

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Teori Legitimasi*

Legitimacy theory menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan masyarakat (Belkaoui, 2006). Ghozali dan Chariri (2007) mengungkapkan definisi teori legitimasi sebagai suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau potensial, ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi.

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Dengan demikian, organisasi secara kontinu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal (Deegan, 2002). Hal yang mendasari teori legitimasi adalah “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007). Keberadaan perusahaan sangat ditentukan oleh masyarakat, karena hubungan keduanya saling mempengaruhi. Dengan demikian, diperlukan kontrak sosial yang baik agar terjadi keseimbangan sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang melindungi kepentingan perusahaan. Teori legitimasi menyebutkan bahwa legitimasi merupakan faktor penting bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal-hal yang berkaitan dengan etika bisnis, perhatian dan pengembangan kinerja karyawan, dampak terhadap lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan turut berkontribusi dalam meningkatkan legitimasi. Dengan demikian maka kepedulian perusahaan terhadap

lingkungan yang kemudian ditunjukkan melalui pengungkapan lingkungan, diharapkan dapat meningkatkan legitimasi dan berdampak baik untuk jangka panjang perusahaan.

Ketika terdapat perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan “legitimasi gap” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Ghozali dan Chariri, 2007). Perusahaan selalu berusaha untuk menyelaraskan diri dengan norma-norma yang ada di dalam masyarakat dan mengantisipasi terjadinya *legitimacy gap* maka perusahaan tersebut dapat terus dianggap sah dalam masyarakat dan dapat terus bertahan hidup (Burgwal dan Vieira, 2014).

Berkaitan dengan teori ini dimana persepsi dan pengakuan publik sangat penting dari suatu perusahaan sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan, maka perusahaan harus memberikan kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat sekitar akan lingkungan yang ada (Cho dan Patten, 2007) dalam Nugraha (2016) . Dalam penelitian ini menggunakan teori legitimasi karena ingin mengetahui pengungkapan informasi lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai salah satu langkah penerimaan perusahaan didalam masyarakat (Hadjoh dan Sukartha, 2013) dalam Nugraha (2016). Dimana perusahaan diakui oleh masyarakat dan aktivitasnya didukung oleh masyarakat.

2.2 Teori Stakeholder

Konsep *stakeholder* pertama kali dikembangkan oleh freeman untuk menjelaskan tingkah laku perusahaan (*corporate behaviour*) dan kinerja sosial (Ghomi dan Leung, 2013). Teori *stakeholders* yang mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Fokus utama dalam teori ini yaitu

bagaimana perusahaan memonitor dan merespon kebutuhan para *stakeholder*-nya (Gray, *et al* 1995).

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberi manfaat bagi para *stakeholdernya*. Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (Shareholder) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*). *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Kelangsungan dan keberhasilan usaha dapat diraih dengan cara membina hubungan yang baik antara manajemen dengan *stakeholder*.

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholder* dalam sebuah perusahaan. Pengungkapan informasi oleh perusahaan dijadikan alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok (*stakeholders*). Oleh karena itu manajemen mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dalam rangka mengelola *stakeholder* agar perusahaan mendapatkan dukungan dari mereka. Dukungan tersebut dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Gray *et al.*, 1995) dalam Amal (2011).

Esensi teori stakeholder tersebut diatas jika ditarik interkoneksinya dengan teori legitimasi yang menginsyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi expectation gap dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *Economic measurement* yang cenderung *shareholder* orientation, kearah memperhitungkan faktor sosial (social factors)

sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah social kemasyarakatan (*Stakeholder Orientation*).

2.3 Pengungkapan / Disclosure

Pengungkapan merupakan informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai keadaan perusahaan. Didalam pengungkapan semua informasi harus diungkapkan termasuk informasi kuantitatif (seperti komponen persediaan dalam nilai mata uang), dan komponen kualitatif (seperti tuntutan hukum), bahkan menurut SEC setiap kejadian yang terjadi dengan tiba-tiba dapat dapat mempengaruhi posisi keuangan harus diungkapkan secara khusus untuk membantu para pengguna laporan tahunan.

