

Bab II

Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Menjelaskan Hubungan antara Perusahaan dan lingkungan eksternal dengan perilakunya terhadap lingkungan (Freeman.1983). Perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan, minat, dan pengaruh yang berhubungan pada individu dan kelompok akibat kebijakan dan operasinya (Frederick et al., 1992). Teori ini bertujuan mencari bagaimana melibatkan pemangku kepentingan dan menciptakan nilai bagi mereka (Freeman, 2020). Berdasarkan teori ini perusahaan adalah entitas yang berjalan bukan hanya untuk kepentingan perusahaan sendiri tapi juga memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (Ghozali & Chariri, 2007).

Teori *stakeholder* mengatakan perihal seluruh pemangku kepentingan memiliki hak & kewajiban dalam mengontrol dan memantau sumber daya perusahaan. Teori *stakeholder* dapat membantu manajemen dalam peningkatan nilai perusahaan. pengungkapan yang lengkap, komprehensif, dan tidak memihak akan memberikan nilai lebih baik dimata pemangku kepentingan. Perusahaan dengan sumber daya yang besar seringkali lebih susah untuk dipantau, sehingga pemangku kepentingan memerlukan data yang lebih untuk meninjau perusahaan. informasi yang diperlukan bisa didapat melalui pengungkapan lingkungan beserta kinerja lingkungan yang ada. Berdasarkan asumsi tersebut kinerja lingkungan dan pengungkapan lingkungan yang menjadi salah satu faktor penilaian para pemangku kepentingan terhadap nilai perusahaan.

2.2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi adalah sumber daya yang menampilkan bahwa suatu organisasi bertumpu untuk bertahan (Dowling & Pfeffer, 1975). Jika operasi organisasi tidak

sesuai dengan kontrak sosial maka perusahaan dapat membuat perbaikan (Dowling & Pfeffer, 1975). Teori ini berisi bahwa organisasi ini harus memastikan bagaimana beroperasi dalam Batasan dan norma yang ada pada masyarakat. Teori legitimasi telah terkait dengan pengungkapan informasi perusahaan (Dowling & Pfeffer, 1975). Teori ini menjelaskan hubungan antara perusahaan dan pihak luar seperti masyarakat dan pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan untuk menjaga atau menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009).

Menurut teori legitimasi disebutkan bahwa perusahaan yang besar seringkali lebih dikenal dalam masyarakat, sehingga menyebabkan tuntutan untuk memenuhi harapan publik yang lebih besar. Dikarenakan hal tersebut perusahaan harus menjaga kinerja, dan pengungkapan yang ada untuk menjaga legitimasinya kepada masyarakat.

2.3. Kinerja Lingkungan

Kinerja keuangan merupakan aspek seperti struktur organisasi yang meningkatkan produk, proses, hubungan dengan pemangku kepentingan, kepatuhan peraturan dan dampak pada lingkungan (Henri & Journeault, 2010). Kinerja lingkungan perusahaan ialah kapasitas perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (Rakhiemah & Agustia, 2016). Di Indonesia penerapannya difasilitasi dengan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER). Program yang diluncurkan pada tahun 2002 ini bertujuan untuk memprovokasi peningkatan kinerja perusahaan untuk memberi transparansi informasi pada para pihak luar mengenai pengelolaan yang dilakukan perusahaan. Dari program tersebut diharapkan perusahaan meningkatkan pengelolaan dan kinerja lingkungan dikarenakan hasilnya akan diumumkan kepada public untuk membada dampak bagi perusahaan.

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan merupakan hasil pengembangan dari kegiatan Program Kali Bersih yang memiliki tujuan untuk

mendorong perusahaan dalam penataan serta pengelolaan lingkungan hidup dengan menaati peraturan perundang-undangan supaya kinerja lingkungan perusahaan dapat dikatakan baik untuk menerapkan *clear production* (Publikasi PROPER 2015). Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup nomor 3 tahun 2014 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan penilaian dibedakan menjadi 5 model warna yaitu emas, hijau, biru, merah, dan hitam. Kriteria penilaian dengan memenuhi ketaatan ditunjukkan dengan warna biru, merah, hitam, sedangkan kriteria penilaian dengan kategori melebihi persyaratan yang ditentukan adalah emas dan hijau. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 3 tahun 2014 pasal 2 mengungkapkan kriteria penilaian ketaatan tersebut diukur meliputi pelaksanaan lingkungan Amdal/UKL-UPL, dengan pengendalian bahan berbahaya dan beracun serta pengendalian pencemaran air dan udara.

