

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Signal**

Teori signal menjelaskan alasan perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal terkait dengan adanya asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak luar. Pihak manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi serta mengetahui prospek perusahaan di masa yang akan datang. Informasi tersebut bisa berupa laporan keuangan, informasi kebijakan perusahaan maupun informasi lain yang dilakukan secara sukarela oleh manajemen perusahaan. Sedangkan menurut Jogiyanto, (2014), informasi yang dipublikasikan merupakan suatu sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Hal ini untuk mendorong investor agar dapat menilai kinerja perusahaan sebelum melakukan investasi. Dengan adanya hal tersebut, investor mampu menganalisis risiko yang akan dihadapi pada saat melakukan investasi, serta untuk mempertimbangkan berapa banyak dana yang akan diinvestasikan ke perusahaan tersebut. Jika, informasi tersebut mengandung nilai positif, maka di harapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman dan diterima oleh pasar.

Teori signal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan signal-signal kepada pengguna laporan keuangan. 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 (Meythi dan Hartono, 2012). Informasi tersebut diberikan oleh pihak manajemen perusahaan kepada investor saham, tindakan tersebut dilakukan untuk memberikan suatu isyarat kepada para investor untuk memberikan gambaran terhadap perusahaan ke depannya. Berita baik akan direspon positif oleh pasar yang dicerminkan dengan adanya abnormal return yang positif. Begitu juga dengan berita buruk akan direspon negatif oleh pasar yang dicerminkan dengan adanya abnormal return yang negatif (Tandelilin, 2017).

Dalam hal ini perusahaan memberikan informasi yang terkait dengan return saham misalnya laporan keuangan yang berupa arus kas, laba dan nilai buku. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam harga saham, dimana harga Saham menjadi naik sehingga return saham mengalami peningkatan (Fahmi, 2014).

Selain informasi keuangan yang dijadikan sinyal bagi investor, ada informasi nonkeuangan juga yang dapat menjadi sinyal penting bagi investor dalam pengambilan keputusan, yaitu diperoleh dari laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Perusahaan berpartisipasi dalam *sustainability report disclosure* bertujuan untuk memberi sinyal reputasi perusahaan kepada investor, dengan cara mengungkapkan bahwa perusahaan telah menjalankan aktivitas ekonomi, lingkungan dan sosialnya yang diharapkan bisa memberi manfaat jangka panjang untuk perusahaan (Kuzey & Uyar, 2017). Adanya sinyal informasi non keuangan yang mengatakan bahwa *sustainability report disclosure* dapat memberi sinyal baik terhadap perilaku etis manajer yang meningkat sehingga mempengaruhi reputasi perusahaan menjadi positif. Hal ini berarti, *sustainability report disclosure* oleh perusahaan dapat menjadikan sinyal positif bagi perusahaan kepada pemangku kepentingan.

## **2.2 Keinformatifan Laba**

Salah satu informasi yang dianggap relevan dan dapat diandalkan dalam proses pengambilan keputusan investasinya oleh para investor adalah laporan keuangan suatu perusahaan. Laba merupakan informasi utama yang selalu digunakan secara konstan oleh para stakeholder. Laba adalah salah satu elemen yang cukup komprehensif untuk mempresentasikan kinerja suatu entitas secara keseluruhan.

Sehingga laba menjadi salah satu informasi yang bermanfaat bagi para pemakai laporan keuangan, (Suwardjono, 2005).

Kualitas laba dari suatu perusahaan menjadi salah satu pusat perhatian investor dan kreditor. Suatu informasi dikatakan informatif jika informasi tersebut dapat mengubah kepercayaan para investor dalam pengambilan keputusan investasinya. Sutopo (2007) menyatakan kualitas laba meliputi persintesi, prediktabilitas, dan variabilitas. Laba yang berkualitas adalah laba yang persintesi yaitu laba yang berkelanjutan, lebih bersifat permanen. Sedangkan prediktabilitas adalah laba yang berkualitas adalah laba yang mempunyai kemampuan tinggi dalam memprediksi laba masa depannya. Berdasarkan variabilitas, laba yang berkualitas adalah laba yang mempunyai variabilitas yang relatif rendah atau laba yang smooth. Kualitas laba menjadikan salah satu informasi yang digunakan oleh para stakholder dalam keputusan investasinya.

