

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa kontrak sosial suatu organisasi dengan masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan akan mendapatkan ancaman apabila masyarakat merasa suatu perusahaan telah melanggar kontrak sosialnya (Deegan 2002). Legitimasi suatu perusahaan akan diperoleh dengan melalui berbagai tindakan dari perusahaan, termasuk memberikan informasi perusahaan kepada para *stakeholders* (Deegan 2002). Kebijakan pengungkapan dari perusahaan merupakan suatu hal yang dianggap penting karena akan mempengaruhi persepsi *stakeholders* mengenai organisasi atau perusahaannya. Keberlangsungan perusahaan bergantung pada sejauh mana masyarakat mempertimbangkan organisasinya, yang selanjutnya timbul adanya ikatan antara perusahaan dengan masyarakat.

Teori legitimasi ini secara eksplisit mengakui bahwa suatu bisnis dibatasi oleh kontrak sosial atau ikatan sosial yang memberikan kesepakatan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosial yang ada dalam perusahaan sehingga perusahaan memperoleh kepercayaan dan penerimaan dari masyarakat mengenai tujuan

perusahaan yang nantinya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Brown dan Deegan 1999).

2. Teori *Stakeholders*

Teori *stakeholders* didefinisikan sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu (Freeman 1984). (Ghozali & Chariri, 2007) berpendapat bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan dirinya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders* baik itu pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis maupun pihak lain. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan tersebut. Selain itu, *stakeholders* juga mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka. *Stakeholders* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan (Deegan, 2002).

3. Teori Sinyal

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak *eksternal* karena terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak *eksternal*. Oleh

sebab itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas pertanggungjawaban sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

4. *Global Reporting Initiative (GRI)*

Global Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah organisasi yang menyediakan kerangka kerja untuk pedoman pelaporan keberlanjutan yang dapat digunakan oleh semua jenis organisasi di semua negara. GRI sendiri dibentuk oleh organisasi di Amerika Serikat yang berbasis nirlaba yaitu *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* dan *Tellus Institute*, dengan dukungan dari *United Nations Environment Programme (UNEP)* pada tahun 1997. *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan *multi-stakeholders* dan organisasi berbasis jaringan. GRI mempunyai sekretariat pusat yang berada di Amsterdam, Belanda. Adanya sekretariat ini bertindak sebagai penghubung untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan dengan mitra jaringan GRI. Tidak hanya itu, GRI juga memiliki kantor regional, yaitu *Focal Point* di Australia, Brazil, Cina, India dan Amerika Serikat.

GRI yang berlokasi di Belanda merupakan pemegang otoritas di dunia dalam mengatur tentang *sustainability report* (laporan

keberlanjutan). Pedoman pelaporan keberlanjutan GRI merupakan standar pelaporan keberlanjutan yang paling banyak digunakan di dunia (GRI, 2013). Certified General Accountants Association of Canada (CGA-CANADA) menjelaskan bahwa pedoman pelaporan yang disediakan oleh GRI merupakan kerangka terbaik untuk mencapai standarisasi yang diperlukan. Sebagai standar untuk pelaporan keberlanjutan, GRI memiliki suatu daya tarik karena sebagian besar disebabkan oleh pendekatan *multi-stakeholders* yang diadopsi dalam pengembangan pedomannya.

5. *Environmental Disclosure*

Environmental Disclosure merupakan data pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan lingkungan merupakan bagian dari berbagai model pengungkapan informasi dan merupakan sebuah trend baru dalam praktik pengungkapan di lingkungan perusahaan (Chariri, 2007). Brown dan Deegan (1998) mengatakan bahwa *environmental disclosure* penting untuk dilakukan karena melalui pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan, para *stakeholders* dapat mengetahui serta memantau aktivitas-aktivitas apa saja yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Dengan mengungkapkan informasi mengenai lingkungan dalam laporan tahunan, maka perusahaan akan mendapatkan pengakuan serta

perhatian dari para *stakeholders*. Karena tujuan utama dari *environmental disclosure* sendiri adalah memberikan informasi yang relevan, transparan dan signifikan untuk pengambilan suatu keputusan ekonomi, sosial maupun politik bagi para pengguna laporan tahunan.

