

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Pensinyalan (*Signaling Theory*)

Teori *signaling* didasarkan pada asumsi terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Teori *signaling* berhubungan dengan bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan *signal-signal* untuk pengguna laporan keuangan seperti misalnya investor. Di dalam *signal* ini berisi perihal tentang apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik. Dalam *signal* tersebut berupa informasi atau promosi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain (Ludigdo dkk. 1999).

Bagi investor dan para pelaku bisnis, informasi suatu perusahaan merupakan unsur yang penting. Di mana informasi yang diperlukan oleh investor tersebut haruslah lengkap, akurat dan tepat waktu agar baik investor maupun kreditur mampu mempercayai informasi tersebut sebagai *signal* baik atau *good news* atau malah sebaliknya sebagai *signal* buruk atau *bad news*. Apabila informasi tersebut dinilai sebagai *signal* baik oleh investor

dan kreditur maka mereka dapat mengambil keputusan investasi dan kredit sehingga berdampak pada tingginya perubahan harga saham.

2. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Pengertian teori *stakeholder* ialah perusahaan bukan merupakan instansi yang beroperasi untuk mementingkan kepentingannya saja akan tetapi juga harus memikirkan kepentingan *stakeholder*-nya. Yang dimaksud *stakeholder* ialah para investor, pemberi modal, pelanggan, *supplier*, pemerintah, masyarakat dan pihak lain yang terlibat dalam mencapai tujuan perusahaan. Sehingga, eksistensi perusahaan tidak lain juga dipengaruhi oleh keberadaan *stakeholder*-nya (Chariri dan Ghozali, 2007). Di dalam teori *stakeholder* mengemukakan tentang alasan perusahaan mengungkapkan CSR kepada masyarakat dalam melakukan kegiatannya. Oleh sebab itu, teori *stakeholder* juga mendasari dalam praktik CSR.

3. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR yang berkualitas ialah perusahaan yang secara konsisten melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya ke dalam *sustainability reporting* dan dinilai berdasarkan tiga komponen utama yakni, ekonomi, lingkungan hidup dan sosial melingkupi hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, lingkungan kerja, tanggung jawab produk serta masyarakat (Djuitaningsih dan Marsyah, 2012). CSR itu sendiri ada

kaitannya dengan masyarakat sekitar di mana perusahaan juga harus mampu mengharmoniskan baik perusahaan itu sendiri dengan lingkungan sekitarnya. Johnson and Johnson dalam Hadi (2011) mengartikan CSR yaitu tentang bagaimana caranya sebuah perusahaan mengelola proses bisnisnya agar dapat menghasilkan dampak yang positif bagi masyarakat.

4. Profitabilitas

Pengertian profitabilitas perusahaan yakni sebuah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungannya dalam jangka waktu satu tahun. Tingkat kemampuan perusahaan tersebut dapat diukur dengan *return on equity* atau yang biasa disebut dengan ROE yakni salah satu rasio profitabilitas. Rasio ini juga memiliki nama lain yaitu *Return on Net Worth* yang artinya suatu alat pengukur yang dapat mengukur profitabilitas perusahaan dibanding dengan jumlah keseluruhan modal/ekuitas. Artinya, rasio tersebut juga dapat dikaitkan dengan keuntungan perusahaan terhadap sumber ekuitas sebuah perusahaan (Neveu, 1985).

5. Leverage

Leverage disebut juga dengan rasio hutang atau solvabilitas di mana rasio tersebut dapat menunjukkan tingkat seberapa tinggi jumlah dana yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk mendanai belanjanya dengan hutang. Artinya, apabila rasio ini memiliki nilai nol, berarti

perusahaan tersebut dapat beroperasi secara menyeluruh tanpa menggunakan dana dari hutang melainkan dari modalnya sendiri (Rusli dkk., 2011).

