

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Munandar & Rawi, 2010). Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam “kontrak sosial”.

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku dimasyarakat. Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat ‘kontrak sosial’ antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Kontrak sosial adalah suatu cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melaksanakan operasinya. Harapan sosial ini tidak tetap, namun berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk responsif terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi.

Jika perusahaan merasa bahwa legitimasinya dipertanyakan maka dapat mengambil beberapa strategi perlawanan, yaitu:

1. Perusahaan dapat berupaya untuk mendidik dan menginformasikan kepada stakeholder-nya mengenai perubahan yang terjadi dalam perusahaan.
2. Perusahaan dapat berupaya untuk merubah pandangan stakeholder tanpa mengganti perilaku perusahaan.
3. Perusahaan dapat berupaya untuk memanipulasi persepsi stakeholder dengan cara membelokkan perhatian stakeholder dari isu yang menjadi perhatian kepada isu lain yang berkaitan dan menarik.
4. Perusahaan dapat berupaya untuk mengganti dan mempengaruhi harapan pihak eksternal tentang kinerja (*performance*) perusahaan.

Dalam teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan *disclosure* untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktifitas organisasi. Sejumlah studi terdahulu melakukan penilaian atas pengungkapan lingkungan sukarela laporan tahunan dan memandang pelaporan informasi lingkungan dan sosial sebagai metode yang digunakan organisasi untuk merespon tekanan publik (Rokhlinasari, 2016).

2.2 Triple Bottom Line

Triple Bottom Line yaitu konsep yang dikembangkan di dalam buku “*Canibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*” yang mengupas pentingnya *profit*, *planet* dan *people* (Elkington, 1997). Bisnis yang sukses dapat diketahui dari bagian bawah laporan keuangan yang mencantumkan memperoleh keuntungan (*profit*), memenuhi tanggung jawab lingkungan (*planet*) dan memenuhi tanggung jawab sosial (*people*). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Ketiga pilar (3P) ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan. Konsep *Triple Bottom*

Line digunakan sebagai landasan prinsipal dalam aplikasi program *Corporate Social Responsibility* pada sebuah perusahaan (Elkington, 1997).



Gambar 2.1 Konsep *Triple Bottom Line*

Sumber : Sandra dan Wijaya 2011

Gambar 2.1 menunjukkan 3 komponen utama *Triple Bottom Line*, pada lingkaran *economic* yang berarti bahwa perusahaan harus fokus terhadap keuntungannya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Lingkaran sosial berarti perusahaan harus mempunyai komitmen kepada masyarakat untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya. Lingkaran *environment*, berarti semua kegiatan perusahaan terkait erat dengan lingkungan hidup, oleh karenanya kita harus memperhatikan keseimbangan lingkungan terhadap kegiatan operasional perusahaan. Gabungan dari ekonomi dan sosial akan menghasilkan *a fair world* atau lingkungan yang seimbang, gabungan antara sosial dan lingkungan akan menghasilkan *a livable word* atau lingkungan yang layak, sedangkan gabungan antara lingkungan dan ekonomi akan menghasilkan lingkungan dengan pertumbuhan ekonomi yang bergairah sehingga apabila ketiganya

digabungkan maka akan menghasilkan *sustainable development* atau perkembangan perusahaan yang berkelanjutan (Yanti & Ketut, 2015).

Tiga kepentingan yang menjadi satu ini merupakan garis besar dan tujuan utama tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan secara langsung maupun tidak akan berinteraksi dengan lingkungan. Sumber ekonomi yang digunakan perusahaan semua berasal dari masyarakat dan lingkungan. Maka sudah seharusnya perusahaan bertanggung jawab mengenai pengelolaan tersebut kepada para *stakeholders*. (Latifah, 2019). Konsep *Triple Bottom Line* mengimplikasi bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan stakeholder (semua yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) dari pada kepentingan shareholder (pemegang saham). Kepentingan stakeholder ini dapat dirangkum menjadi tiga bagian yaitu kepentingan dari keberlangsungan laba (*Profit*), keberlangsungan masyarakat (*people*) dan keberlangsungan hidup (*Planet*). *Profit* disini lebih dari sekedar keuntungan. *Profit* disini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. *People* menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. *Planet* berarti mengelola dengan baik penggunaan energi, terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali agar menjadi aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO2 atau pemakaian energi, merupakan praktik yang banyak dilakukan oleh perusahaan yang telah menerapkan konsep ini. *Triple Bottom Line* dapat disimpulkan sebagai tiga pilar dalam pengukuran kinerja, yaitu dari sisi ekonomi atau keuangan, sosial, dan lingkungan . (Limijaya & Felisia, 2014). Secara lebih spesifik, perusahaan harus mengungkapkan 3 hal di dalam *Triple Bottom Line* :

1. Visi dan tujuan, yang berisi informasi terkait tujuan serta nilai-nilai perusahaan.
2. Pendekatan manajemen, yang menjelaskan tentang tindakan atau aktivitas yang dilakukan.

3. Indikator kinerja, yang terdiri dari ukuran kuantitatif untuk mengevaluasi kinerja sebagaimana yang dijelaskan dibagian kedua.

Dengan adanya ketiga jenis informasi tersebut, laporan *Triple Bottom Line* tidak hanya berisi pernyataan yang bersifat naratif tentang aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan, melainkan juga memberikan informasi yang detail terkait hal tersebut (Limijaya & Felisia, 2014).

