kualitas hidup konsumen. c. Integritas produk dan praktik penjualan perusahaan, termasuk pelabelan dan pemasarannya, dampak sosial, dan disposisi akhir masa pakainya. d. Keamanan dan kualitas produk serta respons perusahaan terhadap masalah keamanan dan kualitas.
	<p>3) Human Rights & Supply Chain (Hak Asasi Manusia dan Rantai Pasokan) Mengukur komitmen perusahaan untuk menghormati konvensi hak asasi manusia yang mendasar melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan izin beroperasi dengan mendukung kebebasan berserikat dan mengecualikan pekerja anak, pekerja paksa atau wajib. b. Transparansi perusahaan dalam pengungkapan dan pemantauan pengadaan di luar negeri c. Hubungan perusahaan dengan penghormatan terhadap hak asasi manusia masyarakat adat di sekitar lokasi operasi

<p>2. Employees (Karyawan)</p> <p>Mencakup pengungkapan kebijakan, program, dan kinerja dalam keberagaman, hubungan kerja dan hak-hak buruh, kompensasi, tunjangan, dan pelatihan karyawan, kesehatan dan keselamatan. Evaluasi berfokus pada kualitas kebijakan dan program, kepatuhan terhadap undang-undang dan peraturan nasional, dan inisiatif pengelolaan yang proaktif.</p>	<p>1) Compensation and Benefits (Kompensasi dan Tunjangan)</p> <p>Mencakup kapasitas perusahaan untuk meningkatkan loyalitas dan produktivitas tenaga kerja melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> kompensasi dan tunjangan finansial yang bermanfaat, adil, dan setara yang melibatkan karyawan dan meningkatkan pengembangan pekerja. pertumbuhan dan stabilitas lapangan kerja jangka panjang melalui praktik promosi, praktik PHK, dan hubungan dengan karyawan pensiunan. <p>2) Diversity and Labor Rights (Keberagaman dan Hak-hak Buruh)</p> <p>Mencakup kebijakan dan praktik di tempat kerja melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Perlakuan adil dan non-diskriminatif terhadap karyawan, serta kebijakan keberagaman dalam hubungan manajemen perusahaan dan partisipasi karyawan, pelanggaran atau pola praktik anti serikat pekerja yang dilakukan <i>National Labor Relations Board</i> (NLRB) Kepatuhan terhadap hak-hak pekerja yang diakui secara internasional berdasarkan <i>International Labor Organization</i> (ILO). Kebebasan berserikat dan perlindungan hak berorganisasi, hak untuk melakukan perundingan Bersama, usia minimum untuk mempekerjakan anak; larangan terhadap kerja paksa, dan kompensasi yang setara. Menjaga keberagaman, memberikan kesempatan yang setara tanpa memandang jenis kelamin, usia, etnis, agama atau orientasi seksual, dan mendorong keseimbangan kehidupan kerja. <p>3) Training, Health and Safety (Pelatihan, Kesehatan, dan Keselamatan)</p> <p>Mencakup efektivitas perusahaan dalam menyediakan tempat kerja yang sehat dan aman melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kinerja dalam menjamin keselamatan kerja, serta pelatihan kerja, standar dan pelatihan keselamatan, dan tim keselamatan karyawan-manajemen. Program yang mendukung kesehatan, kesejahteraan dan produktivitas seluruh karyawan. Kebijakan dan program tempat kerja yang meningkatkan semangat kerja karyawan, produktivitas tempat kerja, kebijakan dan praktik perusahaan untuk melibatkan karyawan, dan pengembangan pekerja.
<p>3. Environmental (Lingkungan)</p> <p>Mencakup kinerja perusahaan terkait dengan lingkungan secara luas, termasuk penggunaan sumber daya alam, dan dampak perusahaan</p>	<p>1) Energy and Climate Change (Energi dan Perubahan Iklim)</p> <p>Mencakup efektivitas perusahaan dalam mengatasi perubahan iklim melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kebijakan dan strategi yang tepat dan energi operasi yang efisien. Pengembangan energi yang dapat diperbaharui dan alternatif teknologi lingkungan.