Tiga konsep pengungkapan yang umum diusulkan (Hendriksen dan Breda, 2000) dalam Handayani (2010) adalah:

1. *Adequate disclosure* (pengungkapan yang cukup), pengungkapan ini mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan. Pengungkapan ini yang paling umum digunakan.
2. *Fair Disclosure* (pengungkapan yang wajar), pengungkapan ini secara wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan.
3. *Full Disclosure* (pengungkapan yang lengkap), pengungkapan yang mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan. Namun bagi beberapa pihak, pengungkapan yang lengkap diartikan sebagai penyajian informasi yang berlebihan, sehingga tidak bias dikatakan layak.

Surat keputusan BAPEPAM No. Kep-38/PM/1996, menyebutkan bahwa pengungkapan informasi dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua. Yang pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara. Sedangkan yang kedua adalah pengungkapan sukarela

(*voluntary disclosure*), yaitu pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada.

2.4 *Enviromental Disclosure*

Pengungkapan (*disclosure*) yang dilakukan oleh perusahaan adalah alat yang penting untuk mengkomunikasikan kinerja ekonomi, lingkungan hidup dan sosial suatu perusahaan (Agrifood, 2004 dalam Suhardjanto dan Miranti, 2009). Berdasarkan banyaknya tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan harus menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*) dengan kinerja sosial (*people*) dan kinerja lingkungan (*planet*) atau disebut dengan *triple bottom line*. Solomon (2007) menyatakan salah satu cara untuk meningkatkan akuntabilitas perusahaan adalah lingkungan. *Environmental Disclosure* merupakan cara terpenting untuk menjamin transparansi dan akuntabilitas kinerja perusahaan.

Environmental Disclosure adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan hidup di dalam laporan tahunan perusahaan (Suratno, dkk 2006). *Environmental Disclosure* atau pengungkapan lingkungan merupakan pengungkapan yang bersifat sukarela yang dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada sosial dan masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu *Environmental Disclosure* menjadi hal wajib dilakukan perusahaan. Mengingat tentang dampak lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan sehingga perusahaan harus memberikan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat.

Environmental Disclosure merupakan perwujudan dari tanggung jawab sosial perusahaan. Melalui pengungkapan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan, masyarakat dapat melihat aktivitas dari perusahaan. Ghazali dan Chariri (2007) berpendapat bahwa perusahaan akan mengungkapkan semua informasi yang diperlukan dalam rangka berjalannya fungsi pasar modal.

Environmental Disclosure merupakan bagian dari kegiatan CSR. Pengungkapan tentang informasi lingkungan bertujuan sebagai media antara perusahaan, masyarakat, dan investor yang dapat digunakan sebagai pengambil keputusan ekonomi, sosial maupun politik (Nugraha, 2015). Pertanggungjawaban lingkungan juga merupakan respon terhadap kebutuhan informasi dari kelompok – kelompok yang berkepentingan (*Interest Group*) seperti serikat pekerja, aktivitas lingkungan hidup, kalangan religius, dan kelompok lain (Guthrie dan Parker, 1990).

Indikator yang digunakan dalam mengukur pengungkapan lingkungan dalam penelitian ini adalah metode *Content Analysis*. *Content analysis* digunakan untuk mengukur skor pengungkapan lingkungan. Pengukuran pengungkapan lingkungan tersebut dilakukan dengan cara mengamati ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam Indeks yang diungkapkan di dalam *annual report* maupun *sustainability report*. Apabila item informasi tidak ada dalam *annual report* maka diberi skor “0” dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam *annual report* maka diberi skor “1”.

