

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Rerangka Teori**

##### **1. Teori Legitimasi**

Teori legitimasi memandang bahwa harapan masyarakat dianggap sebagai tanggung jawab perusahaan dengan adanya suatu perjanjian sosial didalamnya (Kuznetsov dan Kuznetsova, 2008). Legitimasi merupakan asumsi yang menunjukkan bahwa tindakan entitas itu sesuai pada sistem sosial atas dasar norma yang telah dibangun.

Menurut Ghazali dan Chairiri (2007) menjelaskan perusahaan dapat menciptakan nilai sosial terhadap masyarakat dengan meningkatkan komunikasi yang efektif terhadap masyarakat. Komunikasi yang efektif berupa penyampaian informasi tentang perusahaan, yang bersifat umum, wajib serta informasi yang bersifat khusus dan sukarela. Perusahaan dapat memberikan informasi tentang pengungkapan kegiatan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dilaksanakan melalui *sustainability reporting*. Laporan tersebut dapat membantu perusahaan dalam memperoleh legitimasi dari lingkungan sekitarnya, sehingga perusahaan dapat tumbuh berkesinambungan.

## 2. Teori *Signaling*

Teori *signaling* mengasumsikan bahwa suatu perusahaan dapat memberikan sinyal yang baik terhadap *stakeholder* berupa informasi terkait dengan aktivitas manajemen untuk mewujudkan apa yang diinginkan pemegang saham. Pihak manajemen sebagai pihak yang kaya akan informasi, dan berfungsi sebagai rekomendasi para *stakeholder* terkait prospek masa akan datang (Adisusilo, 2011).

Salah satu bentuk informasi untuk memberikan sinyal bagi para investor adalah laporan tahunan. Laporan tahunan perusahaan berisi informasi akuntansi berupa informasi tentang laporan keuangan perusahaan dan informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan atau laporan non akuntansi seperti pengungkapan *sustainability reporting*.

## 3. Teori *Stakeholder*

Teori stakeholder merupakan teori yang mengasumsikan cara dan tanggung jawab perusahaan dalam menciptakan nilai bagi organisasi dan lingkungannya. Teori ini menjelaskan bahwa sebuah perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pribadi saja, namun perusahaan juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*.

Menurut Widiyanto (2011) dalam menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan perlu adanya aktivitas untuk mendapatkan dukungan

dari *stakeholdernya* karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan dari *stakeholder* dan lingkungan perusahaan. Semakin banyak dukungan dari *stakeholder* yang diperoleh maka usaha yang akan dilakukan perusahaan untuk beradaptasi semakin besar pula. Dalam pengungkapan *sustainability reporting* diharapkan perusahaan dapat memenuhi informasi yang diperlukan oleh *stakeholder* yang akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan.

Salah satu strategi dalam menjaga hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* adalah adanya pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang diperlukan oleh *stakeholder* diantaranya adalah *sustainability reporting*. Tujuan adanya teori *stakeholder* dapat menjelaskan hubungan antara orang-orang yang terlibat didalamnya dan organisasi dalam beroperasi dan hasil dari kegiatan yang dilaksanakan dalam organisasi (Risty dan Sani, 2015).

#### **4. Teori Agensi**

Teori agensi melihat perusahaan sebagai *nexus of contracts*, yakni organisasi yang terikat kontrak dengan pihak yang bersangkutan seperti karyawan (termasuk manajer), pemegang saham dan pihak lainnya (Rustiarini, 2011). Teori agensi mengasumsikan adanya perbedaan kepentingan antara pihak pemilik dan manajer sehingga menimbulkan suatu konflik yang dinamakan konflik keagenan.

Teori agensi juga menjelaskan tentang konflik asimetri informasi. Manajer yang berwenang dalam mengelola perusahaan yang dipimpin memiliki informasi internal yang lebih lengkap daripada pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban untuk menyampaikan kondisi perusahaan kepada pemilik. Namun, informasi yang disampaikan terkadang tidak sesuai dengan kebenarannya. Hal itu disebut dengan asimetri informasi (Ratnasari, 2011).

## **5. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan suatu ukuran yang dihasilkan untuk keputusan perusahaan sebagai dasar untuk menguji kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba, dan profitabilitas yang meningkat akan lebih dipandang oleh stakeholder (Fauzan, 2012). Semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka semakin luas informasi yang disampaikan kepada pihak yang bersangkutan. Hal ini karena manajemen ingin meyakinkan investor terkait dengan kriteria perusahaan yang dapat dilihat dari profitabilitasnya. Bagi pihak investor juga perlu dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan dimasa datang dalam memperoleh profit (Astuti, 2004). Kinerja keuangan suatu perusahaan yang bagus akan mempunyai kepercayaan yang lebih untuk menyampaikan atau mengungkapkan informasi dalam laporan perusahaan tersebut. Pengungkapan *sustainability reporting* diasumsikan sebagai

sarana penyampaian kepada masyarakat maupun pihak yang membutuhkan informasi tersebut (Suryono, 2011).