Penilaian PROPER menggunakan indikator warna dimulai dari warna emas yang berarti peringkat terbaik bagi perusahaan yang telah melakukan lebih dari yang dipersyaratkan, diikuti dengan warna biru, hijau, merah, dan hitam yang beresiko ditutup usahanya karena berpotensi memberi dampak negative bagi sekitar. Peningkatan ini mempermudah pihak luar perusahaan sebagai aspek penilaian.

Aspek penilaian dalam PROPER difokuskan pada penilaian ketaatan perusahaan dalam pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), kewajiban lain yang terkait dengan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL), penetapan Sistem Manajemen Lingkungan (SML), konservasi dan pemanfaatan sumber daya, serta kegiatan sosial perusahaan.

Organisasi mempertimbangkan dimensi efektifitas, yaitu seberapa baik tujuan ditentukan (*output*); Bagaimana organisasi menggunakan sumberdaya untuk keunggulan kompetitif (sumber daya); bagaimana informasi serta komunikasi

karyawan (proses internal) dan seperti apa kebutuhan pemangku kepentingan terpenuhi (konstituen strategis) (Lober, 1996). Kinerja lingkungan berhubungan dengan efek lingkungan dari penggunaan sumber daya, efek dari proses organisasi, efek dari produk dan layanan, pemulihan dan pengelolaan yang memenuhi persyaratan yang ada.

2.4. Luas Pengungkapan Lingkungan

Pengungkapan lingkungan (*environmental disclosure*) ialah pengungkapan dari dampak negatif yang berguna bagi para investor untuk memperkirakan arus kas masa depan (Al-Tuwaijri et al, 2004). Pengungkapan lingkungan bisa juga diartikan sebagai paket informasi yang terkait dengan kinerja lingkungan dan implikasi keuangan masa lalu, sekarang, dan masa depan yang didapat dari tinadakan manajemen lingkungan perusahaan (Berthelot et al, 2003). Perusahaan yang mengungkapkan kebijakan lingkungan mencerminkan transparansi dan mengurangi risiko ketidakpastian.

Perusahaan dapat menggunakan pengungkapan sebagai alat legitimasi untuk mengubah pendapat public terhadap kinerja perusahaan dan mengubah perhatian public terhadap kinerja buruk dengan menyoroti pencapaian yang ada. Perusahaan yang memiliki pengungkapan yang baik sulit ditiru oleh pelaku/perusahaan yang memiliki kinerja yang buruk. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dan menerapkan kebijakan yang sehat meningkatkan pengungkapan lingkungan yang lebih rinci untuk dilaporkan kepada investor mengenai strategi mereka.

Untuk mengukur luas pengungkapan lingkungan, berbagai penelitian terdahulu menggunakan checklist berdasarkan acuan standar pengungkapan lingkungan. Penelitian ini akan menggunakan Global Reporting Initiative (GRI) dalam pengukuran luas pengungkapan lingkungan. Pemilihan GRI sebagai tolok ukur luas pengungkapan lingkungan dilandasi pemikiran bahwa GRI merupakan kerangka pelaporan berkelanjutan (sustainability) yang paling banyak digunakan di seluruh dunia

Di Indonesia, regulasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan telah diatur dalam undang-undang ataupun peraturan pemerintah. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan sustainability development. Tahun 2007, pemerintah mengeluarkan UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang terdiri dari 4 ayat

Pada tahun 2012 pemerintah menindak lanjuti UU 40 tahun 2007 dengan mengeluarkan PP Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Pasal 2 menyatakan setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perseroan yang dimaksud adalah perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Lebih lanjut, pada pasal 6 menyatakan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Pemerintah melalui Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan mengeluarkan peraturan Nomor VIII G2 yaitu Kep-38/PM/1996, kemudian diperbarui dengan dikeluarkannya Kep-134/BL/2006, dan peraturan terbaru, yaitu Kep-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. Bapepam telah mengatur, perihal tanggung jawab sosial perusahaan yang terdiri atas pembahasan mengenai kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan, antara lain terkait aspek:

- a. lingkungan hidup, seperti penggunaan material dan energi yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang, sistem pengolahan limbah perusahaan, sertifikasi di bidang lingkungan yang dimiliki, dan lain-lain.
- b. praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, seperti kesetaraan gender dan kesempatan kerja, sarana dan keselamatan kerja, tingkat perpindahan (turnover) karyawan, tingkat kecelakaan kerja, pelatihan, dan lain-lain.

- c. pengembangan sosial dan kemasyarakatan, seperti penggunaan tenaga kerja lokal, pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan sarana dan prasarana sosial, bentuk donasi lainnya, dan lain-lain.
 - d. tanggung jawab produk, seperti kesehatan dan keselamatan konsumen, informasi produk, sarana, jumlah dan penanggulangan atas pengaduan konsumen, dan lain-lain.
- 28 2.5. Kepemilikan Manajerial Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh pihak manajemen perusahaan itu sendiri

2.5. Nilai Perusahaan

Tujuan perusahaan ialah meningkatkan nilai perusahaan untuk mencapai laba. Unsur seperti nilai pasar dapat mempengaruhi nilai sebuah perusahaan. Nilai perusahaan ialah persepsi dan reaksi investor yang ditentukan oleh harga saham (Daromes & Jao, 2020). Nilai perusahaan menunjukkan sebegus apa perusahaan yang digambarkan dengan nilai pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan (Soliha et al., 2002; Ng & Daromes, 2016). Kinerja perusahaan yang baik akan membuat investor untuk berinvestasi. Permintaan saham yang tinggi berarti meningkatkan nilai perusahaan. Pengoptimalan nilai perusahaan dicapai dengan memajemen keuangan; keputusan yang diambil akan berdampak pada keputusan lainnya dan mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa asset yang dimiliki perusahaan. Nilai merupakan hal yang diinginkan jika nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan hal tersebut memudahkan pihak memperoleh hal-hal untuk kepentingannya yang berkaitan untuk nilai tersebut. Sebaliknya jika nilai bersifat negative dalam arti merugikan maka menyulitkan untuk perusahaan sehingga nilai tersebut di jauhi. Nilai Perusahaan dibentuk melalui indicator pasar saham, yang

dipengaruhi peluang-peluang investasi, pengeluaran investasi memberi sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan perusahaan di masa depan. Sehingga meningkatkan harga saham akan membuat nilai perusahaan juga meningkat

2.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium size), dan perusahaan kecil (small firm). Ukuran perusahaan ini didasarkan pada total aset perusahaan. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi (besar atau kecil) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan investasi. Semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi perusahaan tersedia semakin luas dan mudah diakses oleh publik (Murwaningsih, 2007). Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Untari, 2010). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak informasi yang diungkapkan perusahaan hal ini mengakibatkan reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan berkurang (Utamingtyas dan Ahalik, 2010; Mulyani dan Andayani, 2007).

2.7. Kerangka Konseptual

2.7.1. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja lingkungan adalah aspek yang perlu diperhatikan perusahaan. Pengelolaan kinerja lingkungan yang baik bisa mendukung perusahaan dalam mengaplikasikan pembangunan keberlanjutan. Berdasarkan teori pemangku kepentingan (*Stakeholder Theory*), *Stakeholder* menjadi pihak yang menuntut perusahaan agar meningkatkan nilai perusahaan dari pengelolaan ekonomi, kinerja lingkungan. Kehadiran *stakeholder* memberi dampak positif pada perusahaan dikarenakan perusahaan memiliki tekanan untuk berkembang agar dapat mempertahankan atau bahkan menambah para investor.