Skor pengungkapan berisi item yang terbagi dalam 'hard' dan 'soft' item pengungkapan. Informasi pada *Hard Item* bersifat objektif dan dapat diverifikasi oleh pengguna laporan. Item – item pada *Hard Item* sulit ditiru oleh perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan rendah. *Hard item* memiliki 29 langkah pengungkapan yang dibagi dalam 4 kategori (A1-A4). *Soft item* memiliki 16 langkah pengungkapan yang dibagi dalam 3 kategori (A5-A7). Bobot relative diletakkan pada *hard item* dan *soft item* dengan indeks GRI yang jelas mencerminkan penekanan pada *hard item*. GRI memandang bahwa *hard item* memiliki nilai yang objektif, dapat diverifikasi dan relatif sulit bagi perusahaan untuk memanipulasinya. Sebaliknya, untuk *soft item* tidak mudah diverifikasi dan dapat disediakan oleh semua perusahaan tanpa memandang jenis kinerja lingkungan perusahaan (Clarkson, et al. 2008).

Secara rinci, *hard item* terdiri dari: kategori A1 (6 item) fokus pada pengungkapan struktur tata kelola perusahaan dan sistem manajemen mengenai perlindungan lingkungan. Kategori A2 (10 item) mencerminkan kredibilitas pengungkapan lingkungan. Kategori A3 (10 item) fokus pada pengungkapan indikator kinerja lingkungan secara spesifik, dalam kaitannya dengan emisi polusi, kegiatan konservasi, dan daur ulang. Kategori A4 (3 item) mencerminkan pengeluaran lingkungan perusahaan tetapi tidak termasuk pengungkapan yang berhubungan dengan peraturan lingkungan. Fokusnya yaitu pada pengeluaran *discretionary* untuk meningkatkan kinerja masa depan seperti investasi teknologi baru atau inovasi terkait R & D.

Sedangkan untuk *soft item*, kategori A5 (6 item) mengacu pada pengungkapan visi lingkungan oleh perusahaan dan strategi. Sebagai contoh, banyak perusahaan menyatakan mereka memiliki kebijakan lingkungan yang berkala atau membuat klaim tentang pentingnya nilai-nilai lingkungan. Kategori A6 (4 item) mengukur pengungkapan profil lingkungan oleh perusahaan, dalam hal dampak industri dan peraturan lingkungan. Kategori A7 (6 item) menilai pengungkapan inisiatif lingkungan yang dapat dilaksanakan tanpa harus membuat komitmen terhadap lingkungan. Meskipun item-item tersebut dapat mewakili komitmen terhadap lingkungan, perusahaan dapat dengan mudah memanipulasi atau meniru, dengan demikian akan sulit untuk memperoleh indikasi yang nyata tentang kinerja perusahaan. Berikut ini adalah skor pengungkapan yang telah diteliti oleh Clarkson, *et al.* (2008) dan Burgwal dan Vieira (2014):

Hard Disclosure Items

(A1) Struktur Pemerintahan dan Sistem Manajemen (skor maksimal adalah 6)

1. Keberadaan departemen yang menangani pengendalian polusi dan atau posisi untuk manajemen lingkungan (0-1)
2. Keberadaan sebuah komite publik yang menangani lingkungan (0-1)
3. Kondisi tentang praktik lingkungan yang dapat dipahami oleh pemasok dan pelanggan (0-1)

4. Pihak – pihak yang berkepentingan dalam perusahaan (stakeholder) ikut membuat kebijakan lingkungan perusahaan (0-1)
5. Adanya implementasi ISO 14001 pada perusahaan (0-1)
6. Adanya kompensasi khusus yang berhubungan dengan kinerja lingkungan (0-1)

(A2) Kredibilitas (skor maksimal adalah 10)