<p>terhadap ekosistem. Kategori ini mengevaluasi lingkungan perusahaan kinerja, kepatuhan terhadap peraturan lingkungan hidup, mitigasi lingkungan, kebijakan dan strategi yang tepat dalam mengatasi perubahan iklim, operasi hemat energi, pengembangan energi dan lingkungan, pelaksanaan program konservasi dan efisiensi sumber daya alam, program pencegahan polusi, demonstrasi strategi menuju pembangunan berkelanjutan, integrasi kelestarian lingkungan.</p>	<p>c. Penggunaan energi, emisi CO₂ dan gas rumah kaca.</p> <p>2) <i>Environment Policy and Reporting (Kebijakan dan Pelaporan Lingkungan)</i></p> <p>Mencakup kebijakan dan niat perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungan suatu perusahaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kinerja pelaporan lingkungan perusahaan, Kepatuhan terhadap standar pelaporan lingkungan seperti <i>Global Reporting Initiative</i>, dan kepatuhan terhadap permintaan investor, regulator dan transparansi terhadap pemangku kepentingan. <p>3) <i>Resource Management (Manajemen Sumber Daya)</i></p> <p>Mencakup caranya sumber daya yang efisien melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kapasitas perusahaan untuk mengurangi penggunaan material, energi atau air, dan untuk menemukannya solusi yang lebih efisien dengan meningkatkan rantai pasokannya pengelolaan. Kinerja lingkungan hidup yang dihitung dengan Rasio Intensitas Lingkungan (Eco Intensity Ratio/EIR), terkait produksi untuk air dan energi, bahan sumber daya meliputi bahan mentah dan bahan pengemasan produk, limbah dan daur ulang. Bagaimana perusahaan mengelola operasi untuk memberi manfaat bagi daerah aliran udara dan daerah aliran sungai, dan bagaimana perusahaan berdampak pada penggunaan lahan dan stabilitas ekologi lokal.
<p>4. <i>Governance (Tata Kelola)</i></p> <p>Berfokus pada komitmen manajemen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Mencakup pengungkapan kebijakan dan prosedur, independensi dan keberagaman dewan, kompensasi eksekutif, perhatian terhadap</p>	<p>1) <i>Board (Dewan)</i></p> <p>Mencakup efektivitas perusahaan dalam mengikuti praktik prinsip <i>good corporate governance</i> melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Efektivitas dalam prinsip tata kelola yang terkait dengan keanggotaan dewan, pengambilan keputusan independen melalui pengalaman, anggota dewan yang beragam dan independen, efektivitas terkait fungsi dewan, struktur komite dewan dan komposisi. Bagaimana perusahaan menyediakan pengelolaan yang kompetitif dan proporsional, kompensasi dan kemampuannya untuk memberi insentif kepada eksekutif dan anggota dewan untuk mencapai target keuangan.

kekhawatiran pemangku kepentingan, evaluasi budaya kepemimpinan etis perusahaan dan kepatuhan. Kategori ini menilai faktor-faktor seperti kebijakan dan praktik perusahaan yang selaras dengan sasaran keberlanjutan; apakah pengelolaan perusahaan transparan kepada pemangku kepentingan; apakah karyawan dilibatkan secara tepat dalam manajemen perusahaan; apakah prinsip keberlanjutan terintegrasi dari atas ke bawah dalam operasi perusahaan.	<p>2) Leadership Ethics (Etika Kepemimpinan)</p> <p>Mengukur bagaimana perusahaan mengelola hubungannya dengan berbagai <i>stakeholders</i> termasuk investor, pelanggan, komunitas, dan regulator melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Efektivitas kinerja perusahaan dalam memperlakukan pemegang sahamnya secara adil. Komitmen perusahaan dan efektivitas menuju visi mengintegrasikan sosial dan aspek lingkungan ke dalam prinsip keberlanjutan
	<p>3) Transparency and Reporting (Transparansi dan Pelaporan)</p> <p>Menilai apakah kebijakan dan praktik perusahaan selaras dengan tujuan keberlanjutan melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pengelolaan perusahaan transparan kepada pemangku kepentingan, karyawan dengan tepat terlibat dalam manajemen perusahaan, dan melakukan laporan keberlanjutan yang mematuhi standar dalam <i>Global Reporting Initiative</i>, dan apakah laporan tersebut tersedia untuk umum. Evaluasi jaminan (audit pihak ketiga) dari keakuratan, kelengkapan, dan keandalan Keberlanjutannya atau Laporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Sumber : *csrhub.com*

Untuk mendapatkan skor kinerja CSR secara keseluruhan, *CSRHub* merumuskan skor *CSRHub Rating* sebagai berikut (*csrhub.com*):

$$\text{Skor } CSRHub \text{ Rating} = \frac{\text{Total Skor Kategori CSR}}{4}$$

Dimana :

Total skor kategori CSR = Skor kategori komunitas + skor kategori karyawan + skor kategori lingkungan + skor kategori tata kelola

Adapun penjelasan rumus untuk setiap kategori CSR adalah sebagai berikut :

- Total skor kategori komunitas = Skor subkategori pengembangan komunitas dan filantropi + skor subkategori rantai pasokan dan Hak Asasi Manusia + skor subkategori produk

$$\text{Skor kategori komunitas} = \frac{\text{Total skor subkategori komunitas}}{3}$$

- 2) Total skor kategori karyawan = Skor subkategori kompensasi dan tunjangan + skor subkategori keberagaman dan hak-hak buruh + skor subkategori pelatihan, kesehatan, dan keselamatan kerja

$$\text{Skor kategori karyawan} = \frac{\text{Total skor subkategori karyawan}}{3}$$

- 3) Total skor kategori lingkungan = Skor subkategori energi dan perubahan iklim + skor subkategori kebijakan dan pelaporan lingkungan + skor subkategori manajemen sumber daya

$$\text{Skor kategori lingkungan} = \frac{\text{Total skor subkategori lingkungan}}{3}$$