## **6. *Leverage***

*Leverage* merupakan suatu ukuran yang dihasilkan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Sehingga tingkat *leverage* perusahaan, menunjukkan risiko keuangan yang dimiliki perusahaan. (Rismanda, 2003).

Seberapa besar biaya tetap operasi perusahaan merupakan bagian dari biaya total operasi suatu perusahaan seperti biaya administrasi, biaya penjualan dan biaya tetap pabrikasi. Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang obligasi (Belkoui dan Karpik, 1989)

## **7. Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial merupakan saham suatu perusahaan yang dapat diukur dengan jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan (Sabrina, 2010). Upaya manajemen dalam

menyampaikan informasi sebaik mungkin terkait dengan pengungkapan *sustainability reporting* untuk meyakinkan investor.

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen. Struktur kepemilikan suatu perusahaan akan mempunyai motivasi yang berbeda dalam hal mengawasi perusahaan serta manajemen dan dewan direksinya. Manajer akan berupaya memberikan informasi seluas-luasnya termasuk dalam pengungkapan *sustainability reporting* sebagai rekomendasi dan acuan kepada para pemegang saham yang tidak lain adalah manajerial itu sendiri. Sehingga struktur kepemilikan dapat berfungsi untuk mengurangi konflik antara manajemen dengan pemegang saham.

## **8. Tipe Industri**

Tipe industri menggambarkan perusahaan berdasarkan lingkup operasi, risiko perusahaan serta kemampuan dalam menghadapi tantangan bisnis (Indrawati, 2009). Tipe industri dapat diklasifikasikan dalam kategori *regulated, unregulated, high profile* dan *low profile*.

Dalam penelitian ini menggunakan pengklasifikasian tipe industri *high profile* dan *low profile*. Tipe industri terdiri dari dua tipe yakni *high profile* dan *low profile*. Perusahaan dalam kategori *high profile* yaitu perusahaan memiliki tingkat kompetensi yang tinggi dan tingkat kepekaan terhadap lingkungan yang tinggi pula. Atas kategori ini juga perusahaan *high profile* menjadi perusahaan yang dikenal oleh

masyarakat karena perusahaan pada *high profile* ini kegiatan operasionalnya berhubungan dengan masyarakat. Industri *high profile* biasanya pengungkapan yang dilakukan lebih banyak dari pada *low profile*. Industri *high profile* cenderung mempunyai tenaga kerja yang lebih pula dalam menjalankan proses produksinya (Arum dan Ayu, 2012).

### **9. Sustainability Reporting**

*Sustainability reporting* merupakan laporan yang terkait dengan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan terkait dengan pembangunan berkelanjutan (Sihotang, 2006). Menurut *World Bussines Council for Sustainable Development* (2002) laporan keberlanjutan merupakan laporan perusahaan yang dipublikasikan dari segi ekonomi, sosial dan lingkungan terkait aktivitas yang dilaksanakan kepada pihak yang bersangkutan atau *stakeholder*. Pada laporan ini tidak hanya berisi tentang laporan kinerja keuangan saja tetapi juga tentang laporan terkait aktivitas sosial yang akan membuat perusahaan lebih berkembang menjadi lebih baik.

Laporan keberlanjutan ini adalah laporan sebagai bentuk perjanjian sosial antara masyarakat dengan perusahaan yang berada disekitarnya. Laporan keberlanjutan ini juga berfungsi sebagai sarana informasi untuk memberitahu suatu manajemen perusahaan sudah atau belum dalam memenuhi tanggung jawabnya kepada masyarakat. Berikut adalah manfaat

perusahaan dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan atau *sustainability reporting* yaitu :

- 1) Laporan keberlanjutan dapat dijadikan acuan dalam upaya menjalankan visi dan misinya dari resiko yang terjadi.
- 2) Laporan keberlanjutan dapat memfasilitasi dari sistem manajemen dalam hal sosial, ekonomi dan lingkungan
- 3) Laporan keberlanjutan dapat membantu dalam merekomendasikan pemegang saham terkait dengan 3 nilai aspek tersebut.
- 4) Laporan keberlanjutan dapat dijadikan untuk membangun citra yang baik perusahaan terkait dengan 3 aspek tersebut.