1. Adanya adopsi dari GRI panduan pelaporan keberlanjutan (0-1)
2. Verifikasi independen tentang pengungkapan informasi lingkungan pada laporan kinerja lingkungan / melalui web (0-1)
3. Verifikasi independen secara periodik / audit tentang kinerja lingkungan (0-1)
4. Sertifikasi program lingkungan oleh agen independen (0-1)
5. Sertifikasi produk dengan tanggung jawab pada dampak yang diakibatkan kepada lingkungan (0-1)
6. Penghargaan kinerja lingkungan eksternal dan adanya indeks keberlanjutan (0-1)
7. Pihak – pihak yang berkepentingan (stakeholder) terlibat dalam proses pengungkapan lingkungan (0-1)
8. Partisipasi tentang inisiatif lingkungan keberlanjutan yang dilakukan oleh Departemen Energi (0-1)
9. Partisipasi dari industri tertentu untuk mengembangkan praktik lingkungan (0-1)
10. Partisipasi dari asosiasi / organisasi lingkungan lain untuk mengembangkan praktik lingkungan

(A3) *Environmental Performance Indicator (EPI)* (skor maksimal adalah 60)

1. EPI pada penggunaan dan efisiensi energi (0-6)
2. EPI pada penggunaan dan efisiensi air (0-6)
3. EPI pada emisi gas rumah kaca (0-6)
4. EPI pada emisi udara lainnya (0-6)
5. EPI pada tanah, air dan udara (0-6)
6. EPI pada pelepasan zat – zat lain (0-6)

7. EPI pada produksi dan manajemen limbah (0-6)
8. EPI pada tanah, penggunaan sumber daya, keanekaragaman hayati, dan konservasi (0-6)
9. EPI pada dampak lingkungan, jika perusahaan menghasilkan barang dan jasa (0-6)
10. EPI terhadap kepatuhan kinerja (0-6)

Skor data EPI dengan skala 0-6 diberikan dengan ketentuan berikut:

- 1) Data kinerja ditampilkan
- 2) Data kinerja ditampilkan dan berhubungan dengan industri pesaing
- 3) Data kinerja ditampilkan dan berhubungan dengan periode sebelumnya
- 4) Data kinerja ditampilkan dan berhubungan dengan target
- 5) Data kinerja ditampilkan dengan bentuk absolut dan normal
- 6) Data kinerja ditampilkan dalam level terpisah (terbagi dalam segmen hutan, unit bisnis, geografi)

(A4) *Environmental Spending* (skor maksimal adalah 3)

1. Ringkasan pengeluaran sejumlah uang oleh perusahaan untuk melakukan inisiatif pelestarian lingkungan (0-1)
2. Sejumlah uang yang dikeluarkan perusahaan untuk pengembangan teknologi, R&D, inovasi, untuk efisiensi kinerja lingkungan (0-1)
3. Sejumlah denda yang diberikan terkait dengan isu lingkungan (0-1)

Soft Disclosure Items

(A5) Pernyataan Visi dan Strategi (nilai maksimal adalah 6)

1. Pernyataan CEO tentang kinerja lingkungan dalam surat yang disampaikan kepada pihak – pihak yang berkepentingan dalam perusahaan (*stakeholders*) (0-1)
2. Pernyataan tentang kebijakan lingkungan perusahaan, prinsip dan nilai (0-1)
3. Pernyataan tentang sistem manajemen formal berkaitan dengan kinerja dan risiko lingkungan (0-1)

4. Pernyataan tentang peninjauan dan evaluasi secara periodik terhadap kinerja lingkungan (0-1)
5. Pernyataan tentang tujuan yang dapat dicapai pada kinerja lingkungan masa depan (0-1)
6. Pernyataan tentang inovasi lingkungan khusus dan teknologi baru (0-1)

(A6) Profil Lingkungan (skor maksimal adalah 4)

1. Pernyataan tentang kepatuhan perusahaan dengan standar lingkungan khusus (0-1)
2. Sebuah pandangan tentang dampak lingkungan yang diakibatkan sebuah industri (0-1)
3. Sebuah pandangan tentang bagaimana operasi bisnis perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa memiliki dampak terhadap lingkungan (0-1)
4. Sebuah pandangan tentang kinerja lingkungan perusahaan berhubungan dengan industri pesaing (0-1)