- 4) Total skor kategori tata kelola = Skor subkategori dewan + skor subkategori etika kepemimpinan + skor subkategori transparansi dan pelaporan

$$\text{Skor kategori tata kelola} = \frac{\text{Total skor subkategori tata kelola}}{3}$$

3.4.2 *Intellectual Capital*

Intellectual capital diukur dengan menggunakan VAIC (*Value Added Intellectual Capital*). VAIC merupakan instrumen untuk mengukur kinerja *intellectual capital* perusahaan yang terdiri dari tiga sub komponen, yaitu *Value Added Capital Employed* (VACA), *Value Added Human Capital* (VAHU), dan *Structural Capital Value Added* (STVA). Semakin tinggi nilai VAIC artinya perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan aset intelektualnya untuk menghasilkan nilai tambah (Dalwai *et al.*, 2021).

VAIC dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{VAIC} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing komponen VAIC dan cara perhitungannya (Pulic,1998) :

1) *Value Added Capital Employed (VACA)*

VACA merupakan rasio *value added* terhadap *capital employed* yang menunjukkan seberapa efisien modal fisik digunakan. Rasio VACA adalah indikator efisiensi nilai tambah atas modal yang digunakan perusahaan dan mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya berupa *capital asset*. Perusahaan dikatakan berhasil mengelola *capital employed* ketika komponen ini menghasilkan *return* yang besar. VACA *Value Added Capital Employed (VACA)* diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$VACA = VA/CA$$

Di mana :

VACA = *Value Added Capital Employed*

VA = *Value Added* merupakan total penjualan dan pendapatan dikurangi dengan beban penjualan dan total beban operasional (selain beban karyawan atau biaya tenaga kerja)

CA = *Capital Employed* merupakan dana yang dimiliki perusahaan yaitu ekuitas dan laba bersih.

2) *Value Added Human Capital (VAHU)*

VAHU adalah rasio *value added* terhadap *human capital*. VAHU merupakan indikator kualitas talenta perusahaan yang mengindikasikan kemampuan tenaga kerja untuk menghasilkan nilai bagi perusahaan dari dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tersebut. Perusahaan dengan staf yang berkualitas dapat dengan mudah menciptakan *value added*. Hal ini berbanding lurus dengan kompensasi yang diterima oleh seorang pegawai atau pekerja berupa gaji atau upah. *Value Added Human Capital (VAHU)* diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$VAHU = VA/HC$$

Di mana :

VAHU = *Value Added Human Capital*

VA = *Value Added* merupakan total penjualan dan pendapatan dikurangi dengan beban penjualan dan total beban operasional (selain beban karyawan atau biaya tenaga kerja)

HC = *Human Capital* merupakan total gaji dan upah, biaya tunjangan dan bonus, insentif, biaya pelatihan dan seminar, biaya perjalanan dinas, biaya pengembangan dan riset.

3) *Structural Capital Value Added (STVA)*

STVA adalah rasio *Structural Capital* terhadap *Value Added*. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan struktural yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menciptakan *value added*. *Structural Capital Value Added (STVA)* diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$STVA = SC/VA$$

Di mana :

STVA = *Structural Capital Value Added*

SC = *Structural Capital* adalah VA – HC

VA = *Value Added* merupakan total penjualan dan pendapatan dikurangi dengan beban penjualan dan total beban operasional (selain beban karyawan atau biaya tenaga kerja).

Interpretasi dari nilai VAIC adalah sebagai berikut (Ulum, 2017):

- a. Nilai VAIC dianggap baik jika memiliki nilai > 3. Nilai VAIC lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan lebih efisien dalam menciptakan nilai tambah dari modal intelektualnya. Perusahaan dengan VAIC yang lebih tinggi cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar dan kemampuan inovasi yang lebih baik.
- b. Nilai VAIC dianggap kurang baik jika memiliki nilai < 1. Nilai VAIC lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang efisien dalam memanfaatkan modal intelektualnya untuk menciptakan nilai tambah.

- c. VAIC antara 1 dan 3 menunjukkan kinerja yang baik dan efisiensi yang cukup dalam penggunaan modal intelektual.

3.4.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan logaritma natural dari total aset. Logaritma natural digunakan bertujuan untuk meminimalisir data dengan fluktuasi yang berlebihan. Penggunaan logaritma natural juga bertujuan menyederhanakan jumlah aset yang kemungkinan mencapai nominal triliunan rupiah tanpa merubah proporsi sebenarnya (Dalwai *et al.*, 2021). Rumus ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

Ukuran perusahaan = \ln x total asset

b. Umur Perusahaan

Umur perusahaan diukur menggunakan umur perusahaan dari tanggal perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bacha dan Ajina, 2019) dengan rumus sebagai berikut:

Umur perusahaan = tahun perusahaan melakukan tutup buku – tahun perusahaan terdaftar di BEI

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Adapun Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan *software SPSS 21*.

