

**ANTESEDEN PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP *IMAGE* PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia)**

**Nurna Aziza**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu*

**ABSTRACT**

*This study aims to test models of the antecedents of environmental disclosure and effect environmental disclosure on corporate image, is to analyze the factors to be driving to the disclosure of environmental management and the consequences for the management of the company after the disclosure environment. Analysis of the factors to be driving to the disclosure of environmental management include: stakeholders force, environmental regulation (command-and-control regulation and voluntary normative regulation) and environment commitment.*

*The research was based on the Theory of Legitimacy. The data was collected through questionnaires in accounting and department director in charge of the environment or the manufacturing company that went public in Indonesia Stock Exchange as many as 149 companies. Data of financial statements and annual report are also used to study the environmental disclosure and financial performance. The 447 questionnaires distributed, 141 which can be used in the analysis with a response rate of 31.54%. Data analysis using structural equation models with the help of the program AMOS version 20/IBM.*

*Test results showed that stakeholders force does not have a positive in the environmental disclosure, environmental regulation (command-and-control regulation and voluntary normative regulation) does not have a positive effect on environmental disclosure and environment commitment has a positive effect on environmental disclosure. Disclosure environment has a positive effect on corporate image.*

**Keywords:** *Environmental Disclosure, Stakeholders Force, Environmental Regulation, Environmental Commitment, and Corporate Image.*

**PENDAHULUAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor yang mendorong manajemen untuk memutuskan pengungkapan informasi lingkungan (sebagai anteseden pengungkapan informasi lingkungan) meliputi *stakeholders force*, regulasi lingkungan, komitmen lingkungan, serta menguji pengaruh pengungkapan informasi lingkungan terhadap *image* perusahaan.

*Corporate Environmental Responsibility* (CER) adalah bentuk perhatian perusahaan terhadap masalah lingkungan dengan cara melakukan pengungkapan lingkungan pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Pengungkapan tersebut adalah informasi bagi *stakeholders* untuk menilai apakah aktivitas perusahaan berorientasi pada pelestarian lingkungan, yang pada akhirnya perusahaan memperoleh legitimasi.

Pengungkapan informasi lingkungan di dalam laporan tahunan merupakan sesuatu yang masih bersifat *voluntary* (sukarela), sehingga perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan atau tidak tergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Selain itu, Regulasi di Indonesia mengenai kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan beserta laporannya berdasar pada Undang-Undang No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 dan pasal 66 ayat 2 serta keputusan Bapepam LK No. 134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten dan Perusahaan Publik. Regulasi tersebut tidak menjelaskan isi dan format uraian, tetapi diserahkan sepenuhnya kepada perusahaan, yang berarti dapat menyulitkan publik dalam

mengevaluasi dan membandingkan pelaksanaan CER antar perusahaan dan menjadi penyebab lemahnya pengungkapan aktivitas perusahaan yang berorientasi lingkungan. Ditambah lagi, tidak satupun IFRS atau PSAK (standar akuntansi di Indonesia) mengharuskan pengungkapan lingkungan (Porter, Brown, Purushothaman dan Scharl, 2006).

Penelitian terdahulu menguji luasnya pengungkapan lingkungan terhadap kinerja lingkungan dan kinerja keuangan menunjukkan temuan yang saling bertentangan (seperti Wiseman (1982); Freedman dan Wasley (1990); Patten (2002); Al-Tuwaijri et.al (2004); Pahuja (2009) dan Wu et.al (2010). Namun penelitian terdahulu tidak menguji faktor-faktor yang mendorong manajemen melakukan pengungkapan informasi lingkungan atau sebagai anteseden pengungkapan informasi lingkungan. Serta penelitian terdahulu tidak menguji dampak pengungkapan informasi lingkungan terhadap *image* perusahaan.

Berry dan Rondineli (1998) menyatakan ada beberapa kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan proaktif pada lingkungan yaitu faktor eksternal (kebijakan pemerintah dan tekanan *stakeholders*) dan faktor internal (kemauan/komitmen manajemen untuk melakukan proaktif lingkungan). Menurut Lee dan Hutchison (2005) faktor tersebut adalah faktor sosial (regulasi dan hukum, legitimasi, tekanan publik, publikasi), faktor industri (karakteristik perusahaan, analisis rasio *cost and benefit*) dan faktor individual (budaya dan sikap).

Pengungkapan informasi lingkungan dapat menciptakan *image* perusahaan, dan memperkuat hubungan positif dengan *stakeholders* (Yoon, Gurhan-Canli dan Schwarz, 2006). Semakin tinggi pengungkapan lingkungan, maka semakin tinggi *image* perusahaan yang sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan.