Keinformatifan laba menjadi suatu informasi penting bagi stakholder untuk keputusan investasinya. Sehingga membuat manajemen perusahaan melakukan tindakan-tindakan yang membuat laporan keuangan menjadi lebih baik dengan tujuan agar bisa menjaga kelangsungan hidup perusahaan, agar berjalan dengan stabil yang bertujuan menarik perhatian para stakholder untuk berinvestasi. Seharusnya para stakholder tidak hanya melihat laporan keuangan yang hanya berfokus pada laba perusahaan, tanpa melihat prosedur yang digunakan untuk menghasilkan labanya. Prinsip akuntansi yang berlaku umum (PABU) juga memberikan keleluasaan bagi manajer untuk memilih metode akuntansi yang akan digunakan dalam penyusunan laporan keuangannya. Tindakan memodifikasi laporan keuangan disebut dengan *earning management*.

Assih (2007) menyatakan bahwa perhatian investor hanya terpusat pada informasi laba yang diberikan oleh perusahaan bukan pada prosedur yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan informasi laba tersebut. Sehingga hal ini memberikan kesempatan bagi manajer untuk melakukan tindakan *earnings*

management. Dan dengan tindakan yang dilakukan oleh manajemen membuat laba yang di sajikan diperusahaan bukan laba yang sebenarnya yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini yang menimbulkan masalah bagi para stakholder dalam mendapatkan laba yang informatif untuk keputusannya.

Keinformatifan laba yang dapat diukur dengan menggunakan earning responses, yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba untuk mengetahui besarnya hubungan laba dengan saham. Ball dan Brown (1968) mengungkapkan bahwa adanya signifikan antara pengumuman laba perusahaan dengan perubahan harga saham. ketika perusahaan mengumumkan laba yang mengalami kenaikan, maka akan terjadi kecenderungan positif pada harga saham dan sebaliknya jika laba mengalami penurunan maka akan terjadi perubahan negatif harga saham. Menurut Lennox dan Park (2006) menyatakan salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur reaksi pemegang saham terhadap keinformatifan laba akuntansi cumulative abnormal return.

### **2.3 Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dewasa ini menjadi sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. meskipun konsep CSR baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun konsep tanggung jawab sosial sebenarnya sudah dikemukakan oleh Bowen pada tahun 1953. CSR atau tanggung jawab sosial adalah Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab moral perusahaan baik terhadap karyawan di perusahaan itu *sendiri (internal)* maupun di luar lingkungan perusahaan (*eksternal*) dimana bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan yang besar, tetapi selayaknya juga memikirkan kepentingan masyarakat di sekitarnya, karena perusahaan sebenarnya juga merupakan bagian dari masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan yang diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, hanya bentuk perusahaan perseroan yang bergerak atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) saja dan akan dimintai komitmennya untuk bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, dalam Thohiri (2011) CSR adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

CSR adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan”. Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka penulis menyatakan bahwa definisi dari CSR adalah sebuah konsep tanggung jawab yang dijalankan terintegrasi dengan bisnis perusahaan dengan memperhatikan kepentingan stakeholders baik itu masyarakat ataupun lingkungan sekitar dengan harapan memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi masyarakat. Penerapan CSR dalam perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (shareholders), tetapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan. Oleh karena itu CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang, Harmoni (2010). Adapun tujuan dari penerapan CSR adalah :

1. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.

3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Dalam perkembangannya, CSR di Indonesia mempunyai peraturan tersendiri yaitu berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal

74, yang mana bunyi dari pasal tersebut adalah:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.
3. Perseroan yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundangundangan.

Selain diatur dalam UU No 40 Tahun 2007, CSR juga diatur di UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pengaturan CSR di dalam UU Penanaman Modal, yaitu dalam Pasal 15 huruf b yang menyebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian, dalam pasal 1 huruf d UU Penanaman Modal disebutkan bahwa setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan hidup.

Pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan. Menurut Ebert dan Griffin dalam Thohiri (2011), definisi dari

pengungkapan adalah suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok dan individual dalam lingkungan perusahaan.

