BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah (Deegan, 2002). O'Donovan (2002) mengemukakan teori legitimasi sebagai gagasan bahwa agar suatu organisasi untuk terus beroperasi dengan sukses, organisasi harus bertindak dengan cara yang diterima masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut, perusahaan secara berkelanjutan harus memastikan apakah dalam beroperasi perusahaan telah mentaati norma-norma yang dijunjung oleh masyarakat atau dengan kata lain beroperasinya perusahaan sesuai dengan izin masyarakat. Izin dari masyarakat ini tidak bersifat tetap, sehingga perusahaan harus bisa beradaptasi bilamana terjadi perubahan terhadap tuntutan dan keingan dari masyarakat (Adhipradana, 2013).

Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Masih dalam

Ghozali dan Chariri (2007) dibuktikan bahwa teori legitimasi didasari oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi. Kontrak sosial ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitmasi, karena legitimasi merupakan hal yang bermanfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Lindblom (1994) dalam Ghozali dan Chariri (2007))

Agar terhindar dari ancaman hilangnya legitimasi dari masyarakat, perusahaan harus dapat mendeteksi kemungkinan-kemungkinan terjadinya perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat (*legitimacy gap)*. *Legitimacy gap* menurut Wartol dan Mahon (1994) dalam Ghozali dan Chariri (2007) dapat terjadi karena tiga alasan:

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah;
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah;
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Saat aktivitas perusahaan mulai berbeda dengan keinginan masyarakat, perusahaan harus cepat menyesuaikannya kembali. Cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan pengungkapan TBL, karena dengan adanya

pengungkapan TBL ini, bilamana masyarakat menemukan hal yang tidak sesuai dengan nilai yang dianut, maka masyarakat akan cepat merespon dan perusahaan dapat segera menyesuaikan kembali sesuai keinginan masyarakat.

2.1.2 Teori Agensi

Teori agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara prinsipal dan agen yang terdapat dalam perusahaan. Anthony dan Govindarajan (2008) menyatakan bahwa konsep teori agensi adalah hubungan atau kontrak yang terjadi antara prinsipal dan agen. Prinsipal selaku pemilik perusahan memberikan otoritas kepada agen untuk menjalankan perusahaan. Pada perusahaan *go public*, prinsipal merupakan para pemegang saham perusahaan dan CEO bertindak sebagai agen.

Dalam praktiknya, antara prinsipal dan agen masing-masing memiliki kepentingan yang berbeda satu dan lainnya. Menurut Eisenhardt (1989) salah satu sifat dasar manusia, yaitu manusia pada umunya mementingkan diri sendiri (*self interest*). Sehingga muncul kepentingan ganda dalam perusahaan. Prinsipal menginginkan agar perusahaan maju, berkembang, dan menghasilkan laba yang tinggi, sehingga deviden yang mereka dapatkan besar. Sedangkan agen menginginkan penghasilan yang sebesar-besarnya bagi diri mereka sendiri.

Oleh karena agen diberikan wewenang untuk mengoperasikan perusahaan, maka agen mempunyai informasi yang lebih banyak tentang perusahaan bila dibandingkan dengan prinsipal. Hal ini yang dapat menimbulkan asimetri informasi antara prinsipal dan agen. Asimetri informasi ini dapat dimanfaatkan agen untuk kepentingan dirinya sendiri. Untuk menghindari adanya konflik

keagenan akibat dari asimetri informasi, maka agen dituntut untuk melakukan pengungkapan.

Teori agensi ini merupakan hal yang melandasi terciptanya *Good Corporate Governance* (GCG). Dengan didasari prinsip *transparency, accountability, responsibility, independency, dan fairness,* GCG dipercayai akan dapat membawa perusahaaan ke arah yang lebih baik.