6. Pertumbuhan

Perusahaan bertumbuh ialah perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan margin laba dan penjualan yang tinggi sehingga dengan adanya kemampuan tersebut perusahaan akan memiliki tingkat *leverage* serta *dividen payout* yang lebih kecil dibanding dengan perusahaan tidak bertumbuh (Porter dalam Fijrijanti dan Hartono, 2001). Hal ini dapat terjadi karena perusahaan bertumbuh dapat dengan mudah mendanai investasi modalnya dengan dana milik perusahaannya sendiri. Pada umumnya perusahaan yang bertumbuh termasuk ke dalam perusahaan yang lebih besar dibanding dengan perusahaan tidak bertumbuh (Gaver & Gaver dalam Fijrijanti dan Hartono, 2001).

Pertumbuhan laba itu sendiri dapat dijadikan tolak ukur dalam prospek pertumbuhan perusahaan pada masa mendatang. Oleh karena itu, perusahaan bertumbuh diupayakan dapat menghasilkan keuntungan yang memuaskan serta dapat mengonsistenkan labanya sehingga dapat menarik minat investor. Menurut Barton dkk. (1989) tingkat pertumbuhan laba yang tinggi akan memaksimalkan kesempatan untuk menghasilkan keuntungan yang dapat digunakan untuk mendanai investasi. Sehingga, perusahaan yang

dapat mempertahankan keuntungannya lebih mudah dalam menggarap operasionalnya dan investor juga lebih memberikan respon positif terhadap perusahaan.

7. Keinformatifan Laba (*Earnings Informativeness*)

Salah satu pengukur dari keinformatifan laba adalah *earning response coefficient* bisa disebut juga dengan koefisien respon laba. ERC mengukur seberapa besar kandungan informasi dalam laba dalam mengidentifikasi hubungan antara laba dan harga saham. Penelitian awal mengenai hubungan informasi laba akuntansi dan harga saham dilakukan oleh Ball dan Brown (1968) yang menunjukkan bahwa laba akuntansi yang diumumkan pada laporan keuangan berguna bagi para investor atau pihak lain yang memiliki kandungan informasi. Pengertian ERC sendiri menurut Cho dan Jung (1991) didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham dengan diukur menggunakan slopa koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dan *unexpected earnings*.

8. Penilaian Kinerja Perusahaan melalui PROPER

Pada awalnya Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang dapat disingkat PROPER diluncurkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 2002 dengan nama PROPER PROKASIH yang berfungsi untuk mendorong peningkatan

kinerja perusahaan yang hasil pemeringkatan akan disampaikan pada publik sehingga citra perusahaan meningkat (Djuitaningsih dan Ristiawatil, 2011). Selain itu sasaran dari PROPER untuk mendorong perusahaan untuk menerapkan produksi bersih agar kinerja lingkungannya menjadi lebih baik lagi.

Tabel 2.1.

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

Peringkat	Keterangan
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 telah diprasyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (<i>CSR/Comdev</i>) dengan baik.
Biru	Untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang diprasyaratkan 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 perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: www.menlh.go.id

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2.

Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil
1.	Vinola Herawaty dan Ganiz Yudhadhita Wijaya (2014)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> terhadap Keinformatifan Laba dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi	<p>Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba;</p> <p>kinerja lingkungan memperlemah hubungan pengungkapan CSR terhadap keinformatifan laba;</p> <p><i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba;</p> <p>kinerja lingkungan memperlemah hubungan <i>leverage</i> dan keinformatifan laba;</p> <p>profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keinformatifan laba;</p> <p>kinerja lingkungan tidak dapat memperkuat hubungan profitabilitas dan keinformatifan laba.</p>
2.	Muhammad Arfan dan Ira Antasari (2008)	Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba pada Emiten Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta	<p>Secara simultan <i>size</i>, <i>growth</i>, dan profitabilitas berpengaruh terhadap ERC;</p> <p>Secara parsial hanya <i>growth</i> yang berpengaruh terhadap ERC.</p>
3.	Harjanti Widiastuti	Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela Dalam Laporan	Pengungkapan CSR berpengaruh positif

