

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi (*agency theory*)

Teori agensi merupakan suatu teori yang menjelaskan mengenai hubungan *agent* dan *principal*. Teori ini menjadi salah satu teori yang mendasari penelitian tentang luas pengungkapan informasi perusahaan termasuk *corporate governance*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori agensi ini muncul akibat terjadinya konflik antara *agent* yaitu manajemen yang diberi wewenang oleh *principal* untuk menjalankan perusahaan dan *principal* yaitu para pemegang saham yang memberikan wewenang agar *agent* menjalankan tugasnya sesuai dengan tujuan *principal*.

Dalam teori agensi mengasumsikan bahwa antara *agent* dan *principal* masing-masing dari mereka memiliki keinginan untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri. Hal tersebut kemudian menimbulkan adanya konflik kepentingan diantara kedua belah pihak. Para pemegang saham yang bertindak sebagai *principal* mempunyai tujuan untuk memaksimalkan kekayaan mereka, sedangkan manajemen sebagai *agent* juga ingin memaksimalkan kebutuhan pribadi mereka.

Konflik tersebut kemudian akan terus meningkat karena *principal* tidak dapat mengawasi kegiatan manajemen dalam menjalankan perusahaan setiap waktu. Salah satu cara untuk meminimalkan konflik tersebut adalah dengan cara manajemen melakukan pengungkapan mengenai informasi perusahaan.

Selain itu dilakukannya pengungkapan informasi perusahaan oleh manajemen merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban dan sebagai salah satu prinsip yang terdapat dalam *good corporate governance* yaitu transparansi dan akuntabilitas.

2. Teori Pemangku Kepentingan (*stakeholder theory*)

Stakeholder atau pemangku kepentingan adalah sekelompok orang atau individu yang memiliki kepentingan dalam perusahaan dan dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan. Terdapat dua kelompok *stakeholder* yaitu pertama, *internal stakeholder* yang merupakan pihak-pihak pemangku kepentingan yang berasal dari dalam perusahaan meliputi pemegang saham, manajer, dan karyawan. Kedua, *eksternal stakeholder* yang merupakan pihak-pihak pemangku kepentingan yang berasal dari lingkungan luar perusahaan, meliputi konsumen, pemasok, pemerintah dan lain-lain. (Iryanie, 2009)

Teori lain yang melandasi penelitian mengenai pengungkapan informasi perusahaan adalah teori *stakeholder*. Freeman dan McVea (2001) mengungkapkan bahwa teori *stakeholder* menggambarkan tanggung jawab perusahaan terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan diharuskan mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mendapatkan kepercayaan para *stakeholder* adalah dengan cara melakukan pengungkapan informasi perusahaan. Pengungkapam

informasi perusahaan ini diharapkan dapat mewujudkan hubungan baik antara *stakeholder* dan perusahaan.

3. Teori Sinyal (*signal theory*)

Teori sinyal merupakan suatu teori yang menganggap bahwa informasi yang perusahaan keluarkan sangat mempengaruhi keputusan investasi dari pihak luar perusahaan. Informasi tersebut dianggap penting oleh investor dikarenakan melalui informasi yang perusahaan keluarkan investor dapat mengetahui kondisi bisnis perusahaan, baik kondisi finansial maupun nonfinansial. Selain itu, investor dapat mengetahui kondisi perusahaan di masa lampau dan proyeksi kondisi perusahaan di masa datang. Informasi yang baik merupakan suatu sinyal positif yang menandakan bahwa perusahaan telah merealisasikan keinginan pihak luar perusahaan, (Savitri, 2010).

Teori sinyal menjelaskan mengenai sinyal yang berupa informasi yang mana sinyal tersebut muncul akibat dari timbulnya asimetri informasi antara manajemen dan pihak luar. Hubungan teori sinyal dengan pengungkapan informasi perusahaan adalah, pengungkapan tersebut sebagai salah satu alat untuk mengurangi asimetri informasi.