2.2 Konsep *Triple Bottom Line*

Pengungkapan merupakan suatu hal yang dilakukan perusahaan dalam rangka mempermudah para pengguna laporan keuangan dalam melakukan pertimbangan dan pengambilan keputusan. Hal ini diperkuat oleh Wafa (2002) dalam Subiyantoro dan Hatane (2007) yang menyatakan bahwa salah satu atribut penting dari pengelolaan perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) adalah keberadaan pengungkapan perusahaan (Corporate Disclosure). Seiring dengan terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari *shareholders* kepada *stakeholders* yang telah menjadi penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan (Indrawan, 2011), muncul versi baru dari pengungkapan yang dikenalkan oleh John Elkington, yaitu pengungkapan yang berlandaskan pada tiga dasar utama atau disebut juga *triple bottom line.*

Tiga dasar utama dalam *triple bottom line,* yaitu ekonomi (*profit*), sosial *(people),* dan lingkungan *(planet). Profit* menjelaskan bagaimana kondisi dan kinerja keuangan dari perusahaan. *People* menjelaskan bagaimana perusahaan memerlakukan orang-orang yang berkaitan dengan perusahaan, seperti karyawan, konsumen, *supplier,* dan masyarakat sekitar. Sedangkan *planet* menjelaskan

aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sekitar. *Profit, people,* dan *planet* saling berkaitan dan menjadi dasar untuk terciptanya perusahaan yang berkelanjutan.

Adanya faktor *people* dan *planet* menjadi hal yang membedakan antara pengungkapan TBL dengan pengungkapan yang sebelumnya hanya berfokus pada kinerja keuangan saja. *Profit* sebelumnya memang sudah dikenal menjadi faktor penting yang diungkapkan perusahaan bagi para *shareholders* melalui catatan atas laporan keuangan. Namun seiring dengan bergesernya orientasi dari *shareholders* ke *stakeholders* dikarenakan perusahaan semakin sadar mereka merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, maka *people* dan *planet* ikut serta dituntut oleh para *stakeholders* untuk melengkapi pengungkapan ekonomi yang dilakukan perusahaan. Pengungkapan TBL inilah yang menjadi jawaban atas tuntutan para *stakeholders* tersebut.

Menurut *Australian Capital Territory* (ACT) (2011) TBL mempunyai prinsip dan karakteristik sebagai berikut:

1. Ruang lingkup dan fokus yang lebih luas (*broader scope and focus)*

   Fokus TBL dalam ruang lingkup pengukuran, pelaporan, dan pengambilan keputusan lebih luas dibandingkan dengan dimensi ekonomi dan keuangan saja, serta mencari penggabungan dimensi sosial dan lingkungan ke dalam kerangka kerja.

2. Transparansi (*transparency)*

   Perusahaan berkewajiban untuk transparan dalam hal keputusan dan aktivitas mereka, serta dampaknya, di luar bidang keuangan, khususnya dampak sosial dan lingkungan, harus diungkapkan kepada masyarakat.

3. Akuntabilitas (*accountability)*

   Perusahaan harus dapat bertanggung jawab atas sumber daya, yaitu sumber daya manusia dan alam, yang mereka gunakan dalam menyediakan produk ke masyarakat. Pertanggungjawaban ini juga diperluas untuk generasi mendatang berkenaan dengan ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan.

4. Perencanaan dan operasi terintegrasi (*integrated planning and operations*)

   Dalam mewujudkan ekonomi yang berhasil, lingkungan yang berkualitas, dan sosial yang sejahtera dibutuhkan cerminan dari ketiga dimensi tersebut dalam perencanaan strategis perusahaan, hal tersebut dalam pengaplikasiannya perlu dihubungkan dengan pengambilan keputusan, kebijakan operasional, sistem manajemen, dan proses pelaporan. Kesimpulannya, proses inti perlu dibuat untuk mengetahui dampak multi dimensi dari keputusan dan aktivitas perusahaan.

Pengungkapan TBL dapat menjadi cara yang inovatif bagi para eksekutif dan perusahaan untuk menemukan jalan menuju konsep berkelanjutan yang menguntungkan masa depan di era akuntabilitas lingkungan dan sosial (Zu, 2009). Bentuk nyata kegiatan perusahaan yang berdasarkan konsep TBL dapat terlihat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Selain itu pula dapat terlihat di dalam *sustainability report* yang dibuat oleh perusahaan. Suartana

(2010) mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan bukan merupakan alat impresi manajemen semata, tetapi jauh lebih dari itu merupakan investasi jangka panjang perusahaan yang memampukan profitabilitas dan keberlanjutan perusahaan.

