

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori *Stakeholder***

Ketentuan dalam perusahaan menyatakan bahwa manajemen memiliki fungsi untuk memaksimalkan laba, dengan asumsi bahwa memaksimalkan total nilai perusahaan akan memaksimalkan kesejahteraan sosial pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan (Tang dan Luo, 2013). Beberapa peneliti beranggapan bahwa memfokuskan hanya pada fungsi ekonomi dan keuangan dalam perusahaan, terkesan mengabaikan kompleksitas yang dialami perusahaan (Luo *et al.*, 2012). Hal tersebut berkaitan dengan pengelolaan perusahaan yang tidak efisien, asimetri informasi, dan masalah insentif yang tidak sedikit. Adanya kompleksitas masalah yang dihadapi oleh perusahaan, membuat banyak peneliti mengajukan teori *stakeholder*, yang memperluas peran entitas untuk memasukkan pihak eksternal dan internal lain sebagai bagian dari *shareholder* (Tang dan Luo, 2013). Perusahaan cenderung untuk fokus pada *stakeholder* dengan kekuatan, legitimasi, dan urgensi yang tinggi (Hollindale, 2012).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa setiap orang atau kelompok yang sah turut serta dalam aktivitas perusahaan memiliki

tujuan untuk memperoleh manfaat (Luo *et al.*, 2012). Dalam perspektif teori *stakeholder*, perusahaan diharapkan menyediakan informasi melalui pengungkapan sosial, sebagai wujud respon perusahaan atas intensitas permintaan *stakeholder* (Tang dan Luo, 2013). Orientasi strategi perusahaan terhadap tanggungjawab sosial dan lingkungan, yang memberi nilai tambah dari segi ekonomi perusahaan maupun dari segi sosial atau lingkungan.

## **2. Teori Legitimasi**

Tang dan Luo (2013) menyatakan bahwa kegiatan operasi perusahaan erat kaitannya dengan *society* (masyarakat), dengan begitu perusahaan dapat memperoleh pasokan sumber daya yang dibutuhkan agar dapat menjalankan aktivitas operasinya. Adanya *society* membuat perusahaan memiliki kemudahan akses sumber daya alam, infrastruktur, tenaga kerja, dan pelanggan. Teori legitimasi menganggap bahwa perusahaan adalah bagian dari *society* dan terikat dengan kontrak sosial. Dimana entitas memiliki tanggungjawab kepada masyarakat atas kontrak tersebut, dan memberikan jaminan atas kehidupan yang berkelanjutan (Suchman, 1995 dalam Luo *et al.*, 2012). Legitimasi juga dapat mengancam perusahaan, hal itu terjadi ketika pencapaian kinerja organisasi tidak sesuai dengan apa yang menjadi ekspektasi masyarakat (Tang dan Luo, 2013).

### 3. Akuntansi Lingkungan

Akuntansi lingkungan merupakan suatu kegiatan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan mengalokasikan biaya lingkungan, yang mana biaya-biaya tersebut dapat diintegrasikan dalam pengambilan keputusan bisnis untuk kemudian dikomunikasikan kepada *stakeholder* dalam bentuk pelaporan lingkungan (Aniela, 2012).

Akuntansi lingkungan pada umumnya diterapkan oleh perusahaan yang memiliki minat dan perhatian terhadap kelestarian lingkungan, berkesinambungan (*sustainability*), efektivitas lingkungan (*ecoeffectiveness*), efisiensi lingkungan (*ecoefficiency*), dan menerapkan hal tersebut secara langsung dengan banyak sarana pemasaran dan manajemen strategik (Aniela, 2012).

Akuntansi lingkungan diterapkan untuk memenuhi tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap *stakeholder* dan masyarakat. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk kepatuhan perusahaan terhadap kebijakan pemerintah yang menganjurkan perusahaan untuk memerhatikan dampak lingkungan yang muncul akibat aktivitas operasi perusahaan.

### 4. *Greenhouse Gas*

Menurut BMKG (Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika), *Greenhouse Gas* yang selanjutnya disebut GHG adalah kumpulan gas yang berada di atmosfer dan memiliki kemampuan menyerap radiasi inframerah yang berasal dari radiasi terestrial, awan, atau dari atmosfer.

GHG memuat beberapa komposisi meliputi Karbondioksida (CO<sub>2</sub>), Metana (CH<sub>4</sub>), Nitrogen (N<sub>2</sub>O), dan *Chloro Fluoro Carbon* (CFC).