	(2016)	Tahunan Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC)	terhadap ERC.
4.	MI Mitha Dwi Restuti dan Cecilia Nathaniel (2012)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap ERC baik menggunakan variabel kontrol BETA dan PBV maupun tidak.
5.	Pramudito Adisusilo (2011)	Pengaruh Pengungkapan Informasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Laporan Tahunan terhadap <i>Earning Response Coefficients</i> (ERC)	CSR <i>disclosure</i> berpengaruh negatif terhadap ERC; Profitabilitas, pertumbuhan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap ERC.
6.	Eka Pitria (2017)	Pengaruh Kesempatan Bertumbuh, <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di BEI Selama Periode 2010-2014)	Kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap kualitas laba; <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap kualitas laba; Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap kualitas laba.
7.	Aldilla Noor Rakhimah dan Dian Agustia (2009)	Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) <i>Disclosure</i> dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap CSR <i>disclosure</i> ; Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial; CSR <i>disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial.
8.	Candra Widi Sari dan I Gusti Ketut Agung Ulupui (2014)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kinerja Lingkungan Berbasis PROPER pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	<i>Leverage</i> , profitabilitas dan <i>growth</i> secara parsial tidak berpengaruh pada kinerja lingkungan berbasis PROPER.

Sumber : berbagai jurnal

C. Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Keinformatifan Laba

Biasanya perusahaan yang banyak mengungkapkan informasi adalah perusahaan yang memiliki kabar baik (*good news*). Menurut Widiastuti (2016) menyatakan bahwa *earnings informativeness* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek di masa depan. Diperkirakan apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya akan mengurangi ketidakpastian tersebut yang dapat menurunkan ERC.

Hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap ERC. Artinya diharapkan investor mempertimbangkan pengungkapan CSR di laporan tahunan sebagai bahan keputusan investasi selain informasi dalam laba perusahaan.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Hidayati dan Murni (2009) bahwasanya *CSR disclosure* akan justru mengurangi respon investor terhadap pengumuman laba, dengan proksi ERC. Hal ini didukung pula oleh penelitian Widiastuti (2016), bahwa luas pengungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC, namun dalam uji empirisnya memiliki pengaruh yang positif. Teori yang diungkapkan oleh Widiastuti (2016) juga didukung oleh penelitian Utamingtyas dan Ahalik (2010), Melati dan Kurnia (2013) serta Herawaty dan Wijaya (2014).

Terjadi ketidaksesuaian hasil penelitian pada Adisusilo (2011) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh secara positif terhadap ERC. Atas dasar teori di atas perusahaan yang tingkat pengungkapan CSR-nya tinggi berdampak pada ERC yang rendah karena CSR mampu dipercayai investor dalam pengambilan suatu keputusan serta penanaman modal. Sehingga, semakin besar tingkat pengungkapan CSR maka semakin kecil tingkat keinformatifan labanya. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₁: *Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba*

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Keinformatifan Laba

Profitabilitas menunjukkan keefektifitasan kinerja serta kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu baik dengan modal sendiri maupun keseluruhan. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan jangka panjang. Semakin besar profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran perusahaan akan meningkat (Melati dan Kurnia, 2013). Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio ROE/ *return on equity*. ROE adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Zahroh dan Siddharta, 2006).

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Apabila profitabilitas ini dihubungkan dengan ERC maka dapat dikatakan bahwa profitabilitas yang tinggi pada sebuah perusahaan berarti laba yang dihasilkan meningkat sehingga menyebabkan ERC juga meningkat yang akan direspon positif oleh investor untuk menanamkan modalnya dibandingkan dengan perusahaan yang profitabilitasnya rendah.