2.3 *Good Corporate Governance*

Corporate governance adalah suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan dalam rangka meningkatkan tingkat efisiensi ekonomis perusahaan. Hal-hal yang diatur dalam *corporate governance* adalah hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka (Isgiyarta dan Triatiarini, 2005).

Good Corporate Governance (GCG) adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan (FCGI, 2010).

Prinsip-prinsip pokok agar tercipta GCG dalam perusahaan seperti yang tercantum dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) (2006) adalah :

1. Transparasi (*Transparency*)

   Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus

menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh *stakeholder*.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

   Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Akuntabilitas merupakan persyaratan yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

   Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen.*

4. Independensi (*Independency*)

   Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

   Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

KNKG menjelaskan bahwa *corporate governance* merupakan acuan bagi perusahaan dalam rangka:

1. Mendorong tercapainya kesinambungan perusahaan melalui pengelolaan yang didasarkan pada asas transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan.

2. Mendorong pemberdayaan fungsi dan kemandirian masing-masing organ perusahaan, yaituh dewan komisaris, direksi, dan Rapat Umum Pemegang Saham.
3. Mendorong pemegang saham, anggota dewan komisaris, dan anggota direksi agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakannya dilandasi oleh nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan.
4. Mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan.
5. Mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.
6. Meningkatkan daya saing perusahaan secara nasional maupun internasional, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar yang dapat mendorong arus investasi dan pertumbuhan ekonomi nasional yang berkesinambungan.

Menurut Siswantaya (2007) sasaran utama *good corporate governance* adalah:

1. Secara internal yaitu adanya sistem dan struktur yang menjamin berjalannya fungsi dari organ-organ perusahaan (RUPS, komisaris dan direksi) secara seimbang. Hal ini berkaitan dengan masalah tersebut antara lain, adanya pemenuhan hak-hak pemegang saham secara adil, pengendalian yang efektif oleh dewan komisaris, serta pengelolaan perusahaan yang transparan dan bertanggung jawab oleh direksi.

2. Secara eksternal menyangkut pemenuhan tanggung jawab perusahaan kepada para pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Hal ini terkait dengan bagaimana perusahaan mengakomodasi kepentingan pihak-pihak tersebut termasuk pemenuhan kewajiban perusahaan untuk taat kepada peraturan yang ada.

2.3.1 Independensi Dewan Komisaris

Komisaris independen merupakan pihak yang tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota Direksi dan Dewan Komisaris, serta dengan perusahaan itu sendiri (KNKG, 2006). Keberadaan komisaris independen diatur dalam peraturan BAPEPAM No: KEP-315/BEJ/06-2000 yang disempurnakan dengan surat keputusan No: KEP-339/BEJ/072001 yang menyatakan bahwa setiap perusahaan publik harus membentuk komisaris independen yang anggotanya paling sedikit 30% dari jumlah keseluruhan anggota dewan komisaris. Adanya dewan komisaris independen akan membuat kinerja dewan komisaris dalam melakukan pengawasan akan lebih efektif.

2.3.2 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak- pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, dan institusi lainnya (Tamba, 2011). Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer (Rustiarini, 2011). Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme pengawasan yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan

investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan kecurangan yang dilakukan oleh manajer.

2.3.3 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Etha, 2010 dalam Tamba, 2011). Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh asing biasanya lebih sering menghadapi masalah asimetri informasi dikarenakan hambatan geografis dan bahasa. Untuk mengatasi masalah tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih luas agar kebutuhan pihak asing akan informasi yang lengkap terpenuhi.

2.3.4 Kualitas Audit

Dalam menegakkan prinsip GCG keterlibatan akuntan eksternal yang menjalankan fungsi sebagai auditor memainkan peranan yang penting karena auditor bertugas memverifikasi kewajaran berbagai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan (Arifin, 2005). Laporan perusahaan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) *big four* dipercayai lebih berkualitas dibandingkan dengan laporan keuangan yang diaudit oleh KAP *non-big four.*

2.4 Umur Perusahaan

Menurut Poerwadarminta (2003) definisi umur adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan). Nugroho (2012) dalam Kusnia (2013) mendefinisikan umur perusahaan sebagai awal perusahaan melakukan aktivitas operasional hingga dapat mempertahankan *going concern* perusahaan tersebut atau mempertahankan eksistensi dalam dunia bisnis. Hal ini selaras dengan

penelitian Widiastuti (2002) dalam Nofandrilla (2008) yang menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing.