## **B. Penurunan Hipotesis**

### **1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

Profitabilitas merupakan indikator kinerja dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sehingga dapat menumbuhkan citra yang baik bagi perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Amal, 2011).

Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik, maka akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada investor dalam

mengungkapkan informasi, karena perusahaan dapat membuktikan kepada para investor, kreditur dan masyarakat dalam memenuhi harapan mereka. Sehingga perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi terdorong untuk melaksanakan pengungkapan *sustainability reporting*. Hal tersebut sesuai dengan adanya teori signaling, perusahaan akan memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi melalui pengungkapan *sustainability reporting*.

Jannah (2016) menunjukkan profitabilitas termasuk indikator kinerja yang baik untuk diukur dalam pengelolaan manajemen perusahaan. Hal ini akan cenderung manajemen memberikan informasi yang lebih ketika profitabilitas meningkat. Menurut Jannah (2016) menemukan adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan *sustainability reporting*. Hal ini akan mempengaruhi rasa kepercayaan investor atau *stakeholder* karena perusahaan tersebut telah memenuhi tanggung jawabnya sehingga dapat berlangsung *sustainability development*. Penelitian Khafid dan Mulyaningsih (2015) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting*, karena apabila profitabilitas yang dimiliki perusahaan itu tinggi maka perusahaan akan menjadi sorotan publik sehingga perusahaan akan mengeluarkan biaya dalam membuat pengungkapan *sustainability reporting*. Penelitian ini juga didukung oleh

penelitian Aelia (2015) menghasilkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan pengujian kembali terkait hubungan profitabilitas pada *sustainability reporting*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

## **2. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

Belkoui dan Karpik (1989) semakin tinggi tingkat *leverage*, maka ada kecenderungan perusahaan berusaha untuk melaporkan profitabilitasnya agar tetap tinggi. Hal ini karena tingkat profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan kondisi keuangan perusahaan yang baik sehingga dapat meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dari kreditur. Bahkan, jika tingkat *leverage* semakin tinggi maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit, sehingga akan berusaha untuk melaporkan laba lebih tinggi. Para *stakeholder* perusahaan, akan lebih percaya dan memilih untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan-perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik dan sehat. Hal ini berarti, manajer perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan laporan sosial dan lingkungan).

Pengungkapan informasi sosial dan lingkungan dapat dilakukan oleh perusahaan salah satunya dengan pembuatan *sustainability reporting*. Informasi sosial lingkungan yang diberikan sebenarnya cenderung digunakan sebagai bentuk respon dari perusahaan atas tekanan, baik dari pemerintah ataupun publik supaya mengungkapkan dampak dari aktivitas bisnis yang telah dilakukan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, maka akan mengeluarkan biaya pengawasan yang tinggi pula, sehingga akan menanggung biaya yang besar dalam membuat pengungkapan tambahan berupa *sustainability reporting*. Biaya yang harus dikeluarkan akan lebih besar maka akan mengurangi keuntungan perusahaan yang diperoleh, hal itu akan membuat perusahaan berpikir dua kali dalam membuat pengungkapan *sustainability reporting*.

Penelitian Aelia (2015) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability reporting*. Hal ini berhubungan dengan teori agensi bahwa *leverage* yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi dalam pertimbangan pengambilan keputusan oleh manajemen dalam pengungkapan *sustainability reporting*. Hasil penelitian yang dilakukan Handita (2016) dan didukung oleh penelitian Widyastuti (2016) menunjukkan adanya pengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability reporting*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan pengujian kembali terkait hubungan leverage terhadap *sustainability reporting*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

### **3. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen. Di suatu perusahaan apabila di dalamnya terdapat kepemilikan manajerial, maka cenderung akan lebih memberikan informasi kepada publik agar perusahaan memperoleh legitimasi publik. Jika terdapat pimpinan tim manajemen sebagai pemegang saham maka diprediksikan cenderung memiliki kesadaran untuk melakukan pengungkapan tentang informasi ekonomi, lingkungan dan sosial dalam *sustainability reporting* (Nurrahman, 2013).

Perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang tinggi akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi pula untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam bentuk pengungkapan *sustainability reporting* kepada *stakeholder* dan masyarakat. Hal tersebut karena tidak adanya konflik kepentingan yang

terjadi antara manajer dengan pemilik perusahaan dan adanya tujuan dalam mewujudkan pertumbuhan perusahaan secara berkesinambungan.