Setiap pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan berfokus pada pencapaian laba disamping itu juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1 Juni 2012) Paragraf kedua belas : Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela. Oleh karena itu, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh Badan Penyelenggara Pasar Modal (Bappepam). Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh entitas yang dikelola oleh manajer yang memiliki filosofis manajerial yang berbeda dan keluasan dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat. Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial sampai saat ini belum mempunyai standar yang baku, hal ini dikarenakan adanya permasalahan yang berhubungan dengan biaya dan manfaat sosial. Perusahaan dapat membuat sendiri model pelaporan pertanggungjawaban sosialnya. Untuk mengukur pengungkapan CSR berdasarkan indikator-indikatornya adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Index CSR**

No	Indikator
1	<b>Lingkungan</b>
A	Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.

B	Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
C	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
D	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
F	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
G	Penggunaan material daur ulang.
H	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
I	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
J	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
K	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
L	Pengelolaan limbah.
M	Riset mengenai pengelolaan limbah
N	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
O	Perlindungan lingkungan hidup.
<b>2</b>	<b>Energi</b>
A	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
B	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
C	Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
D	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
E	Peningkatan efisiensi energi dan produk.
F	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
G	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan
<b>3</b>	<b>Kesehatan dan Keselamatan Kerja</b>
A	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
B	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
C	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
D	Menaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
E	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
F	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
G	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
H	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja
<b>4</b>	<b>Lain-Lain Tentang Tenaga Kerja</b>
A	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat.
B	Mengungkapkan presentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial.
C	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan.
D	Program untuk kemajuan tenaga kerja/orang cacat.

E	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
F	Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
G	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
H	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
I	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
J	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
K	Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
L	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
M	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan. Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
N	Mengungkapkan staff dimana staff ditempatkan.
O	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
P	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
Q	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
R	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
S	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
T	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
U	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
V	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
W	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
Y	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja.
Z	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
Aa	Peningkatan kondisi kerja secara umum.
Ab	Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
Ac	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
<b>5</b>	<b>Produk</b>
A	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan termasuk pengemasn.
B	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
C	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
D	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
E	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
F	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
G	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
H	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.

I	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
J	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya, ISO 9000)
6	Keterlibatan Masyarakat
A	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni
B	Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar
C	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
D	Membantu riset media
E	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
F	Membiayai program beasiswa
G	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat. 8
H	Mensponsori kampanye nasional.
I	Mendukung pengembangan industri lokal.
7	Umum
A	Pengungkapan tujuan. Kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
B	Informasi hubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut diatas

## 2.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang dinyatakan dalam persentase. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan perusahaan dengan cara menjual produk kepada para konsumen . tujuan operasional dari sebagai besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka panjang . manajemen dituntut untuk meningkatkan tingkat imbal hasil bagi pemilik saham, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan (Hery, 2015) Apabila Profitabilitas perusahaan baik maka para stakholder yang terdiri dari kreditor, pemasok dan juga para investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi. Profitabilitas juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham.

Menurut Sinurat & Sembiring (2016) berpendapat profitabilitas adalah kemampuan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas dan modal saham. Profitabilitas perusahaan merupakan ukuran kinerja keuangan perusahaan yang dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk mendapatkan laba. Sedangkan menurut pendapat (brigham dan houston,2006 pada florian 2021) profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Selainitu juga memberikan gambaran bagaimana tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya.

Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas . disamping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu ,profitabilitass juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan . rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki yaitu berasal dari kegiatan penjualan , penggunaan aset , maupun penggunaan modal. (Hery, 2015). Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba rugi dan neraca. pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode, tujuan adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu . dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif menetapkan langkah- langkah perbaikan dan efisiensi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis rasio return on asset dalam alat ukur untuk menilai profitabilitas perusahaan. return on asset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total

aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. sebaliknya, semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. (Hery, 2017)

## **2.5 Leverage**

Leverage merupakan rasio yang menjelaskan keadaan utang dalam keuangan perusahaan. Menurut Kasmir (2014:153) leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kegiatan perusahaan dibiayai dengan utang. Maka artinya bahwa leverage itu suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran pokok akhir atas utang, pembayaran bunga atas utang dan kewajiban lainnya. Utang ini biasanya di definisikan sebagai kewajiban membayar yang jatuh temponya lebih dari satu tahun. Rasio ini juga membantu investor untuk mengetahui bagaimana tingkat struktur modal pada perusahaannya. Leverage adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas. leverage dibagi menjadi dua yaitu leverage operasional dan leverage keuangan.