### 5. *Greenhouse Gas Emissions*

Menurut BMKG (Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika), GHG *emissions* adalah kondisi dimana GHG lepas ke atmosfer pada area tertentu dalam periode atau jangka waktu tertentu. Lepasnya gas tersebut mengakibatkan berbagai zat di lapisan udara yang ada di bumi bercampur. Hal tersebut harus segera ditanggulangi dalam jangka waktu yang cepat, agar dampaknya terhadap perubahan iklim yang drastis dapat diminimalisasi.

Emisi karbon dari masa ke masa terus mengalami kenaikan, baik dari tingkat regional, nasional, maupun tingkat global (Majid dan Ghazali, 2015). Kondisi tersebut terjadi karena penggunaan energi yang semakin besar. Kurangnya penanggulangan GHG *emissions* oleh pihak-pihak yang kurang bertanggungjawab, menyebabkan pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan yang dinilai akan mengurangi dampak negatif yang timbul karena GHG *emissions*.

Perusahaan menjadi fokus utama yang dituju oleh pemerintah dalam menerapkan kebijakannya. Hal itu terjadi karena sebagian besar komponen kandungan GHG *emissions* didominasi oleh hasil aktivitas operasi perusahaan. Maka dari itu muncul GHG *emissions disclosure* pada *annual report* dan *sustainability report* perusahaan.

## 6. *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*

Semakin ketatnya persaingan bisnis, transparansi menjadi hal penting yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Masyarakat luas tidak hanya menuntut adanya kualitas yang baik pada perusahaan, namun tanggungjawab akan aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan. Kemudian juga bagaimana mereka mengungkapkan informasi terkait sosial dan lingkungannya.

Kurun beberapa waktu terakhir, pengungkapan sosial maupun lingkungan meningkat dengan pesat. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan demi mendapatkan persepsi yang baik dari masyarakat (Peters dan Romi, 2014). Perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan khususnya *GHG emissions disclosure*, untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah berupaya dalam keberlanjutan hidup perusahaan dan lingkungannya di masa depan. Hal itu dilakukan sebagai bentuk komitmen dan akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat (Tang dan Luo, 2013).

Peraturan atau regulasi berkaitan dengan pelaporan perusahaan yang ditetapkan oleh IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) yang tertera dalam PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) No. 1 (Revisi 2013) paragraf 12 adalah:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

Laporan tambahan tersebut dapat diwujudkan dengan pengungkapan lingkungan oleh perusahaan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan lingkungan tersebut dapat berupa *GHG emission disclosure*.

## **7. Faktor-faktor yang Memengaruhi *Greenhouse Gas Emissions Disclosure***

Beberapa faktor yang memengaruhi *GHG emissions disclosure* pada perusahaan nonkeuangan di Indonesia akan diuji dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut meliputi kinerja lingkungan, komisaris independen, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan media *online*.

### a. Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan menunjukkan seberapa baik pencapaian yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan pengelolaan lingkungan. Variabel ini diproksikan dengan peringkat PROPER. PROPER merupakan salah satu upaya Kementrian Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia. Program tersebut dilaksanakan sebagai bentuk apresiasi bagi perusahaan yang memiliki pengelolaan lingkungan hidup yang baik, yang dinilai melalui pelaporan informasi lingkungan.

### b. Komisaris Independen

Komisaris independen menunjukkan kekuatan *corporate governance* dalam perusahaan (Routledge, 2012). Kehadiran dewan

komisaris dalam perusahaan memiliki peranan penting dalam melaksanakan *corporate governance* yang baik. Perusahaan dengan dewan komisaris independen yang semakin banyak akan mendorong tercapainya efektivitas *corporate governance* (Rankin *et al.*, 2011). Adanya efektivitas *corporate governance* akan mendorong perusahaan melaporkan kinerjanya, termasuk kinerja lingkungan.

c. Ukuran Perusahaan

Pada beberapa penelitian sebelumnya, ukuran perusahaan sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan informasi lingkungan (Pradini, 2013; Majid dan Ghozali, 2015). Perusahaan dengan ukuran yang besar akan mendapatkan perhatian yang lebih dari publik (Majid dan Ghozali, 2015). Sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan lingkungan yang lebih untuk mencegah dan menyelesaikan konflik (Prado-Lorenzo *et al.*, 2009). Perusahaan dengan ukuran yang besar akan mendapatkan pengawasan yang lebih dari publik, maka perusahaan juga memiliki sumber daya yang unggul dalam rangka memperbaiki manajemen lingkungannya. Perusahaan akan menyediakan informasi yang relevan, agar publik mengetahui manajemen lingkungan yang telah diupayakan oleh perusahaan (Majid dan Ghozali, 2015).

d. Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan seberapa baik kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan dalam mendatangkan keuntungan (Jira

dan Toffel, 2013). Sedangkan menurut Sawir (2001: 18), profitabilitas adalah suatu hasil bersih atas efektivitas pengelolaan perusahaan yang bergantung pada kebijakan dan keputusan manajemen. Dengan demikian, profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu entitas untuk memperoleh laba dengan memanfaatkan seluruh modal yang dimilikinya. Profitabilitas dapat diukur dengan menghitung rasio profitabilitas. Menurut Brigham dan Houston (2014: 146), rasio-rasio yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas terdiri dari:

- 1) Margin Laba atas Penjualan (*Profit Margin on Sales*)
- 2) Pengembalian atas Aset (*Return on Assets/ ROA*)
- 3) Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity/ ROE*)
- 4) Kemampuan Dasar untuk Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power/ BEP*)

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan pengembalian atas ekuitas (*Return on Equity/ ROE*).

e. *Leverage*

Menurut Brigham dan Houston (2014: 140), *leverage* adalah seberapa besar pendanaan perusahaan melalui utang dengan tingkat bunga tertentu yang harus dibayarkan kepada kreditor. Sedangkan *leverage* menurut Sawir (2001: 13) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menutupi seluruh kewajibannya secara finansial, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang ketika perusahaan mengalami likuidasi. Maka dari itu, terdapat hubungan



yang erat antara perusahaan dengan kreditor. Kreditor melihat ekuitas atau dana yang diberikan oleh pemilik sebagai batas pengaman. Ketika proporsi total modal yang diberikan oleh investor perusahaan semakin besar, maka risiko yang dihadapi kreditor akan semakin kecil (Brigham dan Houston, 2014: 140). Sehingga untuk meyakinkan kreditor, perusahaan akan berusaha memperbaiki kinerjanya, baik ekonomi maupun sosial dan lingkungan. Perusahaan akan melakukan pengungkapan lingkungan untuk meningkatkan reputasi di mata kreditor.

Menurut Umar (2000: 174), rasio yang biasa digunakan untuk mengukur *leverage* perusahaan adalah rasio hutang (*Debt to Total Asset Ratio*) dan rasio hutang terhadap ekuitas (*Debt to Equity Ratio*). Dalam penelitian ini menggunakan rasio hutang (*Debt to Total Asset Ratio*) dalam mengukur *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan.

f. *Media Online*

Media merupakan sarana yang berperan penting dalam menyorot kinerja perusahaan, baik kinerja keuangan maupun lingkungan (Majid dan Ghozali, 2015). Perusahaan akan berusaha melaporkan informasi yang dapat meningkatkan reputasinya di mata publik. Keberadaan media dalam suatu negara berperan untuk mengontrol aktivitas perusahaan (Jannah, 2014). Sehingga dalam melakukan kegiatan, perusahaan akan mempertimbangkan keberadaan media. Media juga akan memengaruhi pemikiran masyarakat

mengenai intensitas dan beragam jenis kejadian dalam perusahaan (Majid dan Ghozali, 2015).

## **B. Perumusan Hipotesis**

### **1. Kinerja Lingkungan dan *Greenhouse Gas Emissions Disclosure***

Kinerja lingkungan diukur menggunakan peringkat PROPER yang merupakan program dari Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia. Dengan menggunakan peringkat PROPER, dapat diketahui tinggi rendahnya peringkat perusahaan berkaitan dengan kinerja lingkungannya. Tingginya peringkat PROPER yang dimiliki perusahaan, akan membuat perusahaan terdorong untuk mengungkapkan kinerja lingkungan mereka melalui pelaporan lingkungan, dalam konteks *iniGHG emission disclosure*. Hal tersebut diupayakan oleh perusahaan sebagai wujud komitmen perusahaan pada lingkungan agar mendapatkan dukungan dari *stakeholder* dan juga legitimasi dari masyarakat (Tang dan Luo, 2013). Namun, peringkat PROPER yang rendah memungkinkan perusahaan untuk tidak melaporkan *GHG emissions*. Hal itu dikarenakan perusahaan takut akan kehilangan dukungan *stakeholder* dan legitimasi masyarakat (Majid dan Ghozali, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Peters dan Romi (2014) menemukan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat *GHG emissions disclosure*. Berdasarkan ulasan

sebelumnya, maka dapat diturunkan hipotesis satu dalam penelitian ini, yaitu:

H<sub>1</sub>: Kinerja Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*.