(A7) Inisiatif Lingkungan (skor maksimal adalah 6)

1. Adanya training karyawan mengenai operasi dan manajemen lingkungan
2. Adanya respon tentang kejadian mengenai kecelakaan lingkungan (0-1)
3. Penghargaan lingkungan internal (0-1)
4. Audit lingkungan internal (0-1)
5. Sertifikasi internal dari program lingkungan (0-1)
6. Keterlibatan komunitas atau donasi yang berhubungan dengan lingkungan (0-1)

2.5 Corporate Environmental Disclosure sebagai Tanggung Jawab Perusahaan

Tanggung jawab adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, namun juga mempertahankan hubungan sosial yang baik serta meminimalkan dampak terhadap lingkungan atas produk yang dipasarkan.

Menurut Tarmizi (2012) dalam Oktavianti dan Rizki (2015). Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham. Pengungkapan lingkungan adalah salah satu bagian dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Tarmizi (2012) dalam Oktavianti dan Rizki (2015) Pengungkapan tanggung jawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate social reporting* adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan.

2.6 Kepemilikan Manajerial

Menurut Downes dan Goodman (1999) kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan.

Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa *Corporate social responsibility disclosure* merupakan bentuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan, dengan harapan untuk melaporkan kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para *stakeholder*, dan hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi dan kontribusi sosial perusahaan. Seiring dengan adanya kemungkinan terjadinya manajemen laba, maka dimungkinkan adanya kepemilikan manajemen dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini terkait dengan pemilik perusahaan yang sekaligus menjadi manajemen perusahaan (adanya kepemilikan manajerial) ingin mengalihkan perhatian manajemen laba kepada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (‘Amal, 2010).

Disamping itu keberadaan kepemilikan manajerial dapat mendorong perusahaan untuk lebih luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Penelitian yang menguji adanya hubungan kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Huang *et al.* (2007). Mereka menemukan bahwa keberadaan kepemilikan manajemen berhubungan positif dengan efisiensi perusahaan (‘Amal , 2010).

2.7 Kualitas Audit

Kualitas audit dapat menjadi informasi yang memberikan sinyal positif atau negatif. Kantor akuntan besar menyediakan kualitas laporan keuangan yang lebih tinggi daripada akuntan biasa, sehingga investor secara umum cenderung lebih berreaksi positif apabila laporan keuangan yang dipublikasikan di audit oleh kantor akuntan publik besar/KAP Big Four. Independensi auditor internal sangat penting terutama dalam memberikan penilaian yang tidak memihak/netral (Hery, 2010:73).

Opini wajar tanpa pengecualian adalah opini paling diharapkan oleh klien karena pendapat ini mampu menjamin bahwa laporan keuangan yang disusun oleh manajemen perusahaan tidak mengandung salah saji material dan sesuai dengan Standar akuntansi Keuangan yang berlaku.

Wang (2005) menemukan bahwa pasar merespon negatif terhadap harga saham perusahaan dengan opini audit wajar tanpa pengecualian dengan bahasa penjelasan dan opini selain wajar tanpa pengecualian opini audit. Semakin tingginya tingkat independensi auditor maka akan meningkatkan kredibilitas dari laporan keuangan, dengan meningkatnya kredibilitas dari laporan keuangan maka diharapkan akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, dan meningkatkan nilai perusahaan.

2.8 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menurut IAI (2007) adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Tingkat profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio keuangan yaitu Return On Asset (ROA). Kinerja keuangan sebuah perusahaan merupakan gambaran dari tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan suatu kegiatan atau program selama periode waktu tertentu. Penilaian kinerja keuangan sebuah perusahaan membutuhkan informasi keuangan yang merupakan kebutuhan mendasar bagi para investor dalam pengambilan keputusan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur melalui laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik yang dapat memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan. Informasi keuangan yang ada pada laporan keuangan akan digunakan oleh pihak – pihak yang berkepentingan seperti investor, kreditor, calon kreditor, karyawan, pemerintah dan masyarakat untuk pengambilan suatu keputusan (Widyatama, 2015) dalam Kumalasari (2016).