2.2.1 Profit

Profit atau keuntungan merupakan tujuan dasar dalam setiap kegiatan usaha. Kegiatan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan cara meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar keuntungan atau mendongkrak harga saham, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Inilah tanggung jawab yang paling pokok terhadap pemegang saham. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas yang dapat meningkatkan *profit* adalah dengan menambah produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang kompetitif dan dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin (Santoso, 2016).

2.2.2 People

Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu juga perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karena itu perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika

ingin eksis dan *acceptable*, perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Menghadapi tren tersebut, saatnya perusahaan melihat serius pengaruh dimensi sosial, dari setiap aktivitas bisnisnya, karena aspek tersebut bukanlah suatu pilhan yang terpisah, melainkan berjalan beriringan untuk meningkatkan keberlanjutan operasi perusahaan (Santoso, 2016).

2.2.3 Planet

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan. Semua kegiatan yang kita lakukan berhubungan dengan lingkungan. Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan, maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaab merusak lingkungan, maka perusahaan akan menerima dampak buruk kerusakan . Dengan kata lain, apa yang dilakukan terhadap lingkungan pada akhirnya akan kembali kepada sesuai dengan apa yang telah dilakukan. Apakah akan menerima manfaat atau justru menderita kerugian, semuanya bergantung pada bagaimana menjaga lingkungan. Mendongkrak laba dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi memang penting, namun tak kalah pentingnya juga memperhatikan kelestarian lingkungan (Santoso, 2016)

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berkembang suatu fenomena bahwa pengaruh total aktiva (proksi dari ukuran perusahaan) hampir selalu konsisten dan secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Tanggungjawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dimana perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas. Selain itu, juga menunjukkan bahwa perusahaan besar merupakan pihak yang diperhatikan oleh publik sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian maka,

semakin besar perusahaan, maka inisiatif dalam melakukan dan mengungkapkan tanggungjawab sosial semakin tinggi (Purwanto, 2011).

Perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi lebih banyak karena perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang besar sehingga mampu membiayai penyediaan informasi yang lebih lengkap dibanding perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan besar merasa bahwa mereka merupakan target perhatian sehingga perlu membuat suatu usaha nyata dalam menjaga legitimasi perusahaan dan menciptakan kepercayaan dalam hal tanggungjawab sosial. Melakukan pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan hidup menjadi salah satu upaya perusahaan sebagai wujud tanggungjawab sosial (Naomi, 2018).

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha kecil, mikro dan menengah, berdasarkan ukuran nilai kekayaan bersih dan hasil penjualannya. Sedangkan menurut Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Perusahaan besar. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.
2. Perusahaan menengah. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.
3. Perusahaan kecil. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan lebih besar akan mempunyai kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk

membayai investasinya dalam memperoleh laba. Perusahaan besar akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar. Semakin besar perusahaan maka semakin besar tanggungjawab untuk mengungkapkan informasi lebih banyak, sehingga semakin mungkin untuk melakukan pengungkapan *Triple Bottom Line*.

2.4 Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan perusahaan seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga *Operating Ratio* (Harahap, 2016). Tujuan dari *profitabilitas* ini adalah untuk menghitung atau mengukur laba yang diperoleh perusahaan, untuk menilai besarnya laba bersih perusahaan, sehingga dapat menilai posisi laba perusahaan setiap tahun. *Profitabilitas* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Tingkat *profitabilitas* yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan keuangan dengan lebih luas (Putri, 2017).

Profitabilitas digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Keberhasilan perusahaan biasanya dilihat dari laba yang dihasilkan oleh operasi perusahaan. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas*, semakin rinci pula informasi yang diberikan oleh manajer sebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang *profitabilitas* perusahaan dan kompensasi terhadap manajer. Jika tingkat *profitabilitas* tinggi maka semakin besar dorongan untuk melakukan pengungkapan. Perusahaan dengan tingkat *profitabilitas* tinggi juga dapat memberikan kepedulian pada lingkungan dan sosial, sehingga diperlukan pengungkapan *Triple Bottom Line* untuk melihat kondisi financial perusahaan dan tanggungjawab lingkungan serta sosial

perusahaan. (Heriyani, DP, & Silfi, 2019). *Profitabilitas* mempengaruhi konsep *Triple Bottom Line* yaitu pertama *profit*. Perusahaan untuk dapat tumbuh berkelanjutan harus meningkatkan *profit*, dengan laba perusahaan yang dihasilkan semakin tinggi (*profitabilitas*), maka semakin besar dorongan untuk mengungkapkan informasi perusahaan. Kedua perusahaan dengan *profitabilitas* yang tinggi cenderung memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat (*people*), baik yang di dalam perusahaan maupun dilingkungan sekitar perusahaan. Ketiga *planet*, dengan laba perusahaan yang semakin tinggi (*profitabilitas*), perusahaan perlu merawat lingkungan di sekitar perusahaan.. Dengan semakin tinggi *profitabilitas* maka akan semakin luas pengungkapan laporan keuangan serta laporan tanggungjawab sosial dan lingkungannya, salah satu caranya adalah melakukan pengungkapan *Triple Bottom Line* (Heriyani, DP, & Silfi, 2019).

