

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan (*Agency theory*)

Teori keagenan (*Agency theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama. Scott (2000) menyatakan bahwa perusahaan mempunyai banyak kontrak, misalnya kontrak kerja antara perusahaan dengan para manajernya dan kontrak pinjaman antara perusahaan dengan krediturnya. Kontrak kerja yang dimaksud adalah kontrak kerja antara pemilik modal dengan manajer perusahaan. Dimana antara agent dan principal ingin memaksimalkan utility masing-masing dengan informasi yang dimiliki.

Manajemen merupakan agen dari pemegang saham, sebagai pemilik perusahaan. Para pemegang saham berharap agen akan bertindak atas kepentingan mereka sehingga mendelegasikan wewenang kepada agen. Untuk dapat melakukan fungsinya dengan baik, manajemen harus diberikan insentif dan pengawasan yang memadai. Pengawasan dapat dilakukan melalui cara-cara seperti pengikatan agen, pemeriksaan laporan keuangan, dan pembatasan terhadap keputusan yang dapat diambil manajemen. Kegiatan pengawasan tentu saja membutuhkan biaya yang disebut dengan biaya agensi (*agency cost*). Biaya agensi adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual perusahaan dengan kreditor dan pemegang saham. (Horne, 2005: 482)

Jensen dan Meckling (1976) telah mengembangkan suatu perlakuan analitis terhadap hubungan manajer dan pemilik. Dalam temuannya, ada konflik kepentingan jika seorang manajer memiliki saham yang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah saham perusahaan, yang menimbulkan agency problem. Kepemilikan sebagian menyebabkan manajer tidak mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan kemakmuran pemilik untuk mengatasi agency problem ini dibutuhkan tambahan biaya yang disebut agency cost.

2.2 Teori Signal (*Signaling Theory*)

Teori signal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal (Sari dan Zuhrotun, 2006). Teori signal juga mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan signal-signal kepada pengguna laporan keuangan. Wolk *et al.* (2004) dan mengungkapkan bahwa sinyal yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan nantinya akan memengaruhi investor dalam mengambil keputusan. Signal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Signal dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lainnya. (Ludigdo dkk, 1999). Signal dikatakan sebagai suatu langkah yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk ditujukan kepada para investor tentang cara pandang manajemen terhadap prospek di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2006:40).

Laporan keuangan seharusnya memberikan informasi yang berguna bagi investor dan kreditor untuk membuat keputusan investasi, kredit, dan keputusan sejenis. Informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan para pelaku bisnis. Informasi yang lengkap, akurat, dan tepat waktu

sangat diperlukan oleh investor dan kreditur untuk menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*), untuk mengambil keputusan investasi dan kredit. Jika informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terjadi perubahan harga saham yang mengakibatkan harga saham menjadi naik. Oleh karena itu, manajemen perusahaan sebagai pihak yang memiliki informasi lebih baik memberikan tanda atau sinyal kepada investor tentang prospek perusahaan dimasa mendatang.

2.3 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder theory is managerial in that it reflects and directs how managers operate rather than primarily addressing management theorists and economists (Freeman dkk, 2004). Dapat di artikan bahwa teori *stakeholder* mencerminkan dan mengarahkan bagaimana manajer beroperasi daripada mengutamakan dalam menangani manajerial secara teoritis. Menurut Freeman (1994) fokus dari teori *stakeholder* yang di artikulasikan dalam dua inti pertanyaan yaitu yang pertama adalah apakah tujuan dari perusahaan dan yang kedua adalah apakah manajemen telah bertanggung jawab terhadap pemangku kepentingan. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. *Stakeholder* yang dimaksud adalah pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak lainnya yang ikut serta dalam proses pencapaian tujuan perusahaan.

Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Chariri dan Ghozali, 2007). Teori *stakeholder* telah menjelaskan mengenai yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial kepada masyarakat, dimana perusahaan itu melakukan kegiatannya. Oleh karena itu, *stakeholder theory* sangat mendasari dalam praktek *corporate social responsibility*.