Umur perusahan akan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan bisnisnya dan terus melakukan aktivitas operasi. Berkaitan dengan teori legitimasi akan adanya kontrak sosial dengan masyarakat, maka perusahaan yang berumur lebih panjang berarti telah mampu mengikuti apa yang berlaku di dalam masyarakat.

Menurut Adizes (1989) dalam Raharja (2010) ada tiga tahapan dalam siklus perusahaan, *growing ages atau* pertumbuhan, *coming of age* yang meliputi kedewasaan dan masa puncak, dan *aging organizations* atau masa penurunan. Semakin lama umur akan berbanding lurus dengan tingkat *maturity* suatu perusahaan. Dengan umur yang lebih lama perusahaan akan lebih *mature* dan mempunyai lebih banyak pengalaman dalam mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih sedikit umurnya.

2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat memengaruhi luas pengungkapan informasi perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil (Adhipradana, 2013). Hal ini dikarenakan perusahaan besar umumnya mempunyai sumber daya yang lebih besar dan *modern* dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar dengan sumber daya yang dimilikinya mempunyai biaya informasi yang rendah, kompleksitas dan dasar kepemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil sehingga

perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas (Suryono dan Prastiwi, 2011).

Longenecker (2001) mengemukakan bahwa terdapat banyak cara untuk mendefinisikan ukuran perusahaan, yaitu dengan menggunakan berbagai kriteria, seperti jumlah karyawan, volume penjualan, dan nilai aktiva atau aset. Aset adalah manfaat ekonomi dimasa depan yang mungkin diperoleh di masa depan, atau dikendalikan oleh perusahaan tertentu sebagai hasil transaksi atau kejadian masa lalu (Kieso, et al.,2008). Total aset adalah kesuluruhan aset yang dimiliki perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2008). Sehingga total aset yang dimililki perusahaan akan mencerminkan besarnya perusahaan

2.6 Penelitian Terdahulu

Ho dan Taylor (2007) meneliti tentang pengungkapan TBL antara Amerika Serikat dan Jepang dengan 60 item pengungkapan. Dengan variabel independen yaitu *size*, profitabilitas, likuiditas, keanggotaan industri. Hasilnya, pengungkapan TBL lebih tinggi di Jepang dibandingkan di Amerika Serikat. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar, profitabilitas dan likuiditas yang rendah, serta yang mempunyai keanggotaan industri mempunyai pengungkapan TBL yang lebih luas.

Utami (2010) mengubah objek penelitian yaitu hanya untuk perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Dengan variabel independen antar lain ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan. Dengan variabel-variabel tersebut