Sebagai bentuk pertanggung jawaban dari agen yang memegang kendali pada perusahaan maka perusahaan pasti melakukan pengungkapan ekonomi, sosial dan lingkungan serta pelaporannya. Konsep legitimasi juga menghubungkan antara laba yang dihasilkan perusahaan dengan pengungkapan *Triple Bottom Line*. Jika perusahaan memiliki laba yang tinggi, manajemen juga harus melakukan aktivitas sosial dan lingkungan sebagai wujud kontrak sosial yang terjadi dalam interaksi dimasyarakat (Nugroho & Purwanto, 2013). Perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan identik dengan upaya-upaya untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan adalah upaya untuk memperoleh dukungan dan mencari simpati para stakeholder-nya. Perusahaan dengan kinerja yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dalam proses pembentukan citra perusahaan yang sangat berpengaruh untuk mendapat kepercayaan dari para stakeholder. Kinerja perusahaan yang baik, dapat dicerminkan melalui tingkat *profitabilitas* yang dilihat dari waktu ke waktu. Kinerja perusahaan yang baik yang digambarkan oleh tingkat profitabilitas juga akan mempengaruhi tingkat kinerja lingkungan perusahaan. Jadi semakin manajemen berusaha meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan, ukuran dari kinerja

lingkungan akan semakin membaik atau tinggi (Hadiyanti & Widarsono, 2015). Dalam mengukur *profitabilitas* perusahaan digunakan alat ukur *return on asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini maka akan semakin baik, karena manajemen perusahaan mampu menghasilkan laba sebaik mungkin atas aset yang dimiliki (Christiawan & Putri, 2014).

2.5 Likuiditas

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendek. Rasio ini digunakan untuk melalui sumber informasi modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan utang lancar. Rasio ini menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Jika perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar semakin tinggi menggambarkan kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini dapat dibuat dalam bentuk berapa kali atau dalam bentuk presentasi. Apabila rasio lancar ini 1:1 atau 100% ini berarti bahwa aktiva lancar dapat menutupi semua utang lancar. Rasio lancar yang lebih aman adalah jika berada di atas 1 atau di atas 100%. Artinya aktiva lancar harus jauh di atas jumlah utang lancar (Harahap, 2016). Semakin tinggi angka rasio *likuiditas*, akan baik bagi investor. Perusahaan yang diperhatikan investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio *likuiditas* yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya (Christiawan & Putri, 2014)

Perusahaan dengan tingkat *likuiditas* yang tinggi menandakan bahwa kemampuan perusahaan yang besar untuk membayar kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Perusahaan yang memiliki *likuiditas* yang tinggi akan menciptakan citra perusahaan yang kuat dan positif dimata para *investor*. *Stakeholder* tentu akan berpihak dan memberikan dukungan pada perusahaan yang memiliki citra positif. Cara yang dapat ditempuh perusahaan untuk membentuk dan memperkuat citra perusahaan yang baik adalah melalui pembuatan laporan-laporan tambahan. Salah satu cara yang dapat

dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan yang merupakan salah satu kriteria dalam pengukuran kinerja lingkungan (Hadiyanti & Widarsono, 2015). *Likuiditas* yang tinggi menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan dengan kondisi seperti ini cenderung akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan itu dapat dipercaya. Salah satu upaya pengungkapan yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan yang merupakan salah satu kriteria dalam pengukuran kinerja lingkungan (Hadiyanti & Widarsono, 2015).

2.6 Leverage

Leverage menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*). Perusahaan mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari utang. *Leverage* adalah rasio untuk mengukur berapa aktiva yang harus dibiayai oleh utang yaitu total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi lebih luas. Dengan laba yang dilaporkan oleh perusahaan lebih tinggi mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang dan manajer memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba sekarang (Harahap, 2016). *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan berarti semakin tinggi pula ketergantungan perusahaan tersebut kepada krediturnya. Perusahaan akan berusaha memberikan informasi yang seluas-luasnya mengenai kondisi perusahaan kepada krediturnya. (Heriyani, DP, & Silfi, 2019)

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah (Christiawan & Putri, 2014). Perusahaan yang tingkat pengembalian yang dihasilkan perusahaan rendah, maka perusahaan cenderung menggunakan hutang

yang lebih besar, sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan Perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi tetap harus melakukan pengungkapan. Sehingga karyawan dan masyarakat (*people*), akan mengetahui kondisi financial yang dihadapi perusahaan. Ketiga, perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi kemungkinan akan mengurangi biaya dengan menggunakan bahan-bahan yang murah dan tidak baik yang dapat merusak lingkungan (*planet*), sehingga diperlukan pengungkapan yang lebih luas (Heriyani, DP, & Silfi, 2019).

Leverage dihitung dengan membandingkan total hutang dengan aset atau total liabilitas dibagi dengan total aset, semakin tinggi nilai rasio hutang maka proporsi modal sendiri yang rendah dapat mencukupi untuk membiayai asetnya. Seiring peningkatan leverage, potensi transfer kekayaan dari utang pemegang kepada pemegang saham juga meningkat. Sebagai utang pemegang dapat melindungi diri dengan perjanjian utang pembatasan. Perusahaan dengan leverage yang lebih tinggi lebih mungkin untuk meningkatkan tingkat korporasi pengungkapan untuk mengurangi biaya agen (Nugroho & Purwanto, 2013).