2.4 Keinformatifan Laba (*Earnings Informativeness*)

Sanchez dkk (2016) menyebutkan “*earnings informativeness means that information provided to a firm’s stakeholders is more relevant to their decision making*”. Berarti, keinformatifan laba adalah informasi yang lebih relevan yang diberikan kepada stakeholder untuk mengambil sebuah keputusan yang lebih baik. Adapun Menurut Roychowdhury dan Sletten (2012) menyebut laba yang informatif sebagai keinformatifan laba yang didefinisikan sebagai kemampuan laba dalam periode berjalan yang dapat membantu investor dalam menentukan tingkat pengembalian atau *return* di masa depan.

Penelitian yang dilakukan Ball dan Brown (1968) merupakan penelitian awal yang menjelaskan hubungan informasi laba akuntansi dan harga saham. Ketika perusahaan mengumumkan laba yang mengalami kenaikan, maka akan terjadi kecenderungan perubahan positif pada harga saham dan sebaliknya jika laba mengalami penurunan maka akan terjadi perubahan negatif pada harga saham. Secara umum penelitian yang dilakukan Ball dan Brown ini menunjukkan bahwa laba akuntansi yang dipublikasikan melalui laporan keuangan bermanfaat bagi para investor atau mempunyai kandungan informasi. Penelitian ini kemudian mendorong dilakukannya penelitian-penelitian yang sejenis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara laba akuntansi dengan harga saham.

Lennox dan Park (2006) menyatakan salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur reaksi pemegang saham terhadap keinformatifan laba akuntansi adalah koefisien respon laba (*earnings response coefficient*). ERC berguna dalam analisis fundamental oleh investor, dalam model penilaian untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba perusahaan.

Pengertian koefisien respon laba (*earning response coefficient*) menurut Cho dan Jung (1991) adalah sebagai Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek

setiap dolar *unexpected earnings* terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi abnormal returns saham dan *unexpected earnings*. Adapun menurut Beaver (1989) dalam Widiastuti (2002) mendefinisikan *Earning Response Coefficient t*(ERC) sebagai “ sensitifitas perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi ”.Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya ERC menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Sebaliknya, lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya ERC, menunjukkan laba yang dilaporkan kurang atau tidak berkualitas.

2.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk mempertanggung jawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya (Melati dan Kurnia, 2013). Oleh karena itu, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya.

Johnson and Johnson (2006) dalam Hadi (2011) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai: “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*“. Tanggung jawab sosial perusahaan yang dianggap berkualitas apabila perusahaan tersebut senantiasa melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya ke dalam *sustainability reporting* yang penilaiannya mencakup tiga komponen utama yaitu, ekonomi, lingkungan hidup dan sosial, yang mencakup hak asasi manusia, praktik ketenaga kerjaan, lingkungan kerja, tanggungjawab produk, dan masyarakat (Djuitaningsih dan Marsyah,2012).

Secara umum, CSR mencakup berbagai tanggung jawab yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi. European Commission

mendefinisikan CSR sebagai “suatu konsep di mana perusahaan memutuskan dengan sukarela untuk berkontribusi demi masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.” Secara khusus, CSR menyarankan bahwa perusahaan mengidentifikasi kelompok pemegang kepentingan perusahaan dan memasukkan kebutuhan dan nilai-nilai mereka ke dalam proses pengambilan keputusan strategis dan operasional perusahaan (Hartman, 2011:154).