## **2. Komisaris Independen dan *Greenhouse Gas Emissions Disclosure***

Komisaris Independen menunjukkan kekuatan *corporate governance* dalam perusahaan (Routledge, 2012). Kehadiran dewan komisaris perusahaan yang sebagian besar adalah dewan komisaris independen, akan mendorong tercapainya efektivitas *corporate governance* (Rankin *et al.*, 2011). Keberadaan komisaris independen bertujuan untuk melakukan pengawasan agar *corporate governance* berjalan secara efektif (Ben-Amar dan McIlkenny, 2015). Adanya efektivitas *corporate governance* akan mendorong perusahaan untuk melaporkan kinerja lingkungannya (Rankin *et al.*, 2011), dalam hal ini pelaporan mengenai *GHG emission*. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan kepada publik, bahwa pengelolaan perusahaan termasuk manajemen lingkungannya telah berjalan secara efektif.

Penelitian Rankin *et al.* (2011) juga Ben-Amar dan McIlkenny (2015) menyatakan bahwa Komisaris Independen yang ada dalam perusahaan memiliki hubungan positif signifikan dengan transparansi *GHG emissions disclosure*. Berdasarkan ulasan sebelumnya, maka dapat diturunkan hipotesis dua dalam penelitian ini, yaitu:

H<sub>2</sub>: Komisaris Independen berpengaruh positif signifikan terhadap *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*.

### **3. Ukuran Perusahaan dan *Greenhouse Gas Emissions Disclosure***

Pada beberapa penelitian sebelumnya, ukuran perusahaan sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan informasi lingkungan (Pradini, 2013; Majid dan Ghozali, 2015). Perusahaan dengan ukuran yang besar akan mendapatkan perhatian dan pengawasan yang lebih dari publik, maka perusahaan akan memiliki sumber daya yang unggul dalam rangka memperbaiki manajemen lingkungannya (Pradini, 2013). Perusahaan akan menyediakan informasi lingkungan yang relevan, agar publik mengetahui manajemen lingkungan yang telah diupayakan oleh perusahaan (Majid dan Ghozali, 2015).

Beberapa penelitian sebelumnya dilakukan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terkait dengan informasi mengenai *climate change*, *carbon emission*, dan *GHG emission*. Penelitian Tang dan Luo (2013), Ben-Amar dan McIlkenny (2015), juga Majid dan Ghozali (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan dengan *GHG emissions disclosure*. Berdasarkan ulasan sebelumnya, maka dapat diturunkan hipotesis tiga dalam penelitian ini, yaitu:

H<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*.

#### 4. Profitabilitas dan *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*

Dalam *market governance system*, aktivitas yang berkaitan dengan lingkungan berkaitan erat dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan (Rankin *et al.*, 2011). Sehingga kinerja ekonomi menjadi salah satu faktor yang relevan untuk menentukan apakah aktivitas lingkungan menjadi prioritas perusahaan atau bukan (Prado-Lorenzo *et al.*, 2009). Perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik mampu membayar sumber daya manusia atau keuangan tambahan. Hal itu diperlukan dalam melakukan pelaporan sukarela dan pengungkapan emisi yang lebih baik untuk meredam tekanan eksternal (Majid dan Ghozali, 2015). Ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang baik, perusahaan akan mendapatkan ekspektasi yang tinggi dari publik. Maka dari itu, perusahaan akan melakukan pengungkapan sukarela tentang lingkungan untuk memenuhi ekspektasi publik dan meningkatkan akuntabilitasnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Jira dan Toffel (2013) juga Majid dan Ghozali (2015) menemukan bahwa profitabilitasmemiliki pengaruh positif signifikan terhadap informasi mengenai *climate change* dan *GHG emissions disclosure*. Berdasarkan ulasan sebelumnya, maka dapat diturunkan hipotesis empat dalam penelitian ini, yaitu:

H<sub>4</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*.

## 5. *Leverage dan Greenhouse Gas Emissions Disclosure*

Kreditor merupakan *stakeholder* yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi perusahaan (Majid dan Ghozali, 2015). Semakin tinggi *leverage* perusahaan, maka kreditor memiliki kekuatan yang semakin tinggi pula dalam menekan perusahaan. Ketika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, kreditor akan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kinerja perusahaan, termasuk kinerja lingkungan. Hal itu terjadi karena kinerja lingkungan berkaitan dengan keberlanjutan operasi perusahaan di masa mendatang (Roberts, 1992 dalam Majid dan Ghozali, 2015).