2.7 Environmental performance (kinerja lingkungan)

Environmental performance merupakan pengukuran kinerja lingkungan. Pengukuran kinerja lingkungan adalah bagian penting dari sistem manajemen lingkungan. Hal ini merupakan ukuran hasil dan sumbangan yang dapat diberikan sistem manajemen lingkungan pada perusahaan secara riil dan kongkrit. . Kinerja lingkungan adalah hasil dari sistem manajemen lingkungan, yang terkait dengan kontrol aspek lingkungannya. Pengkajian kinerja lingkungan didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan. (Putri S. A., 2011)

Enivronmental Performance (kinerja lingkungan) diatur didalam UU No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagai berikut :

1. Pasal 1 ayat 1 berbunyi menyatakan bahwa Lingkungan adalah kesetauan ruang dengan semua benda, daya , keadaan, dan makhluk hidup, termasuk

manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain”.

2. pasal 1 ayat 2 menyatakan bahwa Pembangunan berkelanjutan adalah upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan.

Kinerja lingkungan dapat diukur dengan menggunakan Program penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER). Dasar hukum pelaksanaan PROPER adalah Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 06 Tahun 2013 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dalam peraturan menteri ini yang dimaksud dengan pasal 1 ayat 1 sampai 3 adalah:

1. Program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup yang selanjutnya disebut proper adalah program penilaian terhadap upaya penanggung jawab usaha dan atau kegiatan dalam mengendalikan pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup serta pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun.
2. Penilaian mandiri adalah mekanisme dimana perusahaan melaporkan secara mandiri kinerja pengelolaan lingkungannya untuk pemeringkatan proper.
3. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.

Kinerja ketaatan yang dinilai dalam PROPER mencakup: ketaatan terhadap pengendalian pencemaran air, udara, pengelolaan limbah B3, dan penerapan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan). Sedangkan penilaian untuk aspek upaya lebih dari taat, meliputi penerapan sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan limbah dan konservasi sumber daya, dan pelaksanaan kegiatan pengembangan

masyarakat. Secara umum pemilihan perusahaan peserta PROPER mengacu kepada kriteria sebagai berikut :

- a) Perusahaan yang mempunyai dampak penting terhadap lingkungan.
- b) Perusahaan yang mempunyai dampak pencemaran dan kerusakan lingkungan yang besar.
- c) Perusahaan publik yang terdaftar di pasar modal dalam dan luar negeri.
- d) Perusahaan yang berorientasi ekspor.

Peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi lima warna emas, hijau, biru, merah dan hitam, dimana kriteria ketaatan digunakan untuk pemeringkatan biru, merah dan hitam, sedangkan kriteria penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan adalah hijau dan emas.

2.8 Dewan Komisaris

Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) mendefinisikan Dewan komisaris sebagai mekanisme pengendalian internal tertinggi yang bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberi masukan kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan Good Corporate Governance. Artinya dewan komisaris adalah organ perusahaan yang memiliki tanggung jawab dan kewenangan penuh atas pengurusan perusahaan.

Berdasarkan konsep teori legitimasi, adanya direktur independen dalam komposisi dewan perusahaan dapat memperkuat pandangan publik terhadap legitimasi perusahaan. Masyarakat menganggap dan menilai tinggi suatu perusahaan jika memiliki independen direktur yang seimbang atau banyak dalam dewan perusahaan, karena kondisi seperti ini menandakan lebih efektifnya pengawasan dalam aktivitas manajemen perusahaan (Sandra, 2011). Dewan komisaris mempunyai wewenang untuk memberi petunjuk dan arahan serta mengawasi pengelola perusahaan salah satunya adalah dengan memberi petunjuk atau arahan kepada manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Bertambahnya dewan komisaris akan mudah

menganjurkan kepada manajemen untuk menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kewajiban perusahaan. (Sisdyani dan Pradyani, 2015)

Komite Nasional Good Corporate Governance (KNGCG) mengeluarkan pedoman tentang dewan komisaris yang ada di perusahaan publik. Bagian II.1 dari pedoman tersebut menyebutkan bahwa pada prinsipnya, komisaris bertanggung jawab dan berwenang untuk mengawasi kebijakan dan tindakan direksi, serta memberikan nasihat kepada direksi jika diperlukan.

Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU PT), mengatur mengenai tugas dan fungsi komisaris dalam beberapa pasal sebagai berikut:

1. Pasal 1 ayat (2) menyatakan kelembagaan dewan komisaris salah satu organ perseroan, selain rapat umum pemegang saham dan direksi. Butir 6 dari pasal tersebut menjelaskan bahwa dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi.
2. Pasal 108 ayat (1) mencantumkan bahwa dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan, dan memberi nasihat kepada direksi. Ayat (2) mencantumkan bahwa pengawasan dan pemberian nasihat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.
3. Pasal 110 ayat (1) menyatakan bahwa yang dapat menjadi anggota dewan komisaris adalah orang-perseorangan yang cakap melakukan perbuatan hukum, kecuali dalam 5 (lima) tahun sebelum pengangkatannya pernah:
 - a) Dinyatakan pinalti
 - b) Menjadi anggota direksi atau anggota dewan komisaris yang dinyatakan bersalah menyebabkan suatu perseroan dinyatakan palit.
 - c) Dihukum karena melakukan tindak pidana yang merugikan keuangan negara dan/atau yang berkaitan dengan sektor keuangan.