Para pendukung CSR memiliki beberapa dasar atas pendirian mereka bahwa sebuah perusahaan seharusnya berada di atas atau melebihi maksimalisasi keuntungan atau paling tidak aktivitas CSR berkontribusi pada tujuan tersebut. Argumen atas CSR didasarkan baik pada prinsip ekonomi yang tujuannya secara sederhana hanya untuk membantu dalam mendiskusikan wilayah perbedaan. Pertama, beberapa perusahaan terlibat dalam upaya tanggung jawab sosial perusahaan semata-mata bagi kepentingan umum dan tidak mengharapkan balasan yang komersil atas kontribusinya. Kedua, beberapa pendukung pandangan tanggung jawab sosial perusahaan berargumen bahwa perusahaan memetik keuntungan dari kegiatan melayani sebagai anggota komunitas dan karena itu memiliki kewajiban yang bersifat timbal balik kepada komunitas tersebut. Ketiga, model kepentingan pribadi yang tercerahkan dari *Corporate Social Responsibility* menyatakan bahwa memasukkan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam budaya perusahaan dapat menghasilkan keunggulan pasar yang kompetitif bagi perusahaan yang bersangkutan yang dapat berkontribusi bagi merek perusahaan pada saat ini dan di masa depan (Hartman, 2011:156).

Corporate Social Responsibility dihitung berdasarkan jumlah pendapatan bersih perusahaan dan dibagi dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 menyediakan rerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4

menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya. (Sumber : www.globalreporting.org).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda: baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggungjawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (Global Reporting Initiative) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Dalam standar GRI-G4 (2013) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. (Sumber : www.globalreporting.org). Penjelasannya dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 2.1
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan Dan Didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang Signifikan

	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang Signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energy
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggidiluar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengannilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan3)

	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan Tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode Pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenagaKerja
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
-Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur,gender, dan wilayah

	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
-Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan Mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil

SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA

-Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
-Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
-Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
-Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
-Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
-Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
-Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan

	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat local
-Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
-Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
-Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
-Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
-Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil

	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan Pelanggan
-Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau Disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
-Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
-Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undangan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

2.6 Penilaian Kinerja Lingkungan Perusahaan Melalui PROPER

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan telah diluncurkan sejak tahun 2002 oleh Kementerian Lingkungan Hidup, yang pada awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang disingkat PROPER merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam hal pengelolaan lingkungan melalui instrumen informasi. Program ini mengimbau perusahaan untuk dapat memberikan transparansi informasi kepada para *stakeholders* mengenai aktivitas pengelolaan lingkungan oleh perusahaan. Melalui program ini, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan ketaatan dalam pengelolaan dan penataan lingkungan, karena hasil dari pemeringkatan ini akan diumumkan kepada publik, sehingga dapat membawa dampak bagi reputasi perusahaan (Djuitaningsih dan Ristiawatil, 2011).

Sasaran dari pelaksanaan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup atau PROPER adalah mendorong perusahaan untuk menaati peraturan perundang - undangan melalui instrumen insentif dan

disinsentif reputasi dan mendorong perusahaan yang sudah baik kinerja lingkungannya untuk menerapkan produksi bersih(*cleaner production*).

Tabel 2.2
Kriteria Peringkat Warna PROPER Berdasarkan
Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 18
Tahun 2010 Pasal 6

Warna	Definsi
Emas	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab social (<i>CSR/Comdev</i>) dengan baik.
Biru	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
Merah	Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi.
Hitam	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: www.menlh.go.id