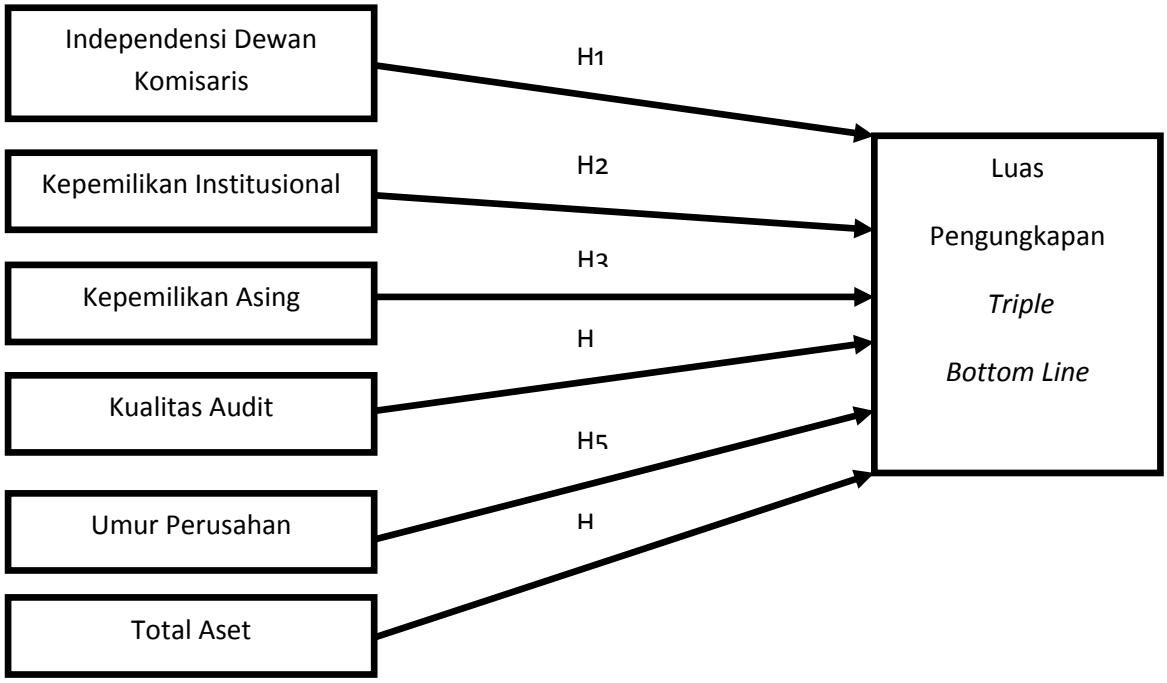
Utami (2010) menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan, dewan komisaris, kepemilikan instusional, umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hanya kepemilikan asing yang tak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR terhadap perusahaan *real estate* dan *property* di Indonesia.

Aulia dan Kartawijaya (2011) mengubah paradigma penelitian dengan tidak hanya meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi menambah dengan pengungkapan ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan objek penelitian perusahaan di Jepang dan Indonesia. Variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, likuiditas, kepemilikan asing, *corporate governance*, jenis industri, ddan negara. Hasil penelitian ini adalah hanya ukuran perusahaan dan likuiditas dan jenis industri yang secara signifikan memengaruhi pengungkapan TBL.

Nugroho (2013) melakukan penelitian mengenai pengungkapan *triple bottom line* dengan variabel independen yang digunakan yaitu karakteristik perusahaan (*leverage,* profitabilitas, likuiditas, dan jenis industry), struktur kepemilikan (asing, manajemen, dan institusional), dan *good corporate governance* (ukuran dewan komisaris dan ukuran komite audit), serta menambahkan variabel kontrol penjualan dan total karyawan. Hasil penelitian ini adalah variabel *leverage*, jenis industri, ukuran dewan komisaris, dan komite audit yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *triple bottom line* oleh perusahaan. Faktor-faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti profitabilitas, liquiditas, kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *triple bottom line* oleh perusahaan.

2.7 Model Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka terbentuk model bagi penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1

Model Penelitian

2.8 Hipotesis

2.8.1 Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Seperti diungkapkan Pound (1995) dalam Suhardjanto (2010), peran utama dewan komisaris adalah terkait dengan fungsi kontrol dan pengawasan. Komisaris independen khususnya, dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal, mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasehat kepada manajemen.

Keberadaan komisaris independen dapat meredam pengambilan keputusan dewan komisaris yang bersifat subjektif. Sebagai pihak yang independen, mereka akan mendorong anggota dewan komisaris lain untuk melakukan tugas pengawasan lebih baik lagi. Hal tersebut dilakukan agar dapat melindungi seluruh *stakeholders* dari tindakan *agent* yang menyimpang. Jika pengawasan telah dilakukan dengan efektif, maka pengelolaan perusahaan akan dilakukan dengan baik pula, dan manajemen akan mengungkapkan semua informasi yang ada, termasuk pengungkapan yang bersifat sukarela. Hal ini sejalan dengan Webb (2004) dalam Said, et al (2009) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan pengungkapan lebih luas mempunyai anggota dewan komisaris lebih banyak dibandingkan yang tidak.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H_1: Independensi dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line.*

2.8.2 Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Kepemilikan institusional dinilai memiliki peranan yang penting dalam sebuah perusahaan. Disamping sebagai salah satu sumber dana perusahaan, investor institusional ikut aktif dalam mengawasi efektivitas dan efisiensi pengelolaan perusahaan (Sari et al., 2010). Investor institusional akan mendorong kinerja tanggung jawab sosial perusahaan dengan maksud meningkatkan kinerja *financial* jangka panjang, menjaga reputasi, serta mendapatkan legitimasi sosial.