3.5.1 Statistika Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan informasi atau gambaran mengenai data yang dimiliki. Analisis ini digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan. Pengukuran yang digunakan statistik

deskriptif ini meliputi nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi, (Ghozali, 2016).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi memiliki beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi untuk menghasilkan estimasi yang baik atau dikenal dengan *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian asumsi klasik meliputi beberapa uji yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel dependen untuk setiap nilai variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang layak digunakan adalah berdistribusi normal. Apabila data tidak berdistribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat hubungan antara variabel independen. Model regresi yang layak digunakan adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas. Jika terdapat korelasi yang tinggi pada variabel independen, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi terganggu. Untuk mendeteksi multikolinearitas dalam model regresi dilakukan dengan cara menganalisis nilai *Tolerance* (T) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $T > 0,10$ dan nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $T < 0,10$ dan nilai $VIF > 10$, maka terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika pada model dijumpai heteroskedastisitas, maka akan membuat varians residual dari variabel tidak konstan (tidak homoskedastisitas), sehingga menyebabkan model menjadi tidak efisien meskipun tidak bias dan konsisten. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Uji Glejser*. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka terjadi tidak gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi yang lain. Masalah autokorelasi menyebabkan model menjadi tidak efisien meskipun masih tidak bias dan konsisten. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat gejala autokorelasi. Uji autokorelasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Run Test*. *Run Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak sistematis.

Pengambilan keputusan pada *uji Run Test* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala autokorelasi.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menguji pengaruh variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility Performance* dan *Intellectual Capital* terhadap variabel dependen yaitu *Readability Annual Report*, serta ukuran perusahaan dan umur perusahaan sebagai variabel kontrol. Adapun model regresi dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Readability = \alpha + \beta_1 CSR P + \beta_2 IC + \beta_3 SIZE + \beta_4 AGE + \varepsilon$$

Di mana :

α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi variabel independen
CSR P	= <i>Corporate Social Responsibility Performance</i>
IC	= <i>Intellectual Capital</i>
SIZE	= Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol
AGE	= Umur perusahaan sebagai variabel kontrol
ε	= <i>Error</i>

3.5.4 Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi nilai dari variabel independen. Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *Adjusted R²*. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati nilai satu maka hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan seluruh variabel independen dalam suatu model penelitian semakin baik untuk menjelaskan atau memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersamaan akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menurut (Ghozali, 2016) kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Uji statistik t menjelaskan tentang besaran pengaruh dari suatu variabel independen secara parsial untuk menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghozali (2016) kriteria pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai probabilitas (t-statistic) $> 0,05$, maka variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas (t-statistic) $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility Performance* dan *Intellectual Capital* terhadap *Readability Annual Report*. Adapun keterbaruan dari penelitian ini adalah peneliti mengajukan kebaruan dalam perhitungan skor *Readability Annual Report* dan skor *Corporate Social Responsibility Performance*. Penelitian tentang *readability* sebagian besar berasal dari negara maju yang menjadikan bahasa Inggris sebagai bahasa utama dalam penyusunan *annual report*, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan *annual report* berbahasa Indonesia. Selain itu, pada penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan fog index dan FRE (*Flesch Reading Ease*) index untuk mengukur skor *readability*, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan flesch kincaid index yang merupakan pengembangan dari FRE index. Selanjutnya, kebaruan dalam perhitungan skor *Corporate Social Responsibility Performance* yaitu peneliti mengadopsi indikator global *Big Data Technology CSRHub Rating* untuk mengevaluasi kinerja CSR.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *readability annual report*. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan kinerja CSR yang baik akan menyajikan *annual report* yang lebih mudah dibaca. Perusahaan yang terlibat dalam praktik CSR cenderung memberikan pengungkapan transparan dengan keterbacaan lebih tinggi karena hal ini mencerminkan perilaku yang bertanggung jawab secara sosial dan komitmen perusahaan terhadap standar etika yang tinggi. Perusahaan dengan kinerja CSR yang baik

sering kali menggunakan grafik, tabel, dan visualisasi data lainnya untuk menggambarkan dampak sosial dan lingkungan mereka untuk membuat *annual report* menjadi lebih menarik, mudah dibaca dan dipahami.

- b. Hasil penelitian membuktikan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *readability annual report*. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan kinerja *intellectual capital* yang baik akan menyajikan *annual report* yang lebih sulit dibaca. Perusahaan dengan *intellectual capital* yang tinggi memiliki operasi yang lebih kompleks, teknologi yang canggih, dan produk atau layanan yang inovatif. Hal ini menyebabkan perusahaan cenderung menggunakan bahasa yang sangat teknis dengan banyak istilah khusus mengenai proses bisnis dan teknologi yang digunakan untuk menunjukkan keunggulan mereka. Akibatnya, *annual report* menjadi lebih sulit dipahami oleh pembaca umum yang tidak memiliki latar belakang teknis yang kuat. Selain itu, ketika perusahaan memiliki kinerja *intellectual capital* yang baik, mereka akan cenderung melakukan pengungkapan melalui narasi yang lebih kompleks dalam *annual report*. Strategi ini dilakukan agar *intellectual capital* tidak mudah dipahami dan ditiru oleh pesaing, karena *intellectual capital* merupakan sumber daya yang bersifat unik yang dapat memberikan nilai tambah dan keunggulan bagi perusahaan di pasar kompetitif.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan pengukuran *CSR Performance* dari *Big Data Technology CSRHub Rating* yang bersifat internasional. *CSRHub Rating* mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan konteks lokal atau tantangan spesifik yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia. Selain itu, standar internasional mungkin tidak selalu sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan di Indonesia.