2.7 Penelitian Terdahulu

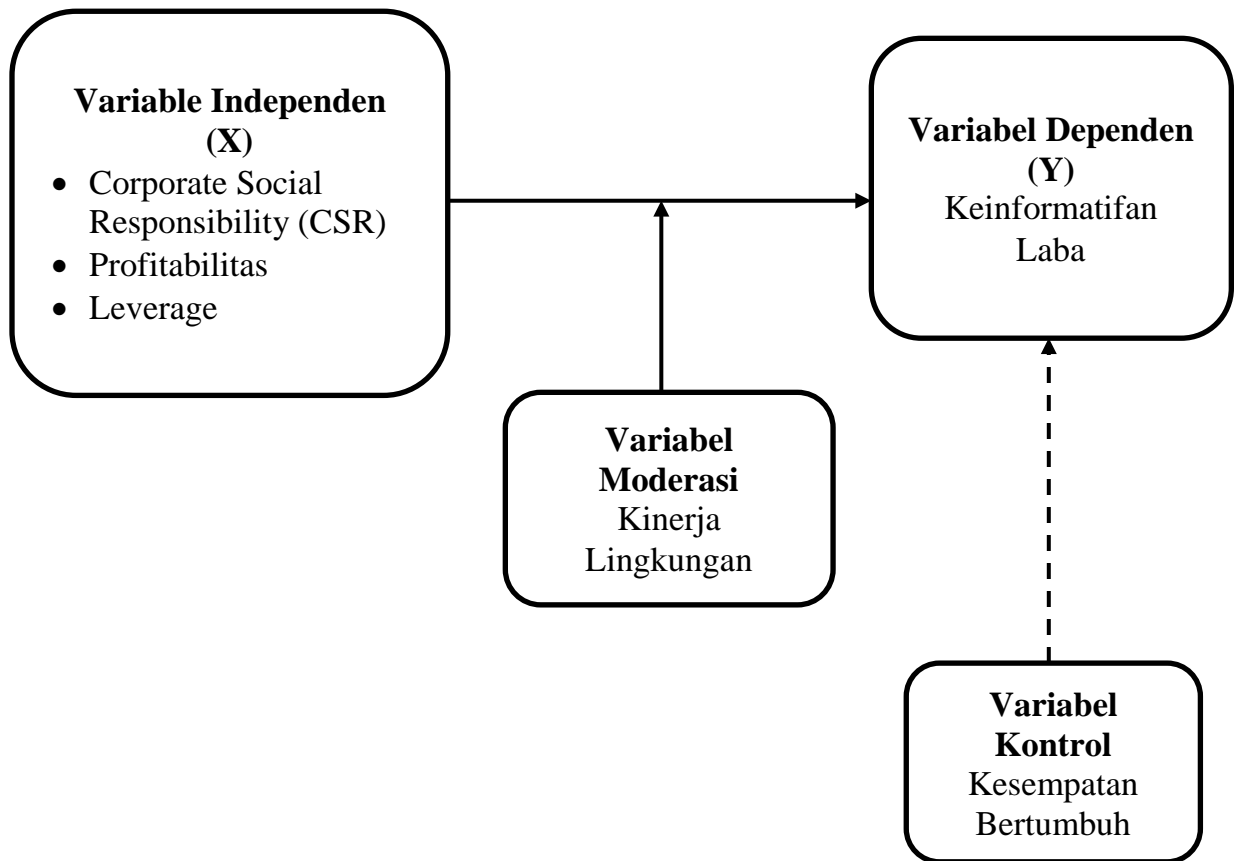
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	2013	Rosa Aprilia Melati Dan Kurnia	Pengaruh Pengungkapan Informasi CSR dan Profitabilitas Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)	Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan profitabilitas perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap <i>Earnings resp onsecoefficient</i> (ERC).
2.	2013	Maisil Delvira dan Nelrita	Pengaruh Risiko Sistematis, Leverage dan Persistensi Laba Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko Sistematis berpengaruh signifikan negatif terhadap <i>earnings response coefficient</i> (ERC). 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient</i> (ERC). 3. Persistensi Laba berpengaruh signifikan positif terhadap <i>earnings response coefficient</i> (ERC).
3.	2015	Vinola Herawaty Dan Ganiz Yudhadhita Wijaya	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba. 2. Kinerja lingkungan memperlemah hubungan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dan keinformatifan laba. 3. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba.