2.9 Kinerja Lingkungan

Menurut Lanskoki (2000), konsep kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat kerusakan yang lebih rendah menunjukkan kinerja lingkungan perusahaan yang lebih baik. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi kerusakan lingkungannya maka semakin buruk kinerja lingkungan perusahaan tersebut.

Selama ini pengukuran terhadap kinerja lingkungan masih belum tercapai kesepakatan final. Hal ini karena setiap negara memiliki cara pengukuran sendiri tergantung situasi dan kondisi lingkungan negara masing-masing. Di Indonesia, Kementerian Lingkungan Hidup telah menerapkan PROPER sebagai alat untuk memeringkat kinerja lingkungan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia (Handayani, 2010).

Kriteria Peringkat Warna PROPER Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 18 Tahun 2010 Pasal 6, diantaranya:

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

2.10 Penelitian Terdahulu

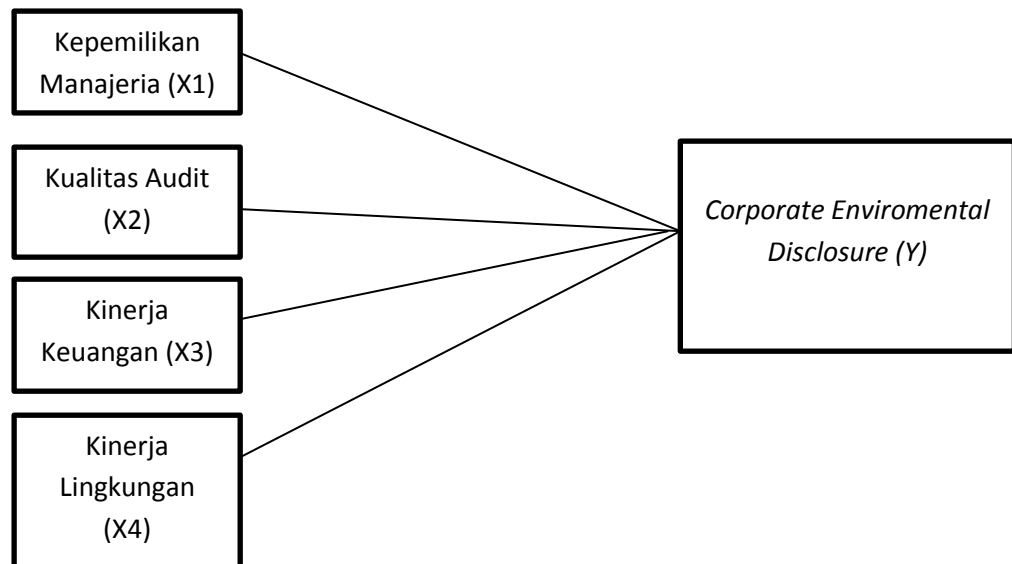
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Variabel dan Analisis	Hasil
1.	Diana Oktafianti dan Amalia Rizki (2014)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan terhadap <i>Corporate Enviromental Disclosure</i> sebagai bentuk tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan (Studi pada Perusahaan Peserta Proper (2011-2015))	Variabel Dependen :Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Variabel Independen : <i>Corporate Enviromental Disclosure</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan (total aset) berpengaruh positif terhadap Corporate Environmental Disclosure, sedangkan kinerja keuangan yang diukur dengan ROA menunjukkan pengaruh negatif.
2.	Dicko Eka Bimantara Nugraha (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Kinerja Lingkungan terhadap <i>Environmental Disclosure</i>	Variabel dependen : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Kinerja Lingkungan	ukuran perusahaan, tipe industri, dan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan lingkungan. Sementara itu, profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak

			Variabel independen: <i>Environmental Disclosure</i>	berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan lingkungan.
3.	Febri Zaini Aulia (2015)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Liputan Media terhadap <i>Environmental Disclosure</i>	Variabel Dependen :Ukuran perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kinerja Lingkungan, Liputan Media. Variabel Independen : <i>Environmental Disclosure</i>	Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan dan liputan media berpengaruh secara signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> . Namun, <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>environmental disclosure</i> .
4.	Dwi Noor Indah Kumalasari (2016)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Environmental Disclosure</i> pada Perusahaan di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa	Variabel Dependen: Kinerja Keuangan, <i>Political Cost</i> , Sistem Manajemen Lingkungan, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan.	Hasil pengujian menunjukkan bahwa tipe industri dan sistem manajemen lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> . Namun, ukuran

		Efek Indonesia Periode 2012-2014)	Variabel Independen : <i>Enviromental Disclosure</i>	perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pajak dan <i>market share</i> tidak berpengaruh terhadap <i>environmental disclosure</i> .
5.	Aji Mardiyatnolo (2016)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kualitas Audit, Kinerja Keuangan dan <i>Leverage Terhadap Corporat Enviromental Disclosure</i> sebagai bentuk tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan	Variabel Dependen :Kepemilikan Manajerial, Kualitas Audit, Kinerja Keuangan Variabel Independen : <i>Corporate Enviromental Disclosure</i>	kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi pengungkapan lingkungan. Kualitas audit dan ROA berpengaruh signifikan pada kinerja keuangan dari pengungkapan lingkungan perusahaan

2.11 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.12 Bangunan Hipotesis

2.12.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

Menurut Downes dan Goodman (1999) kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan. Dalam sebuah perusahaan apabila di dalamnya ada kepemilikan manajerial, maka diprediksikan akan lebih banyak memberikan informasi kepada publik agar perusahaan mendapatkan legitimasi oleh publik. Jika pimpinan tim manajemen ada yang sebagai pemegang saham maka diprediksikan akan memiliki kesadaran yang cukup untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, dan melaporkan tanggung jawab tersebut dalam laporan tahunan (‘Amal, 2010).

Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa *Corporate social responsibility disclosure* merupakan bentuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan

dalam laporan tahunan perusahaan, dengan harapan untuk melaporkan kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para *stakeholder*, dan hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi dan kontribusi sosial perusahaan. Seiring dengan adanya kemungkinan terjadinya manajemen laba, maka dimungkinkan adanya kepemilikan manajemen dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini terkait dengan pemilik perusahaan yang sekaligus menjadi manajemen perusahaan (adanya kepemilikan manajerial) ingin mengalihkan perhatian manajemen laba kepada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiyatnolo (2016) menyatakan bahwa kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Corporate Enviromental Disclosure. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh ‘amal (2010) menyatakan kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Corporate Enviromental Disclosure. Guna memperoleh legitimasi yang lebih besar maka keberadaan pemilik yang sekaligus sebagai pemegang saham dapat mendorong perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dari pemikiran di atas dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

2.12.2 Pengaruh Kualitas Audit Terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

De Angelo (1981) dalam Watkins et al (2004) mendefinisikan kualitas audit sebagai kemungkinan bahwa auditor akan menemukan dan melaporkan pelanggaran dalam sistem akuntansi dengan pengetahuan dan keahlian auditor. Perusahaan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Public (KAP) yang berukuran besar akan menyajikan laporan keuangan yang lebih berkualitas berdasarkan regulasi yang telah ditentukan, karena memiliki kualitas, reputasi, dan kredibilitas dibanding KAP ukuran kecil (Hapsoro, 2012).