- b. Tidak semua perusahaan di Indonesia memiliki data yang tersedia atau terukur oleh *CSRHub*, hal ini yang dapat menyebabkan bias dalam analisis. Praktik dan persepsi CSR dapat berbeda secara signifikan antar negara. Indikator yang dianggap penting di tingkat internasional mungkin tidak sepenuhnya relevan atau prioritas di Indonesia.
- c. *Readability annual report* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *flesch kincaid index*, di mana index ini menggunakan panjang kata dan panjang kalimat sebagai indikatornya. Kalimat yang memiliki kata-kata yang panjang dan kata-kata yang memiliki lebih dari tiga suku kata akan dianggap kompleks dan rumit, meskipun menurut persepsi pembaca tidak semua kata-kata rumit adalah kata-kata yang sulit untuk dibaca. Hal ini menyebabkan kompleksitas teks yang lebih tinggi.
- d. *Flesch kincaid index* menilai kalimat yang lebih pendek pada dasarnya lebih sederhana. Namun, kalimat pendek yang berisi bahasa serapan atau istilah asing mungkin terbukti lebih sulit dipahami dibandingkan kalimat panjang yang ditulis dalam bahasa Indonesia biasa.
- e. Penelitian ini hanya menguji tingkat keterbacaan *annual report* dan tidak menguji pengaruhnya terhadap respon pasar.
- f. Interpretasi nilai *intellectual capital* masih bersifat relatif, tergantung pada jenis industri atau perusahaan sejenis. Hal ini menyebabkan nilai VAIC antara satu industri tidak dapat digeneralisasikan ke dalam industri yang lain karena karakteristik dan dinamika masing-masing sektor yang berbeda.
- g. Penelitian ini menggunakan *annual report* untuk menguji tingkat keterbacaan, namun pada praktiknya saat ini investor cenderung lebih dominan menggunakan laporan MD&A (*Management's Discussion and Analysis*) untuk menganalisis kinerja keuangan dan operasional perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang peneliti temui, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan metode pengukuran CSR *performance* lainnya seperti *Sustainalytics Rating* dan *CSR Award* yang mungkin lebih relevan dengan kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan pada perusahaan di Indonesia.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan index *readability* lainnya untuk menilai tingkat keterbacaan, seperti *Flesch Reading Ease (FRE) Index*, *Gunning Fog Index*, *Bog Index*, dan *Lix Index* yang mungkin lebih relevan dengan *annual report* dalam Bahasa Indonesia.
- c. Penelitian selanjutnya dapat mengajukan uji tambahan mengenai bagaimana dampak dari *readability annual report* terhadap respon pasar.
- d. Penelitian selanjutnya dapat mengajukan variasi variabel dependen seperti *readability* pada laporan MD&A (*Management's Discussion and Analysis*).
- e. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan objek penelitian seperti perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abshari, F. R., dan Rahman, A. (2020). *Manajemen Laba Riil dan Keterbacaan Laporan Tahunan*. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 12(1), 35–43.
- Adelberg, A.H. 1979. *Narrative Disclosures Contained in Financial Reports: Means of Communication or Manipulation? Accounting and Business Research* 9, 179–190. <https://doi.org/10.1080/00014788.1979.9729157>.
- Adhariani, D., and du Toit, E. 2020. *Readability of Sustainability Reports: Evidence from Indonesia*. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 10(4), 621–636. <https://doi.org/10.1108/JAEE-10-2019-0194>.
- Ahangar, Reza Gharoi. 2011. *The Relationship Between Intellectual Capital and Financial Performance: An Empirical Investigation in an Iranian Company*. *African Journal of Business Management* Vol. 5(1), pp. 88-95. <http://www.academicjournals.org/AJBM>. DOI: 10.5897/AJBM10.712.
- Ajina, A., Laouiti, M., and Msolli, B. 2016. *Research in International Business and Finance Guiding through the Fog : Does Annual Report Readability Reveal Earnings Management? Research in International Business and Finance*, 38, 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.07.021>.
- Alvia, Liza., J. Hartono, S. Ali, and R. Nurhayati. 2019. *Information Disclosure Readability, Cognitive Style, and Investment Decision Making : A Web Experimental Study*. Vol. 135, no. Aicmb, pp. 133–138, 2020.
- Alvia, Liza dan Jogyanto Hartono. 2022. *Analysis of the Quality of Corporate Information Disclosure: Relevance, Credibility, and Readability in the Digital Disclosure Environment (A Critical Study on the Implementation of POJK No. 8 and 31 of 2015)*. DOI 10.4108/eai.7-10-2021.2316248.
- Bacha, S. and Ajina, A. 2019. *CSR Performance and Annual Report Readability: Evidence from France*. *Corporate Governance*, Vol. 20 No. 2, pp. 201-215. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2019-0060>.
- Barney, Jay B., 1986. *Organization Culture: Can it be a Source of Sustained Competitive Advantage? Academy of Management Review*, Vol. 11, pp. 656.
- Barney, Jay B and Clark, Delwyn N. 2007. *Resource Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press.
- Ben-Amar, Walid, & Ines Belgacem. 2018. *Do Socially Responsible Firms Provide More Readable Disclosures in Annual Reports? CPA Canada Accounting and Governance Research Centre, Telfer School of Management, University of Ottawa, Canada. Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 1009–1018. <https://doi.org/10.1002/csr.1517>.