4. Pasal 114 ayat (2) menyatakan bahwa setiap anggota dewan komisaris wajib melakukan iktikad baik, kehati-hatian, dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi sebagaimana dimaksud dalam pasal 108 ayat (1) untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan. Pasal 114 ayat (2) menyatakan bahwa setiap anggota dewan komisaris ikut bertanggung jawab secara pribadi atas kerugian perseroan apabila yang bersangkutan salah atau lalai menjalankan tugasnya sebagaimana dimaksud ayat (2) .

Sebagai wakil dari prinsipikal didalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggungjawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi di dalam entitas (Nur & Priantina, 2012).

2.9 Komite Audit

Mengingat tugas komisaris dalam mengawasi jalanya perusahaan cukup berat, maka komisaris dapat dibantu oleh beberapa komite, salah satunya yaitu komite audit. Ikatan komite audit indonesia (IKAI) mendefinisikan komite audit sebagai suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris ,dengan demikian, tugasnya adalah membantu dan memperkuat fungsi dewan komisaris (atau dewan pengawas) dalam menjalankan fungsi pengawasan (*oversight*) atau proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit, dan implementasi dari corporate governance di perusahaan-perusahaan. (Effendi, 2010)

Menurut SK Bapepam Kep-29/PM/2004, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Dalam prakteknya dewan komisaris tidak berdiri sendiri dalam menjalankan tugasnya dalam rangka pengawasan perusahaan. Oleh karena itu, ketika tingkat pengawasan lebih tinggi maka pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan semakin luas pula. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu *Triple Bottom Line* dengan konsep pengungkapan ekonomi, lingkungan dan sosial.

Berdasarkan pedoman pembentukan komite audit yang efektif disusun oleh Komite Nasional *Good Corporate Governance* (KNGCG) pada 30 Mei 2012 antara lain sebagai berikut:

1. Rekomendasi utama dalam pedoman ini tentang pembentukan komite audit adalah:
 - a) Dewan komisaris harus membentuk suatu komite audit.
 - b) Harus ada ketentuan-ketentuan tertulis yang mengatur dengan jelas kewenangan dan tugas komite audit.
 - c) Tugas utama komite audit termasuk pemeriksaan dan pengawasan tentang proses pelaporan keuangan dan kontrol internal.
 - d) Anggota komite audit harus diangkat dari anggota dewan komisaris yang tidak melaksanakan tugas-tugas eksekutif dan terdiri atas:
 1. Paling sedikit tiga anggota
 2. Mayoritas harus independen
2. Tujuan dibentuknya komite audit adalah:
 - a) Pelaporan keuangan

Meskipun direksi dan dewan komisaris bertanggung jawab terutama atas laporan keuangan dan auditor eksternal bertanggung jawab hanya atas laporan keuangan audit eksternal, komite audit melaksanakan pengawasan independen atas proses laporan keuangan dan audit eksternal.
 - b) Manajemen risiko dan kontrol

Meskipun direksi dan dewan komisaris terutama bertanggung jawab atas manajemen risiko dan kontrol, komite audit memberikan pengawasan independen atas proses risiko dan kontrol.
 - c) Tata kelola perusahaan

Meskipun direksi dan dewan komisaris terutama bertanggung jawab atas pelaksanaan tata kelola perusahaan, komite audit melaksanakan pengawasan independen atas proses tata kelola perusahaan.

Komite audit yang efektif bekerja sebagai suatu alat untuk meningkatkan efektivitas, tanggung jawab, keterbukaan, dan objektivitas dewan komisaris, serta memiliki fungsi untuk:

1. Memperbaiki mutu laporan keuangan dengan mengawasi laporan keuangan atas nama dewan komisaris.
2. Menciptakan iklim disiplin dan kontrol yang akan mengurangi kemungkinan penyelewengan-penyelewengan.
3. Memungkinkan anggota yang non-eksekutif menyumbangkan suatu penilaian independen dan memainkan suatu peranan yang positif.
4. Membantu direktur keuangan, dengan memberikan suatu kesempatan di mana pokok-pokok persoalan yang penting yang sulit dilaksanakan dapat dikemukakan.
5. Memperkuat posisi auditor eksternal dengan memberikan suatu saluran komunikasi terhadap pokok-pokok persoalan yang memprihatinkan dengan efektif.
6. Memperkuat posisi auditor internal dengan memperkuat independensinya dari manajemen.
7. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap kelayakan dan objektivitas laporan keuangan serta meningkatkan kepercayaan terhadap kontrol internal yang lebih baik.
8. Tanggung jawab komite audit dibidang tata kelola perusahaan adalah memberikan kepastian, bahwa perusahaan tunduk secara layak pada undang-undang dan peraturan yang berlaku, melaksanakan urusannya dengan pantas dan mempertahankan kontrol yang efektif terhadap konflik kepentingan (*conflict of interest*) dan manipulasi terhadap pegawainya. Dalam hal ini tata kelola perusahaan, peran dan tanggung jawab komite audit harus termasuk juga:
 - a) Mengawasi proses tata kelola perusahaan.
 - b) Memastikan bahwa manajemen senior membudayakan tata kelola perusahaan.
 - c) Memonitor bahwa perusahaan tunduk pada *code of conduct*.

- d) Mengerti semua pokok persoalan yang mungkin dapat mempengaruhi kinerja finansial atau non-finansial perusahaan.
- e) Memonitor bahwa perusahaan tunduk pada tiap undang-undang dan peraturan yang berlaku.
- f) Mengharuskan auditor internal melaporkan secara tertulis hasil pemeriksaan tata kelola perusahaan dan temuan lainnya.