Hasil penelitian Naimah dan Utama (2006), Arfan dan Antasari (2008), Kusumawardhani dan Nugroho (2010), Melati dan Kurnia (2013), dan Setiawati dkk. (2014) menyatakan bahwa pengaruh profitabilitas dan ERC memiliki hubungan secara positif, artinya perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki ERC yang tinggi pula dibanding dengan profitabilitas yang rendah. Sehingga, profitabilitas yang tinggi menyebabkan keinformatifan labanya tinggi pula. Ketidakkonsistenan hasil penelitian terjadi pada peneliti Adisusilo (2011) yang menyatakan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap ERC. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Keinformatifan Laba

Leverage dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan asetnya atau dananya untuk menaikkan hasil pengembalian untuk pemilik atau investor. *Leverage* adalah pinjaman berupa dana untuk dimanfaatkan dalam berinvestasi. *Leverage* mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada pemberi hutang dalam pembiayaan aset perusahaan. Apabila *leverage* tinggi maka laba yang dipublikasikan oleh perusahaan akan cenderung digunakan perusahaan untuk menutupi hutang perusahaan tersebut, sehingga investor kurang mempercayai perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya dikarenakan takutnya perusahaan malah mengutamakan kepentingan untuk pembayaran hutang daripada pembayaran dividennya sehingga saat terjadi pengumuman laba respon pasar akan relatif rendah (Herawaty dan Wijaya, 2014).

Sesuai dengan penelitian Murwaningsari (2008), Pradipta dan Purwaningsih (2012), Wulansari (2013), dan Anggraini (2016) mengungkapkan pada hasil penelitiannya bahwa hubungan *leverage* terhadap ERC berpengaruh secara negatif. Artinya, perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi berdampak pada ERC yang rendah karena perusahaan memiliki hutang yang lebih tinggi dibanding modalnya sehingga risikonya lebih besar. Sehingga, tingkat *leverage* yang tinggi berdampak pada keinformatifan laba yang rendah. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₃ : *Leverage berpengaruh negatif terhadap keinformatifan laba*

4. Pengaruh Pertumbuhan terhadap Keinformatifan Laba

Pertumbuhan perusahaan dapat diartikan sebagai kemampuan laba perusahaan dalam menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Pertumbuhan diteliti berhubungan positif dengan ERC (Collins dan Kothari; Bae dan Sami dalam Widiastuti, 2016).

Menurut Collins dan Kothari (1989), perusahaan bertumbuh akan mempunyai koefisien respon laba (ERC) yang lebih tinggi, karena perusahaan mempunyai kesempatan memperoleh laba dimasa mendatang lebih tinggi. Kandungan informasi laba tersebut merupakan berita baik sehingga dapat meningkatkan respon pasar. Pada dasarnya perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang lebih besar akan berdampak pada ERC yang besar pula, sehingga kesempatan bertumbuh yang besar pada perusahaan mengakibatkan perusahaan akan mendapatkan kesempatan yang besar dalam memperoleh laba di masa yang akan datang. Jadi, semakin tinggi tingkat pertumbuhan semakin tinggi juga tingkat keinformatifan labanya. Kesesuaian dengan hasil penelitian Widiastuti (2016) juga ditemukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007), Murwaningsari (2008), Arfan dan Antasari (2008), dan Mayangsari dan Aminah (2017). Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₄ : *Pertumbuhan berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba*

5. Pengaruh Kinerja Lingkungan yang Memoderasi Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Keinformatifan Laba

Perusahaan yang menggalakkan tindakan pengelolaan lingkungan secara aktif serta didukung dengan kinerja yang maksimal, maka manajemen perusahaan termotivasi untuk menyatakan tindakan manajemen lingkungannya di laporan tahunan (Berry dan Rondinelle dalam Fitriyani, 2012). Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan cenderung memberikan *good news* bagi pelaku pasar.