Leverage operasional berkaitan dengan biaya operasional tetap yang berhubungan dengan produksi dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan. Leverage operasi merupakan penggunaan aktiva atau operasi perusahaan yang disertai dengan biaya tetap atau *fixed cost* konsep leverage operasional menganalisis sejauh mana sales revenue dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel leverage operasional adalah penggunaan sesuatu kekayaan atau aktiva tertentu yang akan mengakibatkan beban tetap bagi perusahaan seperti mesin, gedung dan sebagainya dalam hal ini beban tetapnya akan berupa biaya depresiasi . operating leverage merupakan tingkat kepekaan pendapatan sebelum bunga dan pajak karena perubahan dari volume penjualan. Sedangkan leverage keuangan adalah penggunaan sumber dana tertentu yang akan mengakibatkan beban tetap yang berupa biaya bunga. Sumber dana ini berupa utang obligasi, kredit dan bank (Handono, 2010).

Menurut Sinurat & Sembiring (2016) berpendapat bahwa semakin besar leverage menunjukkan besarnya resiko dalam membayar hutang perusahaan, sehingga akan semakin sempit dalam pengungkapan laporan keuangan. Sebaliknya jika semakin kecil leverage menunjukkan rendahnya risiko dalam pembayaran utang perusahaan, maka akan semakin luas dalam pengungkapan kualitas laporan keuangan. Dalam arti luas dikatakan bahwa leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (Kasmir, 2017). Menurut Harahap (2013) leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar. Apabila dana internal yang dimiliki perusahaan tidak mencukupi, maka perusahaan dituntut untuk melakukan pendanaan eksternal. Leverage merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang berasal dari pemilik dengan dana yang dipinjam perusahaan dari kreditur.

Menurut Sutrisno (2013) leverage merupakan rasio untuk mengetahui seberapa besar aktivitas perusahaan yang di biayai hutang. Sehingga bisa diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk menilai seberapa banyak perusahaan memakai uang pinjaman. Menurut Hery (2017) menyatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Semakin tinggi leverage perusahaan, semakin tinggi ketergantungan perusahaan pada pembiayaan asetnya melalui pinjaman atau hutang.

## **2.6 Kinerja Lingkungan**

Sebagai suatu bentuk organisasi, perusahaan biasanya perlu mencapai tujuan tertentu agar dapat memuaskan kepentingan anggotanya. Keberhasilan mencapai tujuan perusahaan adalah pencapaian manajemen. Evaluasi kinerja atau pengukuran kinerja perusahaan karena dapat digunakan sebagai dasar

pengambilan keputusan internal maupun eksternal. Kinerja lingkungan adalah suatu kinerja perusahaan dimana perusahaan harus dapat menciptakan lingkungan hijau. Kinerja lingkungan adalah hasil yang dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait kontrol aspek- aspek lingkungan serta pengkajian kinerja lingkungan yang didasarkan pada kebijakan, sasaran lingkungan dan target lingkungan (ISO 14004, dan ISO 14001).

Kinerja lingkungan adalah bagaimana kinerja perusahaan untuk ikut andil dalam melestarikan lingkungan kinerja lingkungan dibuat dalam bentuk peringkat oleh suatu lembaga yang berkaitan dengan lingkungan hidup (Retno, 2010). Menurut Subramanyam (2017), kinerja keuangan merupakan pengakuan pendapatan, dan korelasi pengeluaran akan menghasilkan angka laba yang lebih baik dari arus kas untuk mengevaluasi kinerja keuangan. Karyawan yang menjalankan tugasnya dapat melihat pencapaian kualitatif dan kuantitatif perusahaan. Dalam bidang apapun, pegawai yang bertanggung jawab harus terus melakukan perbaikan guna meningkatkan kinerja, dan kelancaran kinerja operasional perusahaan merupakan elemen yang sangat penting.