- Bertrand, Marianne dan Schoar Antoinette. 2003. *Managing with Style: The Effect of Managers on Firm Policies*. *The Quarterly Journal of Economics* Vol. 118, No. 4 (Nov., 2003), pp. 1169-1208 (40 pages). Published By: Oxford University Press. <https://www.jstor.org/stable/25053937>.
- Bloomfield, D. R. 2008. *Discussion of Annual Report Readability, Current Earnings, and Earnings Persistence*. *Journal of Accounting and Economics*, 45, 248–252. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jacceco.2008.04.002>.
- Bonsall, A. J. Leone, B. P. Miller, and K. Rennekamp. 2017. *A plain English measure of financial reporting readability*. *Journal Account. Econ.*, doi: 10.1016/j.jacceco.2017.03.002.
- Brennan, N. M., & Merkl-davies, D. M. 2018. *Do Firms Effectively Communicate with Financial Stakeholders? A Conceptual Model of Corporate Communication in a Capital Market Context*. *Accounting and Business Research*, 48(5), 553--577. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470143>.
- Brennan, N. M. & Merkl-davies, D. M. 2013. *Accounting Narratives and Impression Management In The Routledge Companion to Communication in Accounting*. Quinn School of Business, University College Dublin, Ireland. Chapter 8, pp. 109-132.
- Clatworthy, M., & Jones, MJ 2001. *The Effect of Thematic Structure on the Variability of Annual Report Readability*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 14 No. 3, 2001, pp. 311-326. <https://doi.org/10.1108/09513570110399890>.
- Courtis J. K. 1998. *Annual Report Readability Variability: Tests of the Obfuscation Hypothesis*. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>.
- Dalwai, Tamanna et. al. 2021. *Does Intellectual Capital and Corporate Governance Have an Impact on Annual Report Readability? Evidence from an Emerging Market*. *International Journal of Emerging Markets*. doi:10.1108/IJOEM-08-2020-0965.
- Efretuei, E., Usoro, A., & Koutra, C. 2021. *Complex Information and Accounting Standards: Evidence from UK Narrative Reporting*. *South African Journal of Accounting Research*, 0(0), 1–24. <https://doi.org/10.1080/10291954.2021.1970450>.
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. 1983. *Agency Problems and Residual Claims*. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 327-349.
- Freeman, R. Edward dan McVea, John. 1984. *Strategic management: A Stakeholder Approach to Strategic Management*. Working Paper. No. 1(p. 46). Boston: Pitman.
- Freeman, R. Edward dan Dmytriiev, Sergiy. 2017. *Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other*, *Symphonya. Emerging Issues in Management* (symphonya.unimib.it), Vol. 2, PP : 7-15. ISSN: 1593-0319.

- Garriga, E. Mele, D. 2004. *Corporate Social Responsibility Theories-Mapping the Territory*. *Journal of Business Ethics* 53 (1): 52-55.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit.
- Ginesti, G., Drago, C., Macchioni, R., & Sannino, G. 2018. *Female Board Participation and Annual Report Readability in Firms with Boardroom Connections*. *Gender in Management*, 33(4), 296–314. <https://doi.org/10.1108/GM-07-2017-0079>.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics. In Introductory Econometrics: A Practical Approach* (5th ed.). The McGraw-Hill.
- Gunning, R., 1952. *The Technique of Clear Writing*. McGraw-Hill International Book Co., New York, NY.
- Guthrie, J and R.Petty. 2000. *Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices*. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (3) : 241-251.
- Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K., & Ricceri, F. 2004. *Using Content Analysis as a Research Method to Inquire into Intellectual Capital Reporting*. *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 282–293. <https://doi.org/10.1108/14691930410533704>.
- Harjoto, Agus. 2017. *Corporate Social Responsibility and Degrees of Operating and Financial Leverage*. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 2017, vol. 49, issue 2, No 8, 487-513. [doi: 10.1007/s11156-016-0598-5](https://doi.org/10.1007/s11156-016-0598-5).
- Hassan Mohammadzadeh Moghadam, Mahdi Salehi, Zohreh Hajiha. 2023. *The relationship between intellectual capital and financial statements readability: the role of management characteristics*. *Journal of Facilities Management*, Vol. 21 No. 2, pp. 221-241. <https://doi.org/10.1108/JFM-08-2021-0088>.
- Hassan, M.K., Abu Abbas, B. and Garas, S.N. 2019. *Readability, Governance and Performance: a Test of the Obfuscation Hypothesis in Qatari Listed Firms*. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*. Vol. 19 No. 2, pp. 270-298. <https://doi.org/10.1108/CG-05-2018-0182>.
- Itami, H. 1987. *Mobilizing Invisible Assets*. London, United Kingdom: Harvard University Press.
- Javaid Lone, E., Ali, A., & Khan, I. 2016. *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Pakistan*. *Corporate Governance (Bingley)*, 16(5), 785–797.
- Jensen, M., C., dan W. Meckling. 1976. *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal of Finance Economic* 3:305-360.