Auditor sangat berperan penting dalam meningkatkan strategi pelaporan perusahaan secara keseluruhan. Secara teori KAP Big Four seharusnya lebih berkualitas dibandingkan dengan jasa audit yang diberikan KAP Non Big Four. Jasa yang diberikan akan lebih independen dan transparan. Dengan adanya audit yang transparan atas laporan keuangan dan laporan tahunan, perusahaan akan terdorong untuk melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan Keuangan dan Laporan Tahunan perusahaan, supaya pendapat yang diberikan oleh KAP bersifat positif bagi kelangsungan dan citra baik perusahaan. Untuk itu perusahaan akan melakukan kegiatan CSR yang berhubungan dengan karyawan (*employee relations*), masyarakat (*community services*) dan lingkungan (*environmental awareness*). Penelitian yang dilakukan oleh Mardiyatnolo (2016) menyatakan bahwa Kualitas Audit berpengaruh terhadap *Corporate Environmental Disclosure*.

Dari pemikiran di atas dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Kualitas Audit berpengaruh terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

2.12.3 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

Kinerja keuangan menurut IAI (2007) adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya. Kinerja Keuangan dalam penelitian ini diukur melalui rasio profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Tingkat profitabilitas tersebut akan diukur dengan menggunakan rasio keuangan yaitu *Return On Asset (ROA)*.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Berdasarkan teori legitimasi, masyarakat senantiasa melakukan tekanan kepada perusahaan agar peduli terhadap masalah lingkungan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi lebih mudah dalam menghadapi tekanan

tersebut. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memiliki dana yang cukup untuk melakukan pengungkapan. Sehingga pengungkapan lingkungan tidak menjadi beban bagi perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi. Hal tersebut konsisten dengan teori pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), sebagaimana sarana untuk menyampaikan informasi kepada investor luar untuk mendapatkan keuntungan kompetitif (Burgwal dan Vieira, 2014) dalam Kumalasari (2016). Perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih ketika kemampuan perusahaan menghasilkan laba tinggi agar investor yakin bahwa perusahaan berada dalam posisi persaingan yang kuat dan operasi perusahaan berjalan efisien.

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara profitabilitas dengan *environmental disclosure*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kumalasari (2016) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara profitabilitas dengan *Corporate Environmental Disclosure*. Aulia (2010) mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi, maka manajemen akan menunjukkan kesuksesan kinerja yang dilakukannya, salah satunya melalui pengungkapan lingkungan. Hal itu dikarenakan profit yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dan membuat manajer termotivasi untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci terkait lingkungan.

Dari pemikiran di atas dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3 : Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

2.12.2 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Environmental Disclosure*

Menurut Suratno dkk. (2006), kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Meningkatnya perhatian publik akan isu lingkungan membuat perusahaan untuk ikut memperhatikan lingkungan hidup. Perusahaan-perusahaan di Indonesia

dapat memperlihatkan tanggung jawab terhadap lingkungan dengan melakukan investasi, tindakan dan perbaikan teknologi dan sistem operasi industri menjadi lebih ramah lingkungan atau paling tidak memperlihatkan komitmen yang baik terhadap Lingkungan (Aulia, 2015).

Teori legitimasi menyatakan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik lebih cenderung untuk melakukan pengungkapan lingkungan karena dapat meningkatkan citra perusahaan di masyarakat umum sehingga aktivitas perusahaan tetap dilegitimasi oleh masyarakat. Teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa perusahaan akan bertindak dan bekerja sama dengan para *stakeholder* demi menggapai kepentingan bersama. Pengungkapan sosial lingkungan dapat dijadikan sebagai sarana pemberitahuan kinerja lingkungan perusahaan terhadap para *stakeholder* terutama kepada investor atau pemilik. Hal ini karena pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik merupakan *good news* yang dapat memuaskan keinginan dari *stakeholder* sehingga hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* tetap harmonis (Verrechia, 1983; Suratno dkk, 2006).

Gladia (2013) mengungkapkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh yang signifikan terhadap *environmental disclosure*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2015) dan Nugraha (2015) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *enviromental disclosure*.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 = Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap *Corporate Environmental disclosure*