Apabila tingkat kerusakan lingkungan tinggi akibat aktivitas perusahaan berarti kinerja lingkungan perusahaan buruk dan sebaliknya. Semakin besar dampak kerusakan lingkungan berarti semakin buruk perusahaan tersebut dalam mengelola lingkungannya. Jenis indikator kinerja lingkungan, seperti PROPER, ISO (ISO 14001 dan sertifikasi pengujian lingkungan ISO 17025 untuk sistem manajemen lingkungan lembaga independen), AMDAL (pengujian BOD dan COD untuk air limbah) dan GRI (*Global Reporting Initiative*), adalah kerangka kerja pengembangan Pelopor dalam pelaporan keberlanjutan. Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan peringkat PROPER.

Kinerja lingkungan dapat diukur dengan dua cara yaitu:

1. Kinerja lingkungan kualitatif

Kinerja lingkungan kualitatif adalah hasil dapat diukur dari hal-hal

yang terkait dengan ukuran aset non fisik, seperti prosedur, proses inovasi, motivasi, dan semangat kerja yang dialami manusia pelaku kegiatan, dalam mewujudkan kebijakan lingkungan organisasi, sasaran dan targetnya.

## 2. Kinerja lingkungan kuantitatif

Ukuran yang didasarkan pada data empiris dari hasil numerik yang mengkrateristikan kinerja dalam bentuk fisik, keuangan, atau bentuk lain.

Menurut Ikhsan (2011), pengukuran kinerja lingkungan didefinisikan sebagai hasil dari suatu penilaian yang sistematis dan didasarkan pada kelompok indikator kinerja kegiatan yang berupa indikator-indikator masukan, keluaran, hasil, manfaat, dan dampak. Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan hidup.

Mengingat hasil pemeringkatan yang sesuai akan dirilis ke publik dan pemangku kepentingan lainnya, maka kinerja lingkungan perusahaan terbagi dalam peringkat warna. Selama ini PROPER bisa dikatakan sebagai sistem ranking pertama yang menggunakan warna. Sesuai Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 6 Tahun 2013, kepesertaan perusahaan dalam Program PROPER diklasifikasikan dalam 5 peringkat kinerja PROPER sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Kriteria Peringkat PROPER**

<b>Peringkat Warna</b>	<b>Definisi</b>
Emas	Untuk perusahaan atau aktivitas yang secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (environmental excellency) selama produksi atau layanan, kembangkan perusahaan yang etis dan bertanggung jawab.
Hijau	Untuk perusahaan atau kegiatan yang pengelolannya melalui penerapan sistem pengelolaan lingkungan melebihi persyaratan peraturan (beyond compliance), menggunakan upaya 4R (Reduce, Reuse, Recycle dan recovery) untuk menggunakan sumber daya secara efektif dan memikul upaya tanggung jawab sosial (CSR) / Comdev)

	dengan baik.
Biru	Untuk perusahaan atau kegiatan yang telah melaksanakan pekerjaan pengelolaan lingkungan perlu dilakukan sesuai dengan peraturan atau hukum yang berlaku
Merah	Pekerjaan pengelolaan lingkungan yang telah dilakukan tidak memenuhi persyaratan regulasi dan sedang dalam tahap penerapan sanksi administrative
Hitam	Untuk perusahaan atau kegiatan yang dengan sengaja menerapkan atau mengabaikan perilaku yang menyebabkan pencemaran atau kerusakan lingkungan, dan melanggar peraturan perundangundangan yang berlaku, atau tidak memberikan sanksi administratif

Sumber: Peraturan Menteri Lingkungan hidup Nomor 6 Tahun 2013.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah rangkuman beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu**