- Jensen, M and Michael. 2001. *Value Maximization, Stakeholders Theory, and The Corporate Objective Function*. Working Paper; No. 01-09, Harvard Business School, pp. 1-21.
- Jin-hui Luo, Xue Li, Huayang Chen. 2018. *Annual Report Readability and Corporate Agency Costs*. *China Journal of Accounting Research*.
- Jones, Thomas M. 1995. *Instrumental Stakeholder Theory - a Synthesis of Ethics and Economics*. *Academy of Management Review*, Vol. 20 No.2, pp.404-37.
- Jones, M. J., & Shoemaker, P. A. 1994. *Accounting Narratives: A Review of Empirical Studies of Content and Readability*. *Journal of Accounting Literature*, 13, 142.
- Jones, S., Frost, G., Loftus, J. & Van der Laan, S. 2013. *An Empirical Examination of the Market Returns and Financial Performance of Entities Engaged in Sustainability Reporting*. *Australian Accounting Review*, 17(1), 78-87.
- Kamath, G. B. 2015. *Impact of Intellectual Capital on Financial Performance and Market Valuation of Firms in India*. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 48(1997), 107–122.
- Kim, Y., Park, M. S., & Weir, B. 2012. *Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?* *The Accounting Review*, 87(3), 761–796.
- Lehavy, R., Li, F., & Merkley, K. (2011). *The Effect of Annual Report Readability on Analyst Following and the Properties of their Earnings Forecasts*. *Accounting Review*, 86, 1087–1115. <https://doi.org/10.2308/accr.00000043>
- Li, Feng. 2008. *Annual Report Readability, Current Earnings, and Persistence*. *Journal of Accounting and Economic*, Vol. 45 Nos 2/3, pp. 221-247. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2008.02.003>.
- Lim, E. K., Chalmers, K., & Hanlon, D. 2018. *The Influence of Business Strategy on Annual Report Readability*. *Journal of Accounting and Public Policy*, 37(1), 65–81. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2018.01.003>.
- Linsley and M. J. Lawrence. 2007. *Risk reporting by the largest UK companies: Readability and lack of obfuscation*. *Accounting, Audit. Account. J.*, vol. 20, no. 4, pp. 620–627. doi: 10.1108/09513570710762601.
- Lo, K., Ramos, F., & Rogo, R. 2017. *Earnings Management and Annual Report Readability*. *Journal of Accounting and Economics*, 63(1), 1–25. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2016.09.002>.
- Loughran, T., & McDonald, B. 2014. *Measuring Readability in Financial Disclosures*. *Journal of Finance*, 69(4), 1643–1671. <https://doi.org/10.1111/jofi.12162>.
- Loughran, T., & McDonald, B. 2016. *Regulation and Financial Disclosure: The Impact of Plain English*. *Journal of Regulatory Economics*, 45(1), 94–113. <https://doi.org/10.1007/s11149-013-9236-5>.