Sesuai dengan penelitian Rakhiemah dan Agustia (2009) bahwa kinerja lingkungan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR. Pada umumnya, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan memberikan informasi baik dari sisi jumlah dan mutu lebih banyak dibandingkan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang buruk. Oleh karena itu, kinerja lingkungan yang semakin baik akan meningkatkan nilai perusahaannya sehingga menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Herawaty dan Wijaya, 2014).

Menurut penelitian Herawaty dan Wijaya (2014) menyatakan bahwa dengan adanya kinerja lingkungan maka perusahaan akan semakin terdorong untuk mengungkapkan CSR-nya karena dirasa sebagai *good news* bagi pelaku pasar atau investor. Pernyataan di atas juga didukung oleh penelitian Lucyanda dan Siagian (2012), penelitian Permana (2012), dan penelitian Nurjanah (2015) yang mengungkapkan bahwa apabila suatu

perusahaan yang memperhatikan kinerja lingkungannya dengan baik akan mengungkapkan CSR lebih banyak pula sehingga akan direspon positif oleh investor. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₅ : Kinerja lingkungan memperkuat hubungan pengungkapan corporate social responsibility dan keinformatifan laba

6. Pengaruh Kinerja Lingkungan yang Memoderasi Hubungan Profitabilitas dan Keinformatifan Laba

Menurut penelitian Sari dan Ulupui (2014), menyatakan bahwa manfaat pengelolaan kinerja lingkungan bagi perusahaan yakni akan meningkatkan citra yang baik di mata masyarakat yang dapat meningkatkan kinerja finansial sehingga berdampak positif terhadap profitabilitas perusahaan. Meningkatkan kinerja juga diperlukan biaya dan akan menurunkan laba dalam kurun waktu tertentu, akan tetapi reputasi baik perusahaan akan mengakibatkan peningkatan dalam profitabilitas. Apabila peningkatan profitabilitas yang disebabkan perusahaan tersebut memiliki kinerja lingkungan yang baik dihubungkan dengan ERC maka akan direspon positif oleh investor untuk berinvestasi (Herawaty dan Wijaya, 2014).

Penelitian ini didukung oleh Lucyanda dan Siagian (2012), Vintila dan Duca (2013), Herawaty dan Wijaya (2014) dan Fitriani dkk. (2015) yang menyatakan bahwa dengan adanya kinerja lingkungan yang meningkat akan membuat kepercayaan investor pada perusahaan tersebut meningkat

sehingga nilai *Return On Equity* meningkat pula dan akan direspon positif juga oleh investor. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₆ : Kinerja lingkungan memperkuat hubungan profitabilitas dan keinformatifan laba

7. Pengaruh Kinerja Lingkungan yang Memoderasi Hubungan *Leverage* dan Keinformatifan Laba

Ketika tingkat *leverage* suatu perusahaan itu besar maka akan memiliki risiko keuangan yang besar pula (Sari dan Ulupui, 2014). Menurut Anggraini (2016) bahwa ketika rasio hutang perusahaan mengalami kenaikan diperkirakan karena kinerja perusahaan yang tidak baik dan mengindikasikan bahwa perusahaan akan mementingkan pembayaran hutang ke kreditur daripada pembayaran dividen ke investor sehingga hal tersebut dinilai negatif bagi investor karena nilai hutang lebih besar daripada modalnya. Akan tetapi hal tersebut dapat berkurang dengan adanya kinerja lingkungan yang baik. Maka, hubungan negatif *leverage* dan keinformatifan laba akan semakin lemah karena respon positif dari investor yang akan meningkatkan laba di mana perusahaan tersebut dapat meningkatkan kinerja lingkungannya (Herawaty dan Wijaya, 2014).