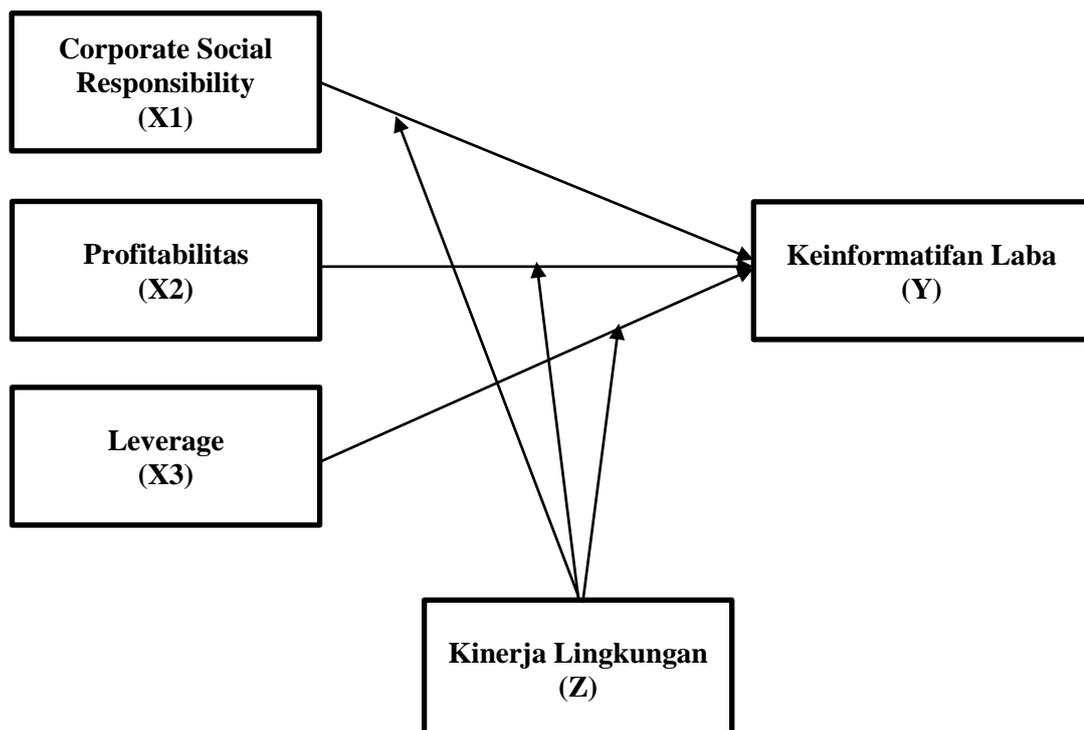
No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelittian
1	Rendi Ria Darmawan (2021)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, profitabilitas, dan leverage terhadap keinformatifan laba dan kinerja lingkungan juga tidak dapat memoderasi variabel independen terhadap variabel dependen
2	Eviliani Selvitasari (2020)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Real Earnings Management Terhadap Keinformatifan Laba	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba dan Real Earnings Management tidak berpengaruh terhadap keinformatifan laba.

3	Mutiara Ihdina (2019)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba. Kinerja lingkungan tidak memoderasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas informasi dan kinerja lingkungan tidak memoderasi profitabilitas, pengaruh terhadap informasi profit
4	Poppy Maharani Mulyadi (2018)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2014-2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan leverage perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap keinformatifan laba, sedangkan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba. Hasil pengujian dalam variabel moderasi bahwa kinerja lingkungan memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan keinformatifan laba, kinerja lingkungan memperlemah hubungan leverage dan keinformatifan laba, kinerja lingkungan memperkuat hubungan profitabilitas dan keinformatifan laba. dan kinerja lingkungan memperkuat hubungan pertumbuhan perusahaan dan keinformatifan laba
5	Aditia Adam Abadi (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Peserta PROPER yang Terdaftar di Bursa Efek	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel corporate social responsibility disclosure tidak memiliki pengaruh terhadap keinformatifan laba. Sedangkan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba, namun kinerja lingkungan tidak mampu memoderasi hubungan antara corporate social responsibility

		Indonesia Tahun 2013-2016)	disclosure dan keinformatifan laba.
6	Vinola Herawaty (2016)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi	Hasil pengujian pada variabel moderasi bahwa kinerja lingkungan memperlemah hubungan corporate social responsibility disclosure dan keinformatifan laba, kinerja lingkungan memperlemah hubungan leverage dan keinformatifan laba, dan kinerja lingkungan tidak dapat memperkuat hubungan profitabilitas dan keinformatifan laba. Peluang pertumbuhan sebagai variabel kontrol berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba.