Apabila terdapat dugaan penyimpangan atau kecurangan di perusahaan yang melibatkan direksi perusahaan, maka komisaris dapat menugaskan komite audit untuk melakukan audit khusus(fraud audit). Aktivitas komite audit dijalankan sesuai dengan peraturan atau ketentuan yang berlaku, selain itu kinerja komite audit dapat di pertanggungjawabkan secara moral kepada publik , selain kepada dewan komisaris.

2.10 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

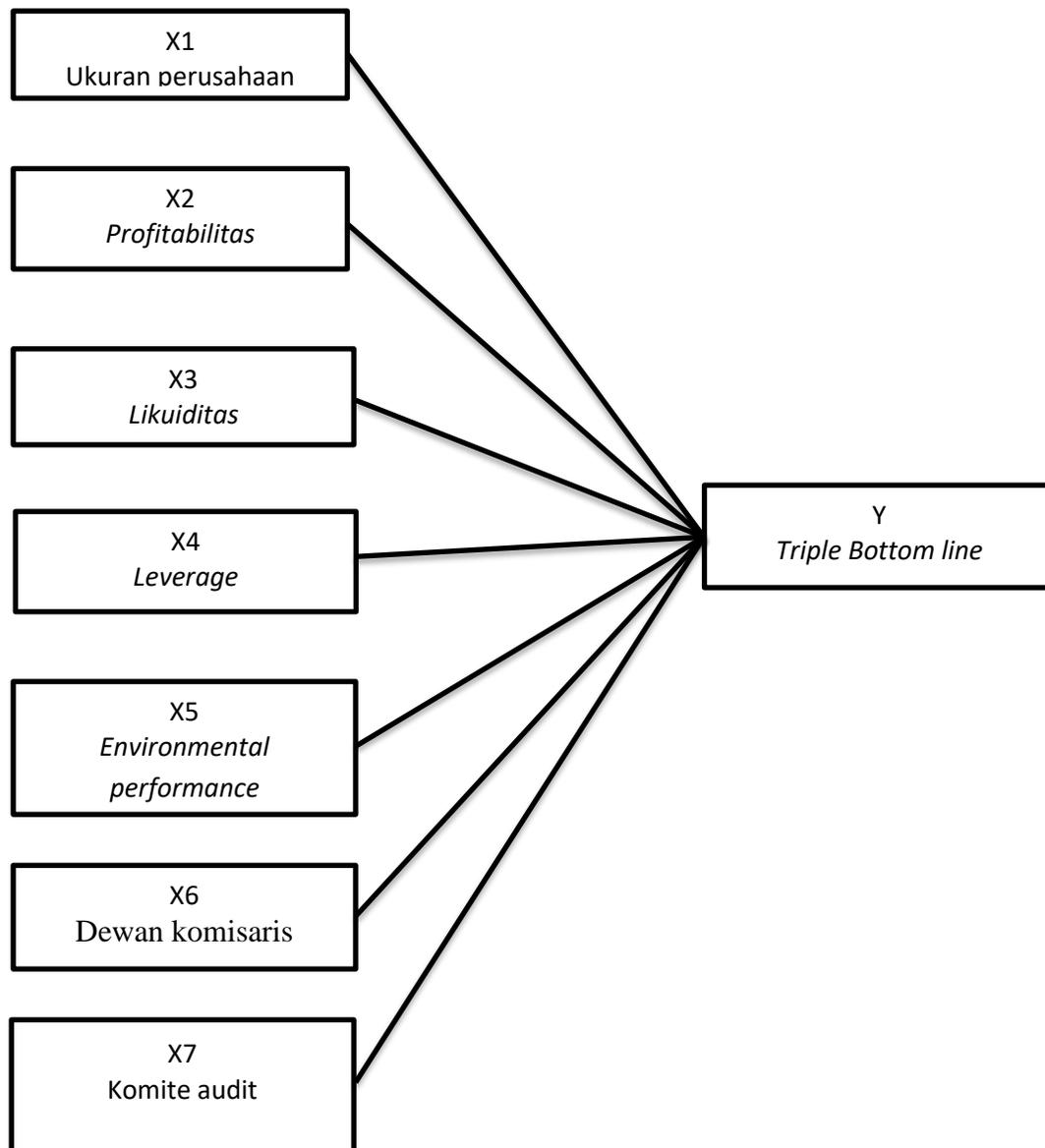
No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Ardhy Karyo Nugroho dan Agus Purwanto(2013)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Struktur Kepemilikan , dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan <i>Triple Bottom Line</i> di Indonesi (Studi Empiris pada perusahan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011)	Berdasarkan hasil penelitian bahwa leverage, jenis industri, ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Triple Bottom Line</i> sedangkan profitabilitas, likuiditas, kepemilikan institusi, kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan

			<i>Triple Bottom Line</i>
2.	Fitri Yanti dan Ni Ketut Rasmini (2015)	Analisis Pengungkapan <i>Triple Bottom Line</i> dan Faktor yang mempengaruhi (Studi di perusahaan Indonesia dan Singapura)	Berdasarkan hasil penelitian bahwa leverage, likuiditas, kepemilikan asing, dan karatistik negara mempengaruhi pengungkapan <i>Triple Bottom Line</i> .
3.	Novita Ainur Rosyidah(2017)	Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line Dan Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Empiris perusahaan manufaktur berjumlah 15 yang terdaftar di BEI dan mengikuti program penelitian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup) .	Berdasarkan hassil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan environmental performance berpengaruh terhadap pengungkapan Triple Bottom Line.
3.	Rizky Intan Naomi (2018)	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Triple Bottom Line (Studi Empiris pada Perusahaan BUMN Non Perbankan yang terdaftar di BEI 2011-	Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Triple Bottom Line, Sedangkan ukuran perusahaan,

		201)	profitabilitas, likuiditas , dan kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Triple Bottom Line.
4.	Heriyani, Emrinaldi Nur DP & Alfiati Silfi (2019)	ANALISIS PENGUNGKAPAN TRIPLE BOTTOM LINE DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI: STUDI DI PERUSAHAAN INDONESIA DAN SINGAPURA	Variable profitability, leverage, company size and type of industry have a significant effect on Triple Bottom Line disclosure, while foreign ownership has no significant effect on Triple Bottom Line disclosure in Singapore. There is a difference in disclosure of triple bottom line in Indonesia 78% while Singapore is 73%.
5	Fadhillah Nur & Yunina (2019)	PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, STRUKTUR KEPEMILIKAN, DAN GCG TERHADAP PENGUNGKAPAN	Berdasarkan hasil penelitian likuiditas, jenis industri, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan Triple Bottom Line. Leverage, profitabilitas, lik

		TRIPLE BOTTOM LINE .	uiditas,jenis industri, umur perusahaan, kepemilikan asing,kepemiikan manajemen, dewan komisaris dan komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Triple Bottom Line.
6..	Irfan Hadi Winata (2019)	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TRIPLE BOTTOM LINE (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017)	Profitabilitas dan Environmental Performance tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Triple Bottom Line. Ukuran Komite Audit dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan Triple Bottom Line.

2.11 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.12 Bangunan Hipotesis

2.12.1 Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, misalnya jumlah kekayaan dan total penjualan perusahaan dalam satu periode penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Perusahaan besar akan cenderung mengungkapkan informasi lebih banyak karena perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang besar sehingga mampu membiayai penyediaan informasi yang lebih lengkap dibanding perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan besar merasa bahwa mereka merupakan target perhatian sehingga perlu untuk membuat suatu usaha nyata dalam menjaga legitimasi perusahaan dan menciptakan kepercayaan dalam hal tanggung jawab sosial. Mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan hidup menjadi salah satu upaya perusahaan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial (Naomi, 2018).

Dalam penelitian Heriyani, DP & Silfi (2019), ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar memiliki aset yang besar, pendapatan yang besar dan juga memiliki proposi modal yang lebih besar, sehingga diperlukan pengungkapan. Perusahaan yang besar menggunakan sumber daya alam yang lebih besar, sehingga diperlukan pengungkapan *Triple Bottom Line*. Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*.

2.12.2 Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*.

Profitabilitas merupakan salah satu bentuk tanggungjawab perusahaan kepada para pemegang saham karena menjadi salah satu faktor yang dapat memperluas pengungkapan aktivitas perusahaan. *Profitabilitas* didefinisikan sebagai kemampuan manajemen untuk memperoleh laba (Rosyidah, 2017). Profitabilitas merupakan salah satu rasio finansial yang digunakan untuk menilai sebuah perusahaan Profitabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam suatu perusahaan dengan membandingkan antara laba dan modal yang digunakan dalam operasi. Seperti Penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam (Nugroho & Purwanto, 2013) mendukung adanya hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam hal ini konteksnya tak hanya penugngkapan sosial saja tetapi juga ekonomi dan lingkungan.

Dalam penelitian Rosyidah (2017) *Profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*. Perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* tinggi akan mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya karena *stakeholder* menginginkan informasi yang transparan. *Stakeholder* menuntut manajemen perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada. laba, namun juga tanggung jawab perusahaan yang dari segi sosial dan lingkungannya. Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2 : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

2.12.3 Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

Likuiditas berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yunina dan Nurfadhilah (2019), hasil penelitian menemukan bahwa *likuiditas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line* dikarenakan *likuiditas* merupakan salah satu faktor penting bagi pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, karena investor, kreditor dan pemangku kepentingan lainnya sangat memperhatikan status *going concern* perusahaan. Dalam hubungannya

manajer sebagai agen berusaha untuk memenuhi kepentingan investor (prinsipal) dengan meningkatkan nilai perusahaan dan menjaga kelangsungan operasi perusahaan dengan menjaga likuiditasnya agar perusahaan dapat bertahan dengan lama. Jika suatu perusahaan sangat likuid kemungkinan besar perusahaan tersebut memberikan rincian lebih lengkap terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line* guna untuk kelangsungan hidup perusahaannya.. Perusahaan sangat likuid mungkin memiliki insentif yang kuat untuk memberikan rincian lebih lanjut dalam pengungkapan perusahaan mereka tentang kemampuan mereka untuk memenuhi kewajiban jangka pendek keuangan. Sehingga semakin tinggi tingkat likuiditasnya maka semakin luas pula pengungkapan *Triple Bottom Line* perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H3: Likuiditas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*.