Kinerja lingkungan menjadi salah satu faktor penilaian yang diperhatikan oleh pemangku kepentingan. Perusahaan biasanya menggunakan kinerja lingkungan dan pengungkapannya untuk memberi legitimasi aktivitas perusahaan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik dapat mengurangi kerusakan lingkungan. Teori legitimasi menjadi titik dimana manajemen perusahaan bereaksi pada harapan masyarakat (Wilmshurst & Frost, 2000). Perusahaan perlu mempertegas dan membuktikan keberadaan dan tanggung jawabnya terhadap masyarakat hingga perusahaan perlu memperhatikan kinerja lingkungan sebagai alat untuk legitimasi oleh masyarakat. Jika pengakuan masyarakat memberikan dampak positif pada kinerja lingkungan perusahaan maka nilai pada perusahaan akan meningkat. Dengan demikian, hipotesis Pertama penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.7.2. Pengaruh Luas Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan ialah sebuah metode perusahaan untuk meningkatkan legitimasi mereka karena seringkali lebih mudah untuk mengelola citra dari melakukan perubahan

aktual pada kinerja, operasi atau nilai (Dowling & Pfeffer, 1975). Pengungkapan lingkungan telah digunakan sebagai alat untuk promosi dan pemasaran gagasan manajemen yang memaparkan potensi perusahaan pada para pemangku kepentingan (Abeysekera & Guthrie, 2005).

Perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan berarti memberi transparansi sehingga mengurangi resiko tidak pasti dan memberi keuntungan kompetitif yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Perusahaan akan mendapat manfaat ekonomi dari pengungkapan sosial dan lingkungan dalam bentuk harga saham yang meningkat (Qiu et al., 2016). Pengungkapan lingkungan adalah dokumentasi atas kegiatan lingkungan yang dikelola perusahaan, hal ini juga dapat digunakan untuk melegitimasi kegiatannya. Pengungkapan lingkungan yang baik akan meningkatkan ketertarikan investor yang menyebabkan kenaikan nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Luas Pengungkapan Lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sri Tjahjono, Mazda Eko (2018)	PENGARUH TATA KELOLA PERUSAHAAN DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan institusional • Proporsi dewan komisaris independent • Ukuran komite audit • Kinerja lingkungan <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p>	<p>Kepemilikan Institusional dan ukuran komite audit Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan Proporsi dewan komisaris dan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan</p>
2	Rico Asrizon, Rina Asmeri, Yuli Ardiany (2021)	PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Lingkungan • Pengungkapan Lingkungan <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p>	<p>Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan</p>

3	Pratama M, Purnamawati I, Sayekti Y (2020)	ANALISIS PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja lingkungan • pengungkapan dimensi ekonomi • pengungkapan dimensi lingkungan • pengungkapan dimensi sosial <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p>	Kinerja lingkungan, Pengungkapan, pengungkapan dimensi lingkungan, pengungkapan dimensi sosial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pengungkapan dimensi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan
4	Fransiskus E. Daromes (2020)	PERAN MEDIASI PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN PADA PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja lingkungan • Pengungkapan lingkungan <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p>	Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Lingkungan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

5	Desirianingsih Haryati Parastri (2013)	HUBUNGAN ANTARA KINERJA LINGKUNGAN DAN LUAS PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN DENGAN KINERJA KEUANGAN	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Lingkungan • Luas Pengungkapan Lingkungan <p>Dependen: Kinerja Keuangan</p>	Kinerja Lingkungan dan Luas Pengungkapan Lingkungan tidak Berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan
6	Dyah Hayu Pradipta, Anna Purwaningsih (2016)	PENGARUH LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC), DENGAN UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL KONTROL	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial • Lingkungan perusahaan • Ukuran Perusahaan • leverage <p>Dependen: Earning Response Coefficient (ERC)</p>	Ditemukan bahwa variabel independen dan kontrol yang terkait berpengaruh negatif terhadap ERC

7	Auliyana Adita Fatma	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN GO PUBLIC PESERTA PROPER	<p>Independen: Pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan</p> <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kepemilikan manajerial • efektivitas pengawasan • biaya sosial <p>Intervening: kinerja lingkungan</p>	Variabel kepemilikan manajerial, efektivitas pengawasan, biaya sosial dan kinerja lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.
---	-------------------------	--	--	--