				<p>4. Kinerja lingkungan memperlemah hubungan <i>leverage</i> dan keinformatifan laba.</p> <p>5. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba.</p> <p>6. Kinerja lingkungan tidak dapat memperkuat hubungan profitabilitas dan keinformatifan laba</p>
4.	2017	I Putu Yuda Mahendra dan Dewa Gede Wirama	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Pada <i>Earnings Response Coefficient</i>	<p>1. Profitabilitas berpengaruh positif pada <i>earnings response coefficient</i>.</p> <p>2. Struktur modal tidak berpengaruh pada <i>earnings response coefficient</i></p> <p>3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada <i>earnings response coefficient</i>.</p>
5.	2017	Aditya Adam Abadi	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderating	<p>1. <i>Corporate social responsibility disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap keinformatifan laba ketika dimoderasi oleh kinerja lingkungan perusahaan.</p> <p>2. Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba.</p> <p>3. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap hubungan <i>corporate social responsibility</i></p>

				<i>disclosure</i> dan keinformatifan laba.
--	--	--	--	--

2.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

2.9 Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah seperti di bawah ini:

2.9.1 Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Keinformatifan Laba

Pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan diharapkan dapat

meningkatkan *earnings response coefficient*. Hasil penelitian dari Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa pengungkapan informasi corporate social responsibility dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Diharapkan bahwa investor mempertimbangkan pengungkapan informasi corporate social responsibility yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak semata-mata mendasarkan pada informasi laba saja. Pengungkapan informasi corporate social responsibility diharapkan memberikan informasi tambahan kepada para investor selain dari yang sudah tercakup dalam laba akuntansi. Dan penelitian dari Hidayati dan Murni (2009) menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menurunkan reaksi investor terhadap pengumuman laba (*value relevance*), yang dapat diukur dengan *earnings response coefficient*. Hal ini dapat disebabkan karena adanya informasi lain disamping laba yang dapat digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Dari Pemikiran di atas dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap keinformatifan laba.

2.9.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Keinformatifan Laba

Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit selama satu periode. Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan *earnings response coefficient* atau koefisien respon laba, maka dapat diketahui jika perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi, maka laba yang dihasilkan perusahaan akan meningkat, dan mempengaruhi *earnings response coefficient* yang besar untuk membantu para investor untuk menanamkan modalnya dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Hasil penelitian dari Kusuma wardani dan Nugroho (2010) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif

terhadap *earning response coefficient*, jika perusahaan dengan profitabilitas tinggi mempunyai koefisien respon laba yang lebih besar dibanding dengan perusahaan profitabilitas rendah.

Dari Pemikiran di atas dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2. Profitabilitas berpengaruh terhadap keinformatifan laba .

2.9.3 Pengaruh Leverage Terhadap Keinformatifan Laba

Perusahaan jika melakukan pinjaman kepada pihak di luar perusahaan, maka akan timbul utang sebagai konsekuensi dari pinjamannya tersebut, dan berarti perusahaan telah melakukan *financial leverage*. *Leverage* digunakan untuk menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset dan sumber dana untuk memperbesar hasil pengembalian kepada pemiliknya atau investor. Apabila utang perusahaan semakin besar maka *financial leverage* semakin besar, oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* yang tinggi, akan menyebabkan investor kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan oleh perusahaan karena investor beranggapan bahwa perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran hutang terhadap kreditur daripada pembayaran dividen. Dan investor takut berinvestasi diperusahaan tersebut, karena investor tidak ingin mengambil risiko yang besar dan menghambat inisiatif dan fleksibilitas manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehingga pada saat pengumuman laba mengakibatkan respon pasar menjadi relatif rendah. Hasil penelitian dari Murwaningsari (2008) dan Wulansari (2013) membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Perusahaan yang tingkat *leverage* yang tinggi berarti memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal, berarti semakin berat beban keuangan dan semakin tinggi risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Itu artinya, perusahaan dengan *leverage* tinggi akan menyebabkan *earnings response coefficient* rendah.

Dari Pemikiran di atas dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3. Leverage berpengaruh terhadap keinformatifan laba.