Semakin tinggi kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reaksi investor (Pranbandari dan Suryanawa, 2014). Untuk investor hendaknya menggunakan PROPER sebagai pertimbangan dalam penanaman modal investasi pada sebuah perusahaan. Penelitian ini juga didukung oleh

penelitian Pradipta dan Purwaningsih (2012) dan Herawaty dan Wijaya (2014). Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₇: Kinerja lingkungan memperlemah hubungan leverage dan keinformatifan laba

8. Pengaruh Kinerja Lingkungan yang Memoderasi Hubungan Pertumbuhan dan Keinformatifan Laba

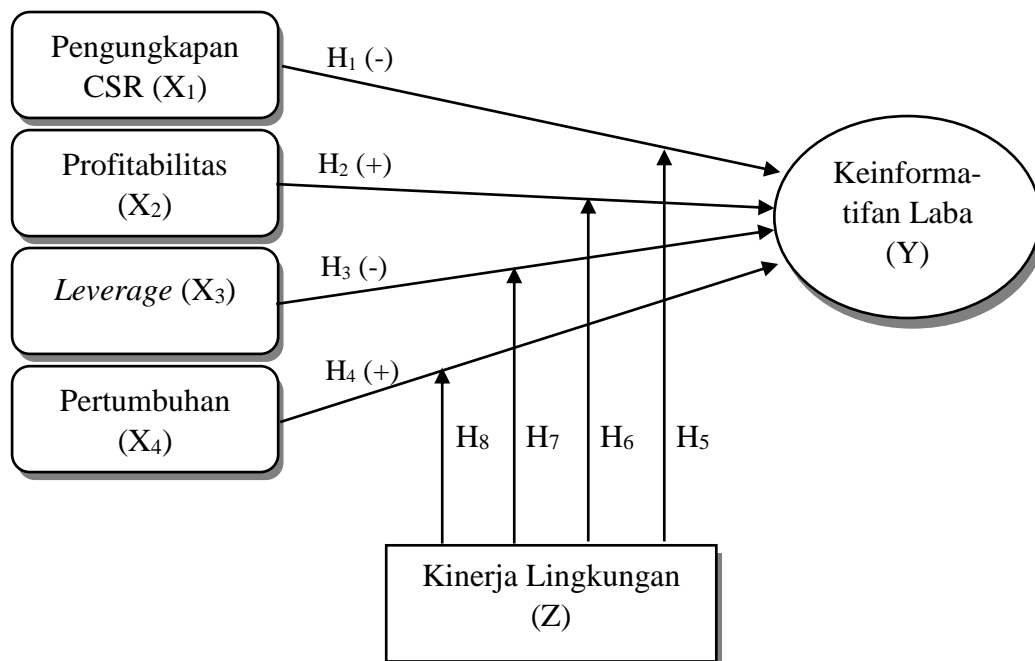
Perusahaan yang menggalakkan kinerja lingkungan yang baik akan dapat memperbaiki pertumbuhan laba suatu perusahaan (Sari dan Ulupui, 2014). Maka, dapat dipastikan dengan adanya dukungan kinerja lingkungan yang baik akan terciptanya hubungan antar pertumbuhan laba dengan keinformatifan laba akan semakin baik pula. Sehingga, suatu laba yang mengalami peningkatan akan memberikan suatu sinyal yang baik kepada investor. Untuk itu, pertumbuhan laba yang tinggi akan meningkatkan keinformatifan laba (Herawaty dan Wijaya, 2014).

Menurut Ulfa (2009), perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh tinggi cenderung memiliki profitabilitas yang tinggi pula begitu juga sebaliknya. Jika suatu perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan tinggi akan menarik minat perhatian publik sehingga perusahaan akan meningkatkan kinerja lingkungannya untuk menarik minat investor juga agar mempertimbangkan keputusan investasinya pada perusahaannya (Setiati dan Kusuma, 2001). Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Arfan dan Antasari (2008) yang menyatakan bahwa pada perusahaan-

perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang tinggi dapat dengan mudah mengelola kinerja perusahaannya, karena peningkatan laba cenderung direspon dengan baik oleh investor. Maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H₈ : Kinerja lingkungan memperkuat hubungan pertumbuhan dan keinformatifan laba

D. Model Penelitian



Gambar 2.1.

Kerangka Pemikiran Teoretis