Menurut penelitian Handita (2016) menemukan bahwa adanya hubungan positif antara persentase kepemilikan manajerial dengan pengungkapan *sustainability reporting*. Hasil penelitian didukung oleh penelitian Widyastuti (2016) dan Aniktia (2015) bahwa adanya pengaruh positif kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability reporting*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan pengujian kembali terkait hubungan kepemilikan manajerial pada *sustainability reporting*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

#### **4. Pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

Hakston dan Milne (1996) menyatakan bahwa kategori *high profile companies* disebut sebagai perusahaan yang memiliki, *consumer visibility*, tingkat kompetensi dan risiko yang tinggi. Perusahaan *industry high profile* yaitu perusahaan yang memperoleh sorotan publik dari masyarakat karena kegiatan operasionalnya memiliki potensi untuk

berhubungan dengan masyarakat luas. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk media perusahaan untuk mempertanggung jawabkan pelaporan kegiatan sosial yang diberikan kepada masyarakat. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan katgori *high profile* lebih banyak melaksanakan pengungkapan *sustainability reporting* daripada perusahaan *low profile*.

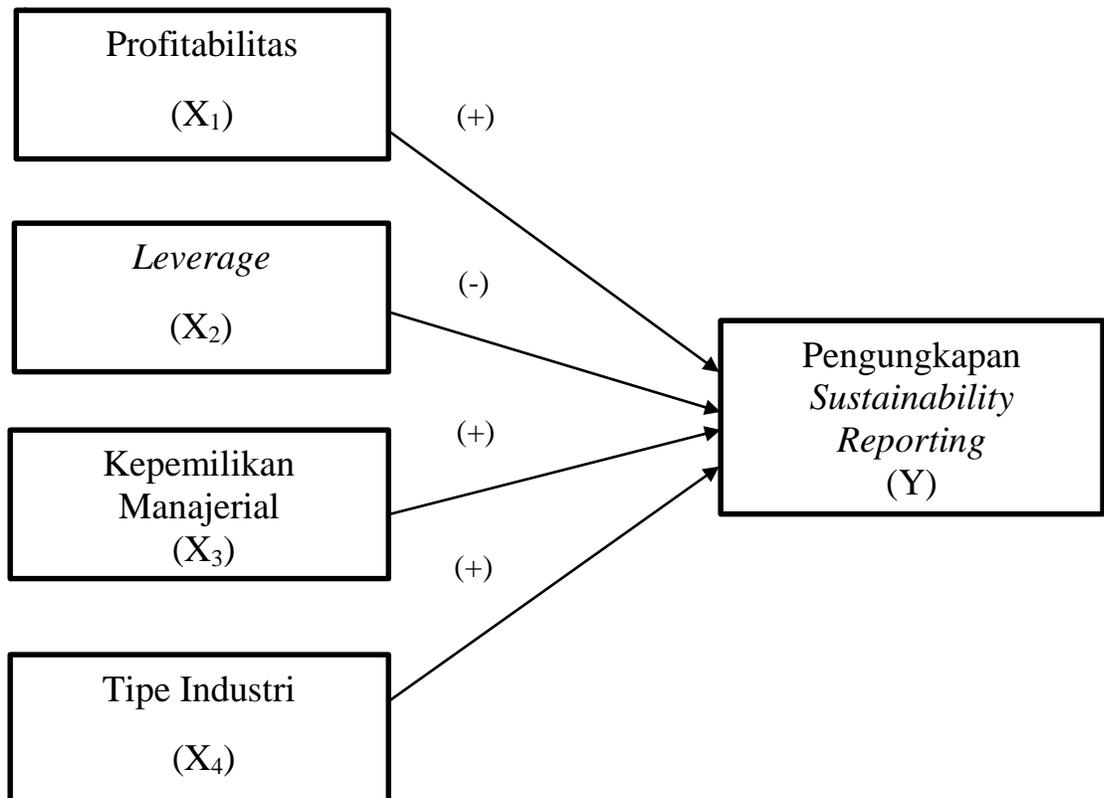
Terkait dengan teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan *high profile* lebih cenderung akan adanya konflik asimetri informasi antara manajemen dengan pemegang saham karena perusahaan *high profile* lebih beresiko. Untuk mengatasi terjadinya konflik asimetri informasi ini, manajemen akan cenderung dalam mengungkapkan pengungkapan *sustainability reporting*.

Hasil penelitian Anindita (2013) dan Ahmad (2014) menyatakan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar akan memperoleh sorotan yang lebih dari masyarakat karena telah melakukan kegiatan operasinya yang berhubungan dengan masyarakat. Penelitian ini juga didukung oleh Anggraini (2006) menemukan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan pengujian kembali terkait hubungan tipe industri pada *sustainability reporting*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis yaitu :

**H<sub>4</sub> : Tipe Industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability reporting***

### C. Model Penelitian



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Penelitian**