4. Pengungkapan dan *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan suatu sekumpulan sistem, peraturan, hukum dan kaidah yang wajib dilaksanakan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dengan tujuan untuk menciptakan tata kelola perusahaan yang dapat mendorong kinerja sumber daya perusahaan tersebut

agar menghasilkan nilai ekonomi dalam jangka panjang yang dapat berguna bukan hanya untuk perusahaan melainkan untuk para *stakeholders* secara keseluruhan (Pratolo, 2015). *Organization for Economic Corporation and Development* (OECD) telah mengeluarkan beberapa prinsip dasar *good corporate governance* yang antara lain: *tranparancy*, *accountability*, *responsibility*, *independency* dan *fairness*. Kelima prinsip tersebut dirumuskan oleh OECD secara universal agar dapat dijadikan pedoman bagi semua negara dan perusahaan di dunia.

Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) melalui Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor: KEP-134/BL/2006 mengenai Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik mengatur bahwa emiten atau perusahaan publik wajib melaporkan laporan tahunan perusahaan kepada BAPEPAM-LK yang diantaranya memuat secara lengkap uraian singkat mengenai penerapan tata kelola (*corporate governance*) yang perusahaan telah dan akan terapkan dalam periode laporan keuangan tahunan terakhir. Lembaga pemerintah lain yang mengatur mengenai hal tersebut adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 29/POJK.04/2016.

5. Ukuran Perusahaan

Kinerja Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana

perusahaan besar yang memiliki konflik keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi konflik keagenan tersebut (Sembiring, 2005).

Pengaruh ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan dapat dijelaskan melalui hubungan agensi Jensen dan Meckling (1976). Dalam hubungan keagenan yang terjadi antara prinsipal dan manajemen telah membebani manajer untuk mempertanggungjawabkan atas sumber daya yang dikelolanya. Semakin besar sumber daya yang dikelola perusahaan maka semakin besar pula aktivitas suatu usaha bisnis tersebut. Perusahaan yang berukuran besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil sebagai upaya mengurangi biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976).

6. Umur *Listing*

Menurut Yularto dan Chariri (2003), umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dapat tetap bertahan atau eksis, mampu bersaing, dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian. Perusahaan yang memiliki umur lebih tua mungkin akan meningkatkan praktik pengungkapan dari waktu ke waktu. Hal ini dikarenakan perusahaan yang lebih tua dianggap telah memiliki lebih banyak pengalaman dalam pengungkapan laporan tahunannya. Perusahaan yang telah memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih memahami kebutuhan penggunaanya dan informasi yang lebih detail mengenai perusahaan yang harus dibuka kepada pihak-pihak di luar manajemen yang berkepentingan terhadap perusahaan.

7. Kepemilikan Dispersi

Haniffa and Cooke (2002) mengklasifikasikan struktur kepemilikan saham menjadi dua, yaitu kepemilikan terkonsentrasi (*concentrated ownership*) dan kepemilikan dispersi (*dispersed ownership*). Kepemilikan terkonsentrasi adalah kepemilikan mayoritas saham oleh pihak manajerial. Kemudian untuk kepemilikan dispersi diwakili oleh persentase saham yang dimiliki oleh investor individu di luar manajemen selain pemerintah, institusi nasional dan asing, serta kalangan keluarga.

Na'im dan Rakhman (2000) mengatakan bahwa jika kepemilikan manajerial semakin besar, maka akan semakin sedikit informasi yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan karena manajer memiliki akses yang luas terhadap informasi perusahaan tanpa harus melalui laporan tahunan yang dipublikasi. Sebaliknya, semakin banyak saham dimiliki oleh investor individu, maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, karena investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang perusahaan tempat ia berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen.

8. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, sebab manajer ingin menyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini dikarenakan para investor

kebanyakan lebih menyukai perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi, dengan harapan perusahaan mampu memberikan pengembalian investasi yang tinggi pula. Didasarkan dengan tujuan untuk menarik investor, perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan memberikan signal melalui pengungkapan laporan keuangan yang lebih detail mengenai kondisi perusahaan (Singvi dan Desai, 1971).

9. Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki oleh perusahaan, terdiri dari komisaris utama, komisaris independen, dan komisaris. Kedudukan masing-masing anggota dewan komisaris, termasuk komisaris utama adalah setara. Pada teori agensi, dewan komisaris dibutuhkan untuk memonitor dan mengendalikan tindakan manajer karena perilaku oportunistiknya (Jensen dan Mecking, 1976). Dewan komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggungjawab untuk melakukan pengawasan dan memberi nasihat kepada dewan direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance* (KNKG, 2006). Akan tetapi, dewan komisaris tidak diperbolehkan untuk ikut serta dalam mengambil keputusan operasional. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif.

10. Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditur

jangka pendek. Tingkat likuiditas dapat dipandang dari dua sisi. Disatu sisi, tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan semacam ini cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan itu kredibel.

11. Tipe Industri

Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki, dan lingkungan perusahaan. Tipe industri dibedakan menjadi dua jenis, yaitu industri *high-profile* dan *low-profile*. Robert (1992) menggambarkan industri yang *high-profile* sebagai perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Keadaan tersebut membuat perusahaan menjadi lebih mendapatkan sorotan oleh masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya. Sedangkan industri *low-profile* adalah kebalikannya. Perusahaan ini memiliki tingkat sensitivitas lingkungan, tingkat risiko politik, dan tingkat kompetisi yang rendah, sehingga tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya meskipun dalam melakukan aktivitasnya tersebut perusahaan melakukan kesalahan atau kegagalan pada proses maupun hasil produksinya.

Berdasarkan penelitian Robert (1992) dan definisi yang telah diuraikan, penelitian ini memasukkan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan

minuman, media dan komunikasi, energi (listrik) *engineering*, kesehatan, transportasi dan pariwisata sebagai perusahaan yang *high profile*. Kemudian untuk jenis industri bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga sebagai perusahaan *low profile*.

B. Hipotesis

1. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

Houston dan Brigham (2010) dalam bukunya memaparkan bahwa yang dimaksud dari ukuran perusahaan adalah penggambaran dari besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur dengan melihat total asset, total penjualan, total laba, beban pajak dan lain-lain. Secara umum perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan lebih banyak mengalami konflik agensi dibandingkan dengan perusahaan kecil (Jensen & Meckling, 1976). Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar relatif memiliki struktur organisasi yang kompleks sehingga rentan terjadi konflik keagenan antar individu dimana individu tersebut mementingkan kepentingan pribadi. Salah satu cara perusahaan mengurangi konflik keagenan adalah dengan melakukan pengungkapan informasi perusahaan dan cara tersebut merupakan bentuk akuntabilitas perusahaan kepada publik.

Dalam penelitian sebelumnya mengenai luas pengungkapan informasi perusahaan variabel ukuran perusahaan sudah sering digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh Labelle (2002) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate*

governance. Hikmah dkk (2011), Suryono dan Prastiwi (2011) dalam hasil penelitiannya pun menunjukkan hasil yang sama. Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *good corporate governance*.

2. Umur *Listing* dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

Umur perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam kancangnya arus persaingan. Semakin lama umur suatu perusahaan maka menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu bertahan dengan baik dalam bisnisnya (Sutomo, 2004). Dalam teori *stakeholder* disampaikan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab kepada semua unsur yang terlibat dengan perusahaan baik itu pihak yang langsung terlibat maupun yang tidak langsung. Perusahaan dengan umur listing lebih lama dianggap lebih bertanggung jawab kepada para *stakeholder*, karena perusahaan tersebut sudah berpengalaman.

Dalam penelitian Sembiring (2012) mengungkapkan bahwa umur perusahaan dapat diukur dengan cara menghitung tahun saat pertama kali perusahaan mendaftarkan sebagai perusahaan publik hingga tahun penelitian dilakukan. Hasil penelitian terdahulu mengenai luas pengungkapan informasi perusahaan yang menggunakan variabel umur listing menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Rini (2010) menunjukkan bahwa variabel umur *listing* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan

corporate governance. Hasil yang berbeda ditunjukkan dari penelitian yang dilakukan Hikmah dkk (2011), Wardani (2012) bahwa variabel umur *listing* berpengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate governance* namun dengan arah koefisien yang negatif. Perusahaan yang lebih lama dianggap lebih mengetahui apa saja informasi yang *stakeholder* butuhkan, sehingga perusahaan hanya mengungkapkan informasi yang berguna bagi *stakeholder* saja. Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂ :Umur listing berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan *good corporate governance*.