- Luo, J., Li, X., & Chen, H. 2018. *Annual Report Readability and Corporate Agency Costs*. *China Journal of Accounting Research*, 11(3), 187–212. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2018.04.001>.
- Marquez-Illescas, G., Zebedee, A.A. and Zhou, L. 2019. *Hear Me Write: Does CEO Narcissism Affect Disclosure?* *Journal of Business Ethics*, Vol. 159 No. 2, pp. 401-417.
- Martinez-Ferrero, J., Ruiz-Cano, D., & Garcia- Sanchez, I. M. 2015. *The Causal Link Between Sustainable Disclosure and Information Asymmetry: The Moderating Role of the Stakeholder Protection Context*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-14.
- McWilliams, A., Siegel, D., Wright, P. 2006. *Corporate Social Responsibility: Strategic Implications*. *Journal of Management*, Stud. 43 (1), 1e18.
- Melo, T., & Garrido-Morgado, A. 2012. *Corporate Reputation: A Combination of Social Responsibility and Industry*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(1), 11–31. <https://doi.org/10.1002/csr.260>
- Merkel Davies, D. M., Brennan, N. 2007. *Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management*. *Journal of Accounting Literature*, 26: 116–196.
- Moreno, Alonso & Araceli Casasola. 2015. *A Readability Evolution of Narratives in Annual Reports: A Longitudinal Study of Two Spanish Companies*. *Journal of Business and Technical Communication*. University of de Jaen, Spanyol. <https://doi.org/10.1177/1050651915620233>.
- Muslu Volkan, Radhakrishnan Suresh, K.R Subramanyam, Dongkuk Lim. 2015. *Forward-Looking MD&A Disclosures and the Information Environment*. *Management Science* 61(5):931-948. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.2014.1921>.
- Nazari Jamal, Karel Hrazdil, and Fereshteh Mahmoudian. 2017. *Assessing Social and Environmental Performance Through Narrative Complexity in CSR Reports*. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, Vol. 13 No. 2, pp. 166-178. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002>.
- Neysi, Sajedeh Hasannejad, et al. 2012. *The Importance of Intellectual Capital Disclosure*. *International Journals of Business and Social Science*, Vol 3 No. 15, 307-310.
- Odriozola, M. D., & Baraibar-Diez, E. 2017. *Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 121-132. <https://doi.org/10.1002/csr.1399>
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. 2016. *Surat Edaran Nomor 30/SEOJK.04/2016 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik*. https://ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/surat-edaran-ijk/Documents/SAL%20-%20SEOJK_Laporan%20Tahunan%20Emiten.pdf.

- Pablos, Patricia. 2002. *Evidence of Intellectual Capital Measurement from Asia, Europe and the Middle East*. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 287–302. <https://doi.org/10.1108/14691930210435624>.
- Plewa *et al.*, 2015. *The Impact of Corporate Volunteering on CSR Image: A Consumer Perspective*. *Journal of Business Ethics* Vol. 127 No.3. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2066-2>.
- Pulic, A. 1998. *Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy. Paper Presented at the 2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Capital*.
- Rennekamp, K. 2012. *Processing Fluency and Investors' Reactions to Disclosure Readability*. *Journal of Accounting Research*, 50(5), 1319–135. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2012.00460.x>
- Setiawan, R. and Prawira, B. Y. 2018. *Intellectual Capital and The Performance of Manufacturing Companies in Indonesia*. *Jurnal Magister Manajemen* 7(3), 13- 28. <http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v7i3.312>.
- Schneider, A. and Samkin, G. 2008. *Intellectual Capital Reporting By the New Zealand Local Government Sector*. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9 No. 3. <http://dx.doi.org/10.1108/14691930810892036>
- Shuibin Gu, Regina Naa Amua Dodoo. 2020. *The Impact of Firm Performance on Annual Report Readability: Evidence from Listed Firms in Ghana*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy* Vol 22, No 3. <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/2097>
- Smith, Malcolm and Taffler Richard. 1992. *The Chairman's Statement and Corporate Financial Performance*. *Journal of Accounting and Finance* 75-90. School of Economics and Commerce, Murdoch University, Perth, WA and City University Business School, London, respectively.
- Supriatna Nono, Arvian Triantoro, dan Rukniati Rustand. 2013. *Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2009-2011*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Vol.1, No.1, 2013*.
- Syaipudin, Usep. 2018. *Analisi Determinan Faktor Intellectual Capital Disclosure (ICD) dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Industri Perbankan Di Beberapa Negara ASIA)*. Disertasi Program Pascasarjana Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia.
- Thoms, C., Degenhart, A., & Wohlgemuth, K. 2020. *Is Bad News Difficult to Read? A Readability Analysis of Differently Connoted Passages in the Annual Reports of the 30 DAX Companies*. *Journal of Business and Technical Communication*, 34(2), 157–187. <https://doi.org/10.1177/1050651919892312>.

- Torugsa, N. A., O'Donohue, W., and Hecker, R. 2013. *Proactive CSR: An Empirical Analysis of the Role of its Economic, Social and Environmental Dimensions on the Association between Capabilities and Performance*. *Journal of Business Ethics*, 115(2), 383-402. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1405-4>
- Ulum, I. 2017. *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan dan Kinerja Organisasi*. UMM Press.
- Vergauwen, Philip., Laury Bollen, dan Els Oirband. 2007. *Intellectual Capital Disclosure and Intangible Value Drivers: An Empirical Study*, *Management Decision*, vol. 45 No. 7, pp. 1163-1180.
- Watts and Zimmerman. 1986. *Positive Accounting Theory*, Prentice.
- Wernerfelt. 1984. *A Resource-Based View of the Firm*. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- You, H., & Zhang, X. (2009). *Financial Reporting Complexity and Investor Underreaction to 10-K Information*. *Review of Accounting Studies*, 14(4), 559–586. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.985365>.

www.crshub.com

www.idx.co.id

www.goodcalculator.com

www.gunning-fog-index.com