Menurut Oktaviana (2009) dalam Yunita (2012), semakin tingginya jumlah investor institusional, maka akan terdapat peningkatan insentif bagi perusahaan untuk berperan aktif dalam *corporate governance*, termasuk dalam hal

pengungkapan. Hal ini selaras dengan Soliman et al., (2012) yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara kepemilikan institusional terhadap pengungkapan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H_2: Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

2.8.3 Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Perusahaan dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Sari et al., 2010). Pengungkapan merupakan salah satu cara untuk menunjukan kredibilitas perusahaan di mata *stakeholders.*

Selain itu, pengungkapan juga menjadi alat untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dan pihak asing terkait perbedaan geografis dan bahasa. Oleh sebab itu perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar akan terdorong untuk melaporkan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan luas (Xiao et al., 2004). Rustarini (2010) menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif pada pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Hal ini didukung oleh (Sari et al., 2010) dan Tamba (2012).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H_3: Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

2.8.4 Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Laporan yang diaudit oleh KAP besar dipercayai akan lebih berkualitas dibandingkan dengan laporan yang diaudit oleh KAP kecil. Laporan yang berkualitas akan menarik minat investor dan juga memenuhi keinginan *stakeholders* untuk mendapatkan laporan menggambarkan keadaan perusahaan yang sebenarnya, tanpa manipulasi dari pihak manajerial.

Penelitian Wijaya (2009) dalam Yunita (2009) menunjukkan bahwa KAP besar sudah dikenal masyarakat luas memiliki reputasi yang baik, memiliki sumber daya yang lebih berkualitas dan lebih ahli dalam mengidentifikasi kesalahan akuntansi yang terjadi oleh karena itu dalam melakukan audit mereka akan lebih berhati-hati dan akan mengungkapkan informasi secara lebih luas dan transparan. Penelitian Nuryaman (2008) menyatakan bahwa kualitas audit memiliki pengaruh terhadap pengungkapan sukarela. Hal ini didukung oleh Hapsoro (2012) yang menyatakan ada hubungan positif dari kualitas audit terhadap pengungkapan sukarela perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H_4: Kualitas audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line*

2.8.5 Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Gumanti (2000) menyatakan bahwa perusahaan yang telah lama berdiri, kemungkinan sudah banyak pengalaman yang diperolehnya. Dengan semakin banyak pengalaman yang dimiliki, perusahaan akan lebih mahir dalam mengungkapan hal-hal yang diinginkan *stakeholders*.

Djoko Sutanto (1992) dalam Yularto dan Chariri (2003) menyatakan semakin panjang umur perusahaan akan memberikan pengungkapan yang lebih luas

dibandingkan dengan perusahaan yang lebih pendek umurnya dengan alasan perusahaan tersebut mempunyai pengalaman lebih dalam pengungkapan laporan tahunan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ansah (2000) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H_5: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line.*

2.8.6 Total Aset Terhadap Pengungkapan *Triple Bottom Line*

Secara teoritis, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas (Cowen *et al.*, 1987 dalam Sembiring, 2005). Hal ini sejalan dengan Ulum (2009) yang mengatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak perusahaan akan mengungkapkan informasi di dalam laporan tahunannya.

Total aset menjadi salah satu indikator penentu besarnya ukuran perusahaan. Semakin besar aset yang dimilik perusahaan, maka para *stakeholders* akan tertarik untuk mengetahui bagaimana dan apa hasil dari pemanfaatan aset tersebut, karena dengan semakin besar aset, maka aktivitas perusahaan akan semakin banyak dan akan berdampak lebih besar pula dalam hal sosial dan lingkungan. Sehingga perusahaan akan berusaha mengungkapkan kinerja mereka seluas-luasnya memenuhi keinginan para *stakeholders.*

Selain itu dalam melakukan pengungkapan pasti membutuhkan biaya dan semakin besar aset perusahaan akan membuat perusahaan lebih leluasa melakukan pengungkapan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H_6: Total aset berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Triple Bottom Line.*