6. Media Exposure

Media didefinisikan oleh Cangara (2009) sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Brown (2011) menyebutkan media *exposure* dapat juga didefinisikan sebagai media “promosi dan publisitas”. Soemirat & Ardianto (2010) mengungkapkan melalui internet dapat menentukan spesifikasi target bisnis berdasarkan hubungan dengan komunitas. Cara paling mudah yaitu dengan menggunakan web untuk mempublikasikan tentang laporan apa saja yang dilakukan perusahaan dalam membina hubungan komunitas. Laporan tahunan melalui web dapat memberikan nilai tambah yang berarti bagi analisis saham, investor, pialang. Dengan menyajikan informasi secara online, para investor dan anggota komunitas finansial dapat mengakses fakta dan data dengan sendirinya.

Media *exposure* memerlukan suatu pesan yang dapat disampaikan kepada audiensnya sehingga mampu dalam membangun persepsi terhadap perusahaan dan dapat mempengaruhi bagaimana harus bertindak (Potter, 2012). Media *exposure* menjadi salah satu cara agar perusahaan dapat meningkatkan visibilitas kehadiran web dan

meningkatkan pemanfaatan dari situs perusahaan. Meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan hidup menjadikan semakin meningkat pula media *exposure* mengenai dampak lingkungan yang terjadi akibat aktivitas perusahaan (Aulia dan Agustina, 2015).

7. Sensitivitas Industri

Sensitivitas industri merupakan dampak atau pengaruh yang diciptakan perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha dan karyawan terhadap lingkungan perusahaan. Dengan ini, sensitivitas industri atau jenis industri yang berbeda akan memiliki tingkat sensitivitas yang berbeda karena setiap jenis industri memberikan dampak atau pengaruh yang bermacam-macam. Biasanya, dampak atau pengaruh besar berasal dari aktivitas industri yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam (SDA). Di negara Indonesia, perusahaan pertambangan dan energi merupakan industri dengan tingkat kepekaan yang sangat tinggi bila dibandingkan dengan industri kimia, farmasi, kosmetik, serta makanan dan minuman (Prasentiati 2014).

8. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan persentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing baik itu individu atau lembaga terhadap saham perusahaan yang berada di Indonesia. Kepemilikan asing merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Seperti yang telah diketahui,

bahwa negara-negara di Eropa merupakan negara yang sangat memperhatikan masalah atau isu sosial seperti Hak Asasi Manusia (HAM), pendidikan, tenaga kerja, serta masalah lingkungan seperti pembalakan liar dan pencemaran air. Hal ini menjadikan perusahaan multinasional memulai untuk mengubah perilaku mereka dalam beroperasi untuk menjaga kepercayaan dan reputasi perusahaan. Perusahaan multinasional melihat keuntungan legitimasi yang berasal dari pemangku kepentingan atau *stakeholders*, yang mana *home market* dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka waktu panjang.

9. Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Publik yang dimaksud disini yaitu pihak individu diluar pihak manajemen yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan pihak perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan publik maka akan semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi mengenai perusahaan serta semakin besar kepemilikan publik maka akan semakin banyak informasi yang diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, maka para investor akan memperoleh informasi yang lebih luas tentang perusahaan tempat mereka berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen dari perusahaan, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi.

10. Profitabilitas

Profitabilitas adalah ukuran yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan laba melalui kegiatan perusahaan secara menyeluruh seperti transaksi penjualan, modal, kas dan sebagainya (Sofyan, 2013). Semakin rinci informasi perusahaan yang disampaikan oleh manajer dalam memberikan informasi kepada para *stakeholders*, maka akan semakin tinggi tingkat dari profitabilitas itu sendiri. Nugraha dan Agung (2015) menyatakan bahwa isu lingkungan merupakan suatu isu yang sensitif sehingga dapat mempengaruhi dalam menghasilkan profitabilitas perusahaan. Jika profitabilitas ini dikaitkan dengan teori legitimasi maka perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan lebih mudah untuk menjawab segala tuntutan yang diminta oleh masyarakat. Karena profitabilitas yang tinggi akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah.

11. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai pasar. Nilai perusahaan digunakan karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara *maksimum* apabila harga perusahaan meningkat. Semakin tingginya nilai saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran bagi pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan biasanya para pemodal tidak mengelolanya sendiri, namun

menyerahkan pengelolaannya kepada pihak yang berprofesional. Para profesional ini diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris dalam perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan tersebut terjual (Tjandrakirana dan Monika, 2014). *Enterprise value* (EV) atau *firm value* (nilai perusahaan) merupakan suatu konsep penting bagi para investor, karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara menyeluruh.

B. Hipotesis

a. Hubungan Media *Exposure* terhadap *Environmental Disclosure*

Media Exposure dapat didefinisikan sebagai “promosi dan publisitas” (Brown, 2011). *Media Exposure* membutuhkan suatu maksud atau pesan yang bisa disampaikan kepada audiensnya sehingga mampu dalam membangun persepsi terhadap perusahaan dan dapat mempengaruhi bagaimana harus bertindak (Potter, 2012). Dengan mengungkapkannya melalui internet dapat menentukan spesifikasi target bisnis seperti apa yang berhubungan dengan komunitas (Soemirat dan Ardianto, 2010). Perusahaan yang ingin mendapatkan pengakuan, kepercayaan dan dukungan dari lingkungannya, maka perusahaan tersebut harus mempunyai ruang untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pemangku kepentingan serta harus mempunyai cara berkomunikasi yang baik dengan pemangku kepentingan secara efektif. Komunikasi merupakan bagian yang sangat penting dalam manajemen CSR. Dalam pengkomunikasian laporan sosial dan lingkungan melalui

media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat (Nur dan Priantinah, 2012). Sehingga, informasi lingkungan yang baik/positif akan memberikan keyakinan dan pengakuan baik dari *stakeholders*.

Ashforth dan Gibbs (1990) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan dapat diperoleh dengan beragam cara, diantaranya yaitu melakukan komunikasi dengan *stakeholders*. Dengan adanya liputan media yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan perusahaan menjadi salah satu atribut eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap komitmen yang diberikan perusahaan terhadap lingkungannya. Oleh karena itu, liputan media akan membentuk kepercayaan bagi pemangku kepentingan. Serta dapat menghindarkan dengan masalah konflik yang disebabkan karena masalah sosial dan lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Reverte (2009) pada variabel media *exposure* dengan menggunakan proksi jumlah artikel yang dimuat di halaman website majalah online dengan periode 2 tahun. Dengan semakin banyaknya jumlah artikel yang di *publish* oleh media online tersebut maka akan terlihat semakin tinggi pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Badingatus dan Arga (2016) menemukan adanya pengaruh positif signifikan media *exposure*

terhadap kualitas pengungkapan lingkungan. Sejalan dengan penelitian Badingatus dan Arga (2016), Wang et al. (2013) serta, Aulia dan Agustina (2015) juga menemukan pengaruh positif signifikan variabel *media exposure* terhadap pengungkapan lingkungan dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pada penelitian ini menggunakan informasi atau berita positif yang dipublikasikan dalam website perusahaan. Karena berita mengenai lingkungan yang positif akan meningkatkan citra baik bagi perusahaan dan akan mempengaruhi pengungkapan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap *environmental disclosure*

b. Hubungan Sensitivitas Industri terhadap *Environemtal Disclosure*

Sensitivitas Industri berkaitan dengan pengaruh dari aktivitas perusahaan terhadap sosial dan lingkungan perusahaan. Berdasarkan *legitimacy theory*, perusahaan yang memberikan dampak atau pengaruh besar terhadap sosial dan lingkungan, maka akan lebih banyak memberikan pengungkapan mengenai informasi lingkungan, dengan tujuan untuk mendapatkan pengakuan dari *stakeholders*. Setiap jenis industri atau perusahaan mempunyai tipe-tipe yang berbeda. Perusahaan yang mempunyai perbedaan jenis, pasti mempunyai perbedaan pula dalam cara menjalankan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial

dan lingkungannya. Karena, masing-masing industri memiliki tingkat yang berbeda dalam mempertahankan legitimasi dan berada dalam situasi yang berbeda.