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep untuk mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti dengan teori-teori yang telah dipaparkan dalam tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu. Pada penelitian yang dilakukan penulis relatif berbeda dengan penelitian sebelumnya (Ghozali, 2019). Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:



## **Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

### **2.9 Bangunan Hipotesis**

#### **2.9.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Keinformatifan Laba**

Biasanya perusahaan yang banyak mengungkapkan informasi adalah perusahaan yang memiliki kabar baik (good news). Menurut Widiastuti (2016) menyatakan bahwa *earnings informativeness* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek di masa depan. Diperkirakan apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya akan mengurangi ketidakpastian tersebut yang dapat menurunkan ERC. Hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap ERC. Artinya diharapkan investor mempertimbangkan pengungkapan CSR di laporan tahunan sebagai bahan keputusan investasi selain informasi dalam laba perusahaan.

Hasil penelitian yang diungkapkan oleh Widiastuti (2016) juga didukung oleh penelitian Utaminingtyas dan Ahalik (2010), Melati dan Kurnia (2013) serta Herawaty dan Wijaya (2014). Atas dasar teori di atas perusahaan yang tingkat pengungkapan CSR-nya tinggi berdampak pada ERC yang rendah karena CSR mampu dipercaya investor dalam pengambilan suatu keputusan serta penanaman modal. Sehingga, semakin besar tingkat pengungkapan CSR maka semakin kecil tingkat keinformatifan labanya. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_{a1}$  : *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba.

#### **2.9.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Keinformatifan Laba**

Profitabilitas menunjukkan keefektifitasan kinerja serta kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu baik dengan modal sendiri maupun keseluruhan. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan jangka panjang. Semakin besar profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran perusahaan akan meningkat (Melati dan Kurnia, 2013). Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan 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. Sehingga, profitabilitas yang tinggi menyebabkan keinformatifan labanya tinggi pula.

Hasil penelitian Naimah dan Utama (2006), Arfan dan Antasari (2008), Kusumawardhani dan Nugroho (2010), Melati dan Kurnia (2013), dan Setiawati dkk. (2014) menyatakan bahwa pengaruh profitabilitas dan ERC memiliki hubungan secara positif, artinya perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki ERC yang tinggi pula dibanding dengan profitabilitas yang rendah. Sehingga, profitabilitas yang tinggi menyebabkan keinformatifan labanya tinggi pula. Ketidakkonsistenan hasil penelitian terjadi pada peneliti Adisusilo (2011) yang menyatakan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap ERC. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_{a2}$  : *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba.

### **2.9.3 Pengaruh Leverage Terhadap Keinformatifan Laba**

Leverage dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan asetnya atau dananya untuk menaikkan hasil pengembalian untuk pemilik atau investor. Leverage adalah pinjaman berupa dana untuk dimanfaatkan dalam berinvestasi. Leverage mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada pemberi hutang dalam pembiayaan aset perusahaan. Apabila leverage tinggi maka

laba yang dipublikasikan oleh perusahaan akan cenderung digunakan perusahaan untuk menutupi hutang perusahaan tersebut, sehingga investor kurang mempercayai perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya dikarenakan takutnya perusahaan malah mengutamakan kepentingan untuk pembayaran hutang daripada pembayaran dividennya sehingga saat terjadi pengumuman laba respon pasar akan relatif rendah (Herawaty dan Wijaya, 2014).

Sesuai dengan penelitian Murwaningsari (2008), Pradipta dan Purwaningsih (2012), Wulansari (2013), dan Anggraini (2016) mengungkapkan pada hasil penelitiannya bahwa hubungan leverage terhadap ERC berpengaruh secara negatif. Artinya, perusahaan yang memiliki leverage yang tinggi berdampak pada ERC yang rendah karena perusahaan memiliki hutang yang lebih tinggi dibanding modalnya sehingga risikonya lebih besar. Sehingga, tingkat leverage yang tinggi berdampak pada keinformatifan laba yang rendah. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_{a3}$  : *leverage* berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba.

#### **2.9.4 Kinerja Lingkungan Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Keinformatifan Laba**

Kinerja lingkungan 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 (Fitriyani, 2012). Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan cenderung memberikan good news bagi pelaku pasar dan juga akan membantu para stakeholder dalam meningkatkan nilai perusahaan dari dampak aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan teori stakeholder. Menurut 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.