2.9.4 Pengaruh Kinerja Lingkungan Yang Memoderasi Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Keinformatifan Laba

Kinerja lingkungan juga akan tercapai pada level yang tinggi jika perusahaan secara proaktif melakukan berbagai tindakan manajemen lingkungan secara terkendali. Dengan adanya tindakan proaktif perusahaan dalam pengelolaan lingkungan serta adanya kinerja yang tinggi, manajemen perusahaan diharapkan akan terdorong untuk mengungkapkan tindakan manajemen lingkungan tersebut dalam *annual report* (Berry dan Rondinelle, 1998 dalam Fitriyani, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Rakhiemah dan Agustia (2009) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan cenderung mengungkapkan *performance* perusahaan, karena memberikan *good news* bagi pelaku pasar. Menurut Verrecchia (1983) dalam Suratno dkk, (2006) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan lebih buruk. Semakin baik kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya, maka nilai perusahaan semakin meningkat, sehingga para investor akan merespon perusahaan tersebut.

Dari Pemikiran di atas dirumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4. Kinerja lingkungan mempengaruhi hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap keinformatifan laba.

2.9.5 Pengaruh Kinerja Lingkungan Yang Memoderasi Hubungan Profitabilitas terhadap Keinformatifan Laba

Manfaat yang akan diperoleh perusahaan, karena melakukan kinerja lingkungan yaitu reputasi perusahaan dimata masyarakat menjadi baik sehingga mampu meningkatkan kinerja financial perusahaan yang secara langsung turut meningkatkan profitabilitas perusahaan. Walaupun kinerja lingkungan ini juga akan menambah beban bagi pengelolaannya, sehingga mampu mengurangi profitabilitas dalam waktu tertentu, *image* yang baik dari kinerja lingkungan ini akan mampu meningkatkan profitabilitas. Oleh sebab itu, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan memperoleh peningkatan dalam profitabilitas. Jika terjadi peningkatan profitabilitas, lalu dihubungkan dengan *earnings response coefficient*, maka direspon baik oleh para investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Menurut Fitriani dkk, (2015) bahwa kinerja lingkungan perusahaan meningkat, hal ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan para *stakeholder* terutama para investor, dengan demikian nilai *return on assets* perusahaan meningkat dan akan mendapatkan respon yang baik dari para investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Dari Pemikiran di atas dirumuskan hipotesis kelima sebagai berikut:

H5. Kinerja lingkungan mempengaruhi hubungan profitabilitas terhadap keinformatifan laba.

2.9.6 Pengaruh Kinerja Lingkungan Yang Memoderasi Hubungan Leverage terhadap Keinformatifan Laba

Berdasarkan teori yang ada, bahwa *debt to equity ratio* perusahaan naik, maka kemungkinan besar kinerja perusahaan tidak baik, dan perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran hutang kepada kreditur daripada memperbesar hasil pengembalian kepada investor. Perusahaan yang memiliki *debt to equity ratio* yang tinggi akan direspon negatif oleh para investor, karena utang perusahaan lebih

besar dibandingkan dengan modal perusahaan. Tetapi hal tersebut akan berkurang, jika perusahaan tersebut memiliki kinerja lingkungan yang bagus, dan akan direspon positif oleh para investor.

Semakin tinggi kinerja perusahaan maka akan semakin tinggi juga profitabilitas perusahaan. Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev, 1989, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Apabila dihubungkan dengan *earnings response coefficient*, dapat dikatakan bahwa jika profitabilitas tinggi, maka laba yang dihasilkan perusahaan akan meningkat, selanjutnya akan mempengaruhi para investor terhadap laba yang dipublikasikan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pranbandari dan Suryanawa (2014) bahwa semakin tinggi kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reaksi investor, dan bagi para investor untuk pengambilan keputusan investasi agar menggunakan PROPER sebagai salah satu informasi untuk mempertimbangkan dalam penanaman modal investasi

Dari Pemikiran di atas dirumuskan hipotesis keenam sebagai berikut:

H6. Kinerja lingkungan mempengaruhi hubungan leverage terhadap keinformatifan laba.