Penelitian Tang dan Luo (2013) menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *GHG emissions disclosure*. Jannah (2014) juga menemukan bahwa *leverage* memiliki hubungan positif signifikan dengan pelaporan emisi karbon. Berdasarkan ulasan sebelumnya, maka dapat diturunkan hipotesis lima dalam penelitian ini, yaitu:

H<sub>5</sub>: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*.

## 6. *Media Online dan Greenhouse Gas Emissions Disclosure*

Media merupakan sarana yang berperan penting dalam menyorot kinerja perusahaan, baik kinerja keuangan maupun lingkungan (Jannah, 2014). Keberadaan media dalam suatu negara berperan untuk mengontrol aktivitas perusahaan (Majid dan Ghozali, 2015). Maka dari itu, perusahaan

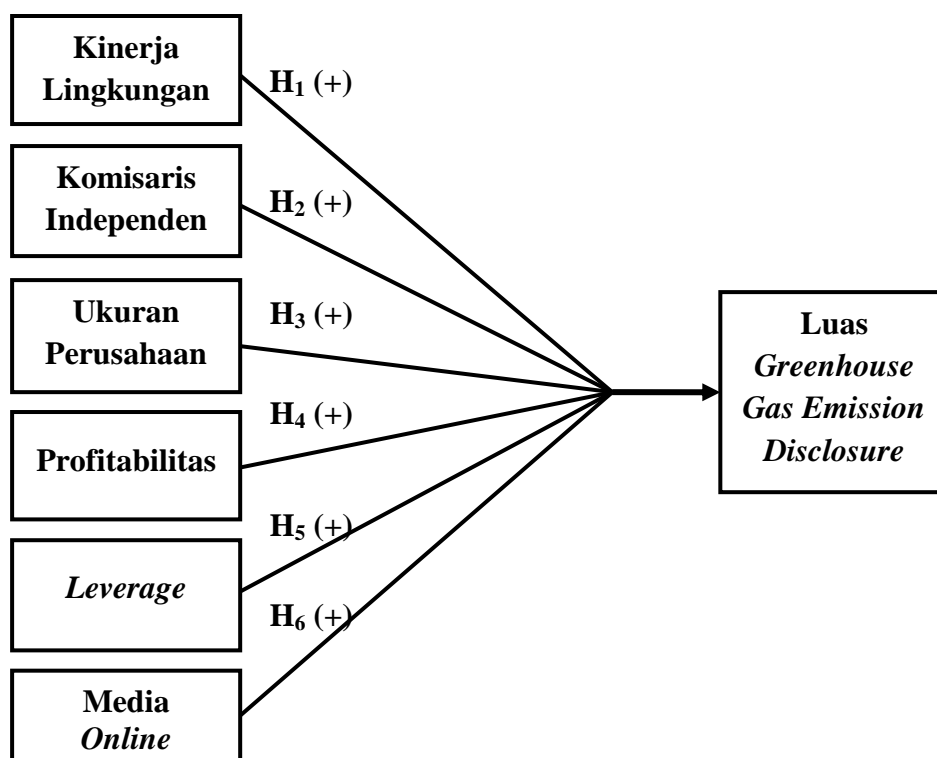
akan berusaha melaporkan informasi yang dapat meningkatkan reputasinya di mata publik. Informasi tersebut dapat berupa informasi mengenai kinerja lingkungan yaitu *GHG emissions disclosure* melalui media.

Penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2014) juga Majid dan Ghozali (2015) menemukan bahwa publikasi informasi lingkungan melalui media memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *carbon emissions disclosure* dan *GHG emissions disclosure*. Berdasarkan ulasan sebelumnya, maka dapat diturunkan hipotesis keenam dalam penelitian ini, yaitu:

H<sub>6</sub>: Media *online* berpengaruh positif signifikan terhadap *Greenhouse Gas Emissions Disclosure*.

### C. Model Penelitian

Penelitian ini akan menguji faktor-faktor yang memengaruhi GHG *emission disclosure* pada *annual report* dan *sustainability report* di Indonesia. Faktor-faktor yang akan diuji terdiri dari 6 variabel bebas atau independen yang terdiri dari: kinerja lingkungan, komisaris independen, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan media *online*. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2016

**GAMBAR 2.1.**  
**MODEL PENELITIAN**