Menurut penelitian Herawaty dan Wijaya (2014) menyatakan bahwa dengan adanya kinerja lingkungan maka perusahaan akan semakin terdorong untuk mengungkapkan CSR-nya karena dirasa sebagai good news bagi pelaku pasar atau investor. Pernyataan di atas juga didukung oleh penelitian Lucyanda dan Siagian (2012), penelitian Permana (2012), dan penelitian Nurjanah (2015) yang mengungkapkan bahwa apabila suatu perusahaan yang memperhatikan kinerja lingkungannya dengan baik akan mengungkapkan CSR lebih banyak pula sehingga akan direspon positif oleh investor. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>a4</sub> : kinerja lingkungan memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap keinformatifan laba.

### **2.9.5 Kinerja Lingkungan Memoderasi Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Keinformatifan Laba**

Menurut penelitian Sari dan Ulupui (2014), menyatakan bahwa manfaat pengelolaan kinerja lingkungan bagi perusahaan yakni akan meningkatkan citra yang baik di mata masyarakat yang dapat meningkatkan kinerja finansial sehingga berdampak positif terhadap profitabilitas perusahaan. Meningkatkan kinerja juga diperlukan biaya dan akan menurunkan laba dalam kurun waktu tertentu, akan tetapi reputasi baik perusahaan akan mengakibatkan peningkatan dalam profitabilitas. Apabila peningkatan profitabilitas yang disebabkan perusahaan tersebut memiliki kinerja lingkungan yang baik dihubungkan dengan ERC maka akan direspon positif oleh investor untuk berinvestasi (Herawaty dan Wijaya, 2014). Oleh sebab itu, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan memperoleh peningkatan dalam profitabilitas. Jika terjadi peningkatan profitabilitas, lalu dihubungkan dengan earnings response coef icient, maka direspon baik oleh para investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Manfaat yang akan diperoleh perusahaan karena melakukan kinerja lingkungan yaitu reputasi perusahaan dimata masyarakat menjadi baik sehingga mampu meningkatkan kinerja finansial perusahaan yang secara langsung turut meningkatkan profitabilitas perusahaan. Walaupun kinerja lingkungan ini juga akan menambah beban bagi pengelolaannya. Menurut Herawaty dan Wijaya (2014), Fitriani dkk, (2015) yang menyatakan bahwa dengan adanya kinerja lingkungan perusahaan yang meningkat akan membuat kepercayaan investor pada perusahaan tersebut meningkat, sehingga nilai return on assets perusahaan meningkat dan akan mendapatkan respon yang baik dari para investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>a5</sub> : kinerja lingkungan memoderasi pengaruh *profitabilitas* terhadap keinformatifan laba.

#### **2.9.6 Kinerja Lingkungan Memoderasi Pengaruh *Leverage* Terhadap Keinformatifan Laba**

Ketika tingkat leverage suatu perusahaan itu besar maka akan memiliki risiko keuangan yang besar pula (Sari dan Ulupui, 2014). Menurut Anggraini (2016) bahwa ketika rasio hutang perusahaan mengalami kenaikan diperkirakan karena kinerja perusahaan yang tidak baik dan mengindikasikan bahwa perusahaan akan mementingkan pembayaran hutang ke kreditur daripada pembayaran dividen ke investor sehingga hal tersebut dinilai negatif bagi investor karena nilai hutang lebih besar daripada modalnya. Akan tetapi hal tersebut dapat berkurang dengan adanya kinerja lingkungan yang baik. Maka, hubungan negatif leverage dan keinformatifan laba akan semakin lemah karena respon positif dari investor yang akan meningkatkan laba di mana perusahaan tersebut dapat meningkatkan kinerja lingkungannya (Herawaty dan Wijaya, 2014). Berdasarkan teori yang ada, bahwa jika 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.

Semakin tinggi kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reaksi investor (Pranbandari dan Suryanawa, 2014). Untuk investor hendaknya menggunakan PROPER sebagai pertimbangan dalam penanaman modal investasi pada sebuah perusahaan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Pradipta dan Purwaningsih (2012) dan Herawaty dan Wijaya (2014). 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. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:  
 $H_{a6}$  : kinerja lingkungan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap keinformatifan laba.