Perusahaan pertambangan dan energi merupakan perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile* yang mana mendapatkan sorotan penuh dari masyarakat karena operasi perusahaannya berpotensi sangat besar terhadap kerusakan lingkungan. Sedangkan perusahaan kimia, farmasi, kosmetik, makanan dan minuman masuk dalam kategori *low profile* yaitu perusahaan dengan tingkat kepekaan rendah dan memiliki pengaruh kecil terhadap kerusakan lingkungan karena operasi perusahaannya tidak berkaitan langsung dengan lingkungan. Apabila dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan pertambangan dan energi cenderung akan mengungkapkan kinerja lingkungannya dengan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain karena untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari aktivis sosial dan lingkungan (Sari 2012).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulaikha dan Setyawan (2012) memberikan hasil bahwa sensitivitas industri berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki sensitivitas tinggi mempunyai dampak yang tinggi pula dalam memengaruhi kondisi serta keberadaan lingkungan. Perusahaan yang memiliki pengaruh besar terhadap lingkungan alam dan masyarakat kemungkinan akan lebih

mementingkan dalam pengungkapan informasi lingkungan yang lebih banyak. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Perusahaan yang berada dalam industri pertambangan akan mengungkapkan kinerja lingkungan dengan lebih berkualitas dibandingkan perusahaan yang berada pada industri lainnya.

c. Hubungan Kepemilikan Asing terhadap *Environmental Disclosure*

Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pasal 1 angka 6, kepemilikan asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia (Ramadhan 2010). Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari *stakeholders*, dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang.

Perusahaan dengan kepemilikan asing biasanya sering dihadapkan pada masalah asimetri informasi karena adanya hambatan dalam segi geografis dan bahasa. Oleh karena itu, perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar akan terdorong untuk melakukan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan lebih luas (Huafang dan Jianguo, 2007). Menurut Puspitasari (2009), perusahaan yang memiliki kepemilikan asing cenderung akan memberikan

pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan asing. Hal ini dikarenakan pada perusahaan-perusahaan asing terutama dari Eropa dan Amerika Serikat lebih mengenal konsep praktik CSR, Hal ini terlihat dari tingginya tingkat kepeduliannya terhadap kasus-kasus sosial yang sering terjadi seperti pelanggaran HAM, pendidikan, tenaga kerja, dan kasus lingkungan seperti *global warming*, pembalakan liar, serta pencemaran air. Tidak hanya itu, perusahaan asing lebih mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri.

Penelitian yang dilakukan oleh Rustiarni (2008) memberikan hasil bahwa kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Marwata (2006) dan Said et al. (2009) yang tidak menemukan adanya pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan asumsi bahwa negara-negara asing cenderung lebih memperhatikan aktivitas serta pengungkapan CSR, maka disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *environmental disclosure*

d. Hubungan Kepemilikan Publik terhadap *Environmental Disclosure*

Perusahaan-perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang berarti bahwa semua aktivitas

yang dilakukan oleh perusahaan harus dilaporkan serta diketahui oleh pihak publik sebagai salah satu bagian dari pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan saham mempunyai porsi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Semakin besar saham yang dimiliki oleh pihak publik, perusahaan diharuskan untuk memberikan pengungkapan tanggung jawab sosialnya secara lebih luas dan berusaha untuk mengungkapkannya dengan sebaik-baiknya agar mendapatkan dukungan dari pihak publik.

Penelitian yang dilakukan oleh Sriayu dan Mimba (2013) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sriayu dan Mimba (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kepemilikan publik tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu beroperasi dengan baik dan mampu memberikan dividen yang sesuai kepada masyarakat sehingga perusahaan yang memiliki kepemilikan publik tinggi cenderung akan mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada pihak publik.

Berdasarkan pendapat penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mempunyai proporsi kepemilikan publik yang tinggi akan memberikan informasi yang lebih lengkap dan luas dalam laporan tahunan karena adanya tuntutan dari pemegang saham yang ingin mengetahui mengenai perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan *stakeholders theory* yang menjelaskan bahwa kepemilikan publik

memiliki peran yang penting untuk mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan aktivitas sosial perusahaannya. Maka hipotesis yang diambil yaitu :

H₄ : Kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap *environmental disclosure*

e. Hubungan Profitabilitas terhadap *Environmental Disclosure*

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan laba dalam suatu perioda tertentu. Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba akan menarik minat investor untuk berinvestasi ke dalam perusahaan tersebut. Sebaliknya, apabila tingkat profitabilitas perusahaan rendah maka akan menyebabkan investor enggan untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut. Profitabilitas juga sangat penting guna mempertahankan kualitas hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa depan atau tidak (Rustarini, 2014).