3. Kepemilikan Dispersi dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

Struktur kepemilikan dalam perusahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu, kepemilikan terkonsentrasi dan kepemilikan menyebar (dispersi). Struktur kepemilikan terkonsentrasi adalah kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh pihak manajemen, sedangkan struktur kepemilikan menyebar (dispersi) adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki publik sebesar $\leq 5\%$. Perusahaan yang memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi dianggap lebih sedikit dalam melakukan pengungkapan, sedangkan perusahaan yang memiliki struktur kepemilikan menyebar (dispersi) akan lebih luas melakukan pengungkapan. Hal ini dikarenakan publik ingin memperoleh informasi mengenai perusahaan tempat mereka akan melakukan investasi dan pengungkapan tersebut merupakan upaya

perusahaan mendapatkan kepercayaan publik. (Sutomo, 2004; Kusumawati, 2006; & Hikmah dkk, 2011)

Dalam teori agensi juga disebutkan bahwa perusahaan dengan struktur kepemilikan menyebar (dispersi) lebih luas melakukan pengungkapan informasi perusahaan (Haniffa & Cooke, 2002). Perusahaan dengan struktur kepemilikan yang terdispersi lebih cenderung akan mengalami konflik agensi antara perusahaan dengan investor. Upaya untuk mengurangi konflik tersebut salah satunya dengan melakukan pengungkapan informasi perusahaan.

Penelitian terdahulu yang menggunakan variabel kepemilikan dispersi dalam meneliti luas pengungkapan menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Kusumawati (2006) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kepemilikan dispersi dengan luas pengungkapan *corporate governance*, namun arah hubungan tersebut negatif. Berbeda dengan hasil yang didapatkan oleh Labelle (2002), Haniffa dan Cooke (2002) penelitian tersebut menghasilkan hubungan yang positif antara variabel kepemilikan dispersi dengan luas pengungkapan *corporate governance*. Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃ :Kepemilikan dispersi berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *good corporate governance*.

4. Profitabilitas dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

Besaran rasio profitabilitas menandakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memperoleh laba. Perusahaan dengan rasio profitabilitas tinggi cenderung lebih luas dalam melakukan pengungkapan. Hal ini dikarenakan perusahaan ingin menunjukkan kepada publik bahwa perusahaan mampu berkembang dalam bisnisnya.

Shingvi dan Desai (1971) memaparkan bahwa ketika manajemen perusahaan mampu memperoleh profit margin yang tinggi, maka manajemen akan lebih luas melakukan pengungkapan. Hal tersebut dikarenakan manajemen ingin menunjukkan kepada pemegang saham mengenai kinerja mereka. Semakin tinggi manajemen menunjukkan hasil kinerja yang baik maka semakin tinggi pula kompensasi yang mereka dapatkan.

Penelitian terdahulu mengenai luas pengungkapan informasi perusahaan yang menggunakan variabel profitabilitas telah banyak digunakan. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut cukup beragam. Penelitian Haniffa dan Cooke (2002), Almilia (2008), menunjukkan hasil bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi perusahaan dengan arah koefisien regresi positif. Namun penelitian Hikmah dkk (2011) mendapatkan hasil yang bertolak belakang, bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi perusahaan. Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai

penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4 :Profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *good corporate governance*.

5. Dewan Komisaris dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

Dewan komisaris merupakan suatu perangkat perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan serta memberikan nasihat kepada dewan direksi sehubungan dengan pelaksanaan tata kelola perusahaan. Dalam melaksanakan tugasnya, dewan komisaris tidak diperbolehkan untuk turut serta mengambil keputusan mengenai operasional perusahaan. Dewan komisaris terdiri atas dua golongan yaitu, dewan komisaris yang memiliki hubungan bisnis dengan perusahaan dan dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan dalam bentuk apapun dengan perusahaan atau biasa disebut sebagai dewan komisaris independen. (KNKKG, 2006).

Perusahaan yang memiliki jumlah dewan komisaris yang lebih besar cenderung akan lebih luas melakukan pengungkapan informasi perusahaan. Coller dan Gregory (1999) beranggapan bahwa hal tersebut disebabkan karena dewan komisaris lebih efektif dalam mengawasi dan mengontrol direktur sehingga untuk memperoleh kepercayaan bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik, direktur akan menekan manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi perusahaan (Sembiring, 2005). Teori agensi yang disampaikan oleh Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa keberadaan dewan komisaris adalah sebagai bentuk pengawasan agar

manajemen tidak bertindak untuk menguntungkan diri mereka sendiri (oportunis).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Hikmah dkk (2011), menunjukkan hasil bahwa variabel dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan informasi perusahaan. Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis kelima sebagai berikut:

H5 :Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan good corporate governance

6. Likuiditas dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

Rasio likuiditas merupakan salah satu rasio yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka pendeknya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa likuiditas berhubungan dengan ada atau tidaknya dana yang perusahaan miliki untuk melakukan pelunasan kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki corporate governance yang baik akan memiliki rasio likuiditas yang tinggi, karena perusahaan tersebut dianggap lebih efektif dalam mengelola dana yang dimiliki.