2.12.4 Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

Perusahaan yang tingkat pengembalian yang dihasilkan perusahaan rendah, maka perusahaan cenderung menggunakan hutang yang lebih besar, sehingga perusahaan perlu melakukan pengungkapan. Kedua, perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi tetap harus melakukan pengungkapan. Sehingga karyawan dan masyarakat (*people*), akan mengetahui kondisi financial yang dihadapi perusahaan. Ketiga, perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi kemungkinan akan mengurangi biaya dengan menggunakan bahan-bahan yang murah dan tidak baik yang dapat merusak lingkungan (*planet*), sehingga diperlukan pengungkapan yang lebih luas (Heriyani, DP, & Silfi, 2019). Perusahaan yang mempunyai leverage yang tinggi beresiko memiliki biaya monitoring yang tinggi pula. Sehingga manajemen secara konsisten mengungkapkan untuk tujuan monitoring agar memastikan kepada kreditor kemampuan untuk membayar (Sandra & Kartawijaya, 2011) Jika perusahaan mempunyai tingkat utang yang tinggi, maka kemampuan perusahaan untuk melakukan kegiatan dalam rangka penungkapan *Triple Bottom Line* menjadi sulit. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi cenderung

untuk menurunkan pelaporan pengungkapan *Triple Bottom Line* (Nugroho & Purwanto, 2013). Dalam penelitian Naomi (2018) *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line* manajemen secara konsisten mengungkapkan informasi untuk tujuan monitoring agar memastikan kepada kreditor kemampuan untuk membayar. Jika perusahaan mempunyai tingkat utang yang tinggi, maka kemampuan perusahaan untuk melakukan kegiatan dalam rangka pengungkapan *Triple Bottom Line* menjadi sulit. Selain itu apabila perusahaan mempunyai tingkat utang yang tinggi, maka perusahaan akan cenderung menyembunyikan informasi tersebut sehingga pengungkapan *Triple Bottom Line* cenderung rendah.

Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

2.12.5 *Environmental performance* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

Environmental performance merupakan penilaian atas aktivitas perusahaan dalam bentuk usaha untuk perbaikan dan menjaga kelestarian lingkungan serta sebagai bentuk penilaian atas tanggung jawab perusahaan-perusahaan terhadap lingkungan (Winata, 2019). *Environmental performance* dapat tercapai apabila perusahaan dapat melakukan tindakan manajemen lingkungan. Melalui PROPER, diharapkan manajemen perusahaan secara proaktif mengelola lingkungan dengan kinerja yang maksimal, sehingga manajemen perusahaan dapat terdorong untuk mengungkapkan tindakan manajemen lingkungan tersebut dalam laporan tahunan.

Dalam penelitian Rosyidah (2017) *Environmental performance* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*. *Environmental performance* dalam penelitian ini diukur menggunakan peringkat PROPER. Perusahaan yang mengikuti peringkat PROPER akan lebih peduli terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan yang mempunyai peringkat PROPER yang baik akan mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungan, sehingga akan berdampak pada citra perusahaan yang baik pula.

Stakeholder akan lebih percaya kepada perusahaan yang mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungan. Dengan begitu akan mempermudah *stakeholder* dalam menilai kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H5 : *Environmental performance* berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

2.12.6 Dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

Dewan Komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi. Tata kelola perusahaan yang baik dalam merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan triple bottom line oleh perusahaan diIndonesia. Dan good corporate governance ini merupakan salah satu untuk mengatasi biaya keagenan yang terjadi. Oleh karena itu, merupakan salah satu alat manajemen untuk menyakinkan pihak prinsipal dalam pengelolaan perusahaan. Dengan pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dapat dipastikan berpengaruh terhadap luas pengungkapan triple bottom line diIndonesia. Sehingga besar ukuran dewan komisaris yang berada dalam perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan triple bottom line diIndonesia (Purwanto, 2011)

Dalam penelitian winata (2019) ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *triple bottom line*. Kondisi ini terjadi karena semakin banyak dewan komisaris , maka bidang yang dikerjakan semakin beragam, sehingga bisa memberikan masukan yang terbaik bai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penelitian diatas ukuran dewan komisaris berhubungan dengan luasnya pengungkapan *triple bottom line*. Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H6 : Dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple bottom line***2.12.7 Komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple bottom line***

Komite Audit adalah suatu badan atau komite yang dibentuk oleh jajaran Dewan Komisaris dengan tujuan untuk membantu melakukan pengecekan, pemeriksaan, dan penelitian yang dianggap penting terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi jajaran direksi dalam pengelolaan perusahaan tercatat. Komite audit juga mempunyai wewenang untuk mengakses catatan atau informasi tentang karyawan, keuangan dan asset serta sumber daya perusahaan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugasnya. Dalam melaksanakan wewenang, komite audit wajib bekerjasama dengan pihak yang melaksanakan fungsi internal audit (Effendi, 2010).

Dalam prakteknya dewan komisaris tidak berdiri sendiri dalam menjalankan tugasnya dalam rangka pengawasan perusahaan. Oleh karena itu, ketika tingkat pengawasan lebih tinggi maka pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan semakin luas pula. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu triple bottom line dengan konsep pengungkapan ekonomi, lingkungan dan sosial.

Dalam penelitian winata (2019) komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*. dengan adanya komite audit, pengawasan manajemen menjadi lebih baik. Sehingga shareholder sebagai prinsipal dalam hal ini diwakili oleh dewan komisaris akan lebih mudah dalam mengontrol manajemen. Berdasarkan uraian tersebut diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H7 : Komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