Perusahaan-perusahaan yang dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan baik dapat meningkatkan reputasinya serta dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Chandra (2012) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Wayuningsih

dan Mahdar (2018) mendapatkan hasil yang sama bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Sesuai penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih dan Mahdar (2018), hipotesis yang diambil adalah :

H₅ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Environmental Disclosure*

f. Hubungan *Environmental Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama sebuah perusahaan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja yang maksimal dari perusahaan akan dilakukan untuk mencapai dan mempertahankan nilai perusahaan. Selain kinerja ekonomi dan sosial perusahaan, sekarang ini pengungkapan lingkungan merupakan salah satu hal yang mendapat perhatian cukup banyak dari pihak publik melihat permasalahan-permasalahan lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan yang menjadi isu global.

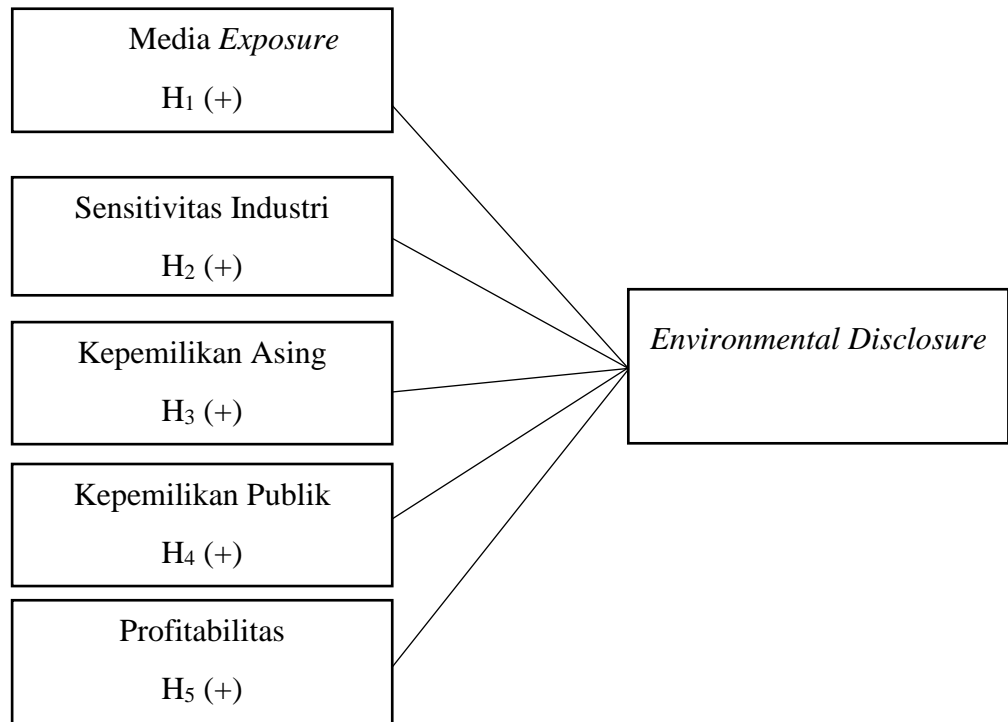
Tersajinya pengungkapan lingkungan dalam laporan perusahaan dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) menunjukkan adanya kinerja lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Octavia (2012) menjelaskan bahwa pengungkapan lingkungan tersebut menyediakan informasi yang berkaitan dengan pelanggaran atau peraturan pemerintah tentang lingkungan hidup, potensi litigasi dan biaya yang berkaitan dengan polusi. Dengan adanya praktek pengungkapan lingkungan yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan

dinilai baik oleh investor. Berdasarkan penjelasan diatas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₆ : *Environmental Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

C. Model Penelitian

Berikut ini merupakan model penelitian mengenai pengaruh media *exposure*, sensitivitas industri, kepemilikan asing, kepemilikan publik, profitabilitas terhadap *environmental disclosure* dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki dua model penelitian, model pertama akan disajikan pada Gambar 2.1, dan model penelitian kedua akan disajikan pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 1
Model Penelitian 1



Gambar 2. 2
Model Penelitian 2