Perusahaan yang memiliki rasio likuiditas tinggi cenderung akan melakukan pengungkapan informasi perusahaan (Sembiring, 2012). Hal ini dikarenakan perusahaan ingin memberikan sinyal kepada publik bahwa kondisi keuangan perusahaan sangat sehat, dan juga sebagai bukti bahwa perusahaan mampu mengembangkan bisnisnya dengan baik. Penelitian

Almilia dan Retrinasari (2007) menunjukkan hasil bahwa variabel likuiditas berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi perusahaan. Penelitian lain yang mendukung hasil tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2012), Daniel (2013). Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis ketujuh sebagai berikut:

H₆ :Likuiditas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *good corporate governance*.

7. Tipe Industri dan Pengungkapan *Good Corporate Governance*

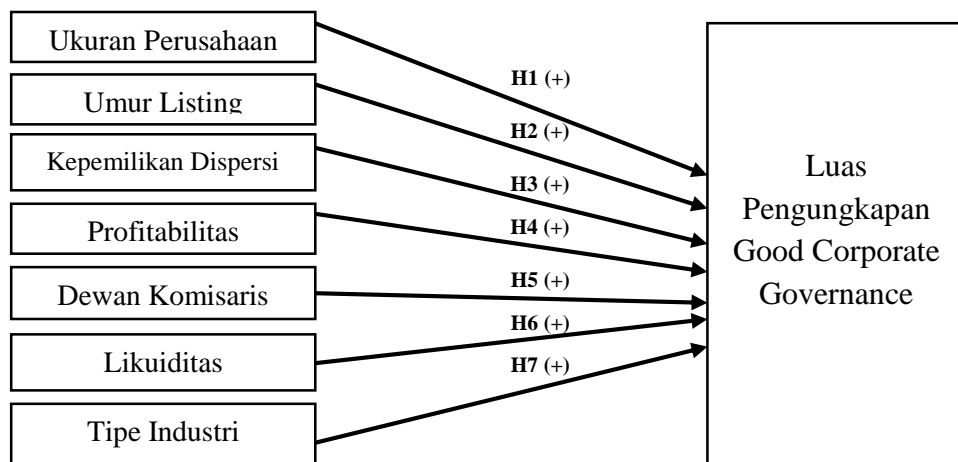
Tipe industri dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu industri dengan high profile dan low profile. Menurut Robert (1992) dalam penelitiannya menyatakan bahwa industri high profile dan low profile dapat dibedakan dengan melihat tingkat resiko politik dan tingkat kompetisi perusahaan. Penelitian yang dilakukan Roberts (1992) mengklasifikasikan bahwa perusahaan otomotif, penerbangan, dan minyak sebagai perusahaan high profile. Untuk perusahaan low profile merupakan perusahaan makanan, kesehatan, produk kebutuhan sehari dan hotel. Berbeda dengan pendapat Patten (1991) mengklasifikasikan industri high profile terdiri atas industri pertambangan, kimia dan kehutanan (Hackston dan Milne, 1996).

Penelitian yang dilakukan oleh Roberts (1992) menyatakan bahwa perusahaan high profile cenderung lebih luas melakukan pengungkapan informasi perusahaan. Hal tersebut dikarenakan lingkungan bisnis perusahaan high profile yang memiliki tingkat kompetisi tinggi mengharuskan

perusahaan berusaha mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder. Teori tersebut didukung oleh penelitian Hasibuan (2001) dan Anggraini (2006) bahwa variabel tipe industri berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi perusahaan. Berdasarkan pemaparan mengenai teori dan berbagai penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis kedelapan sebagai berikut:

H7 :Tipe industri berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *good corporate governance*.

C. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian