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Beberapa studi tentang pengungkapan lingkungan (dan sosial) telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis dalam menjelaskan praktik pengungkapan lingkungan perusahaan (Patten, 1992; Guthrie dan Parker, 1989). Legitimasi merupakan suatu keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Hearit (1995) menyatakan organisasi memungkinkan untuk menarik sumberdaya yang diperlukan untuk kelangsungan hidup (*survival*). Meyer dan Rowan (1977) berargumen:

*Organisations intergrate socially-legitimated rational element in their formal structure in order to maximise their resources and survival capabilities, independent of their productive efficiency, organisations which exist in highly elaborated institutional environments and succeed in becoming isomorphic with these environments gain the legitimacy and resources needed to survive.*

Legitimasi mempertimbangkan sumberdaya dan oleh perusahaan sangat tergantung dengan sumberdaya untuk *survival* (Dowling dan Pfeffer, 1975). Teori legitimasi menyarankan manajer mempertimbangkan persediaan sumberdaya vital agar perusahaan bertahan, kemudian manajer akan mengejar strategi untuk menjamin keberlanjutan persediaan sumberdaya (Deegan, 2002). Terkait dengan legitimasi, strategi meliputi mentargetkan pengungkapan, mengendalikan atau kolaborasi dengan pihak lain yang juga mempertimbangkan legitimasi (Oliver, 1990; Fiedler dan Deegan, 2002). Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup (O'Donovan, 2002; Dowling dan Pfeffer, 1975).

Davis (1973) menyatakan kelangsungan hidup bisnis ditentukan oleh asumsi bahwa bisnis tetap ada jika melakukan jasa yang bermanfaat bagi masyarakat. Sethi (1974) menyatakan bahwa peran perusahaan dalam dinamika masyarakat harus berkembang secara

konstan untuk terbiasa menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan harapan masyarakat. Selanjutnya, Sethi (1974) menyatakan bahwa:

*It is a fallacy that business can prosper—or, indeed, even exist—without regard to broader social concerns. Nor will the dominant social concerns always be economic ones. The separation of economic enterprise from the larger social and political purpose of natural life is impossible when there is no space for separation.*

Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut Gray *et. al.* (1996):

*... a systems-oriented view of the organisation and society... permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship(s) between organisations, the State, individuals and groups.*

Deegan (2002) menyatakan:

*Within a systems-oriented perspective, the entity is assumed to be influenced by, and in turn to have influence upon, the society in which it operates. Corporate disclosure policies are considered to represent one important means by which management can influence external perceptions about their organisation.*

Definisi di atas, mencoba menggeserkan secara tegas perspektif perusahaan ke arah *stakeholders orientation (society)*. Batasan tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi perusahaan merupakan arah implikasi orientasi pertanggungjawaban perusahaan yang lebih menitikberatkan pada *stakeholders perspective* (masyarakat dalam arti luas).

Deegan, Robin dan Tobin (2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Mathew (1993) memberikan definisi yang baik dari legitimasi:

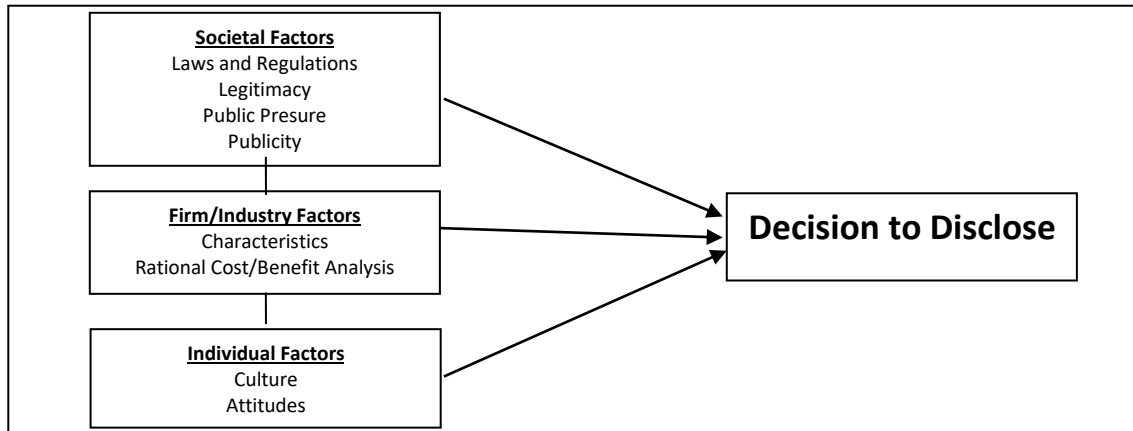
*Organisations seek to establish congruence between the social values associated with or implied by their activities and the norms of acceptable behaviour in the larger social systems in which they are a part. In so far as these two value systems are congruent we can speak of organisational legitimacy. When an actual or potential disparity exists between the two value systems there will exist a threat to organisational legitimacy.*

Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Lindblom, 1994; Dowling dan Pfeffer, 1975). Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan "*legitimacy gap*" dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975). Dengan demikian, pengungkapan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan dapat digunakan untuk mengantisipasi atau menghindari tekanan sosial, untuk meningkatkan *image* perusahaan (Gray *et al.*, 1988) atau reputasi perusahaan.

### **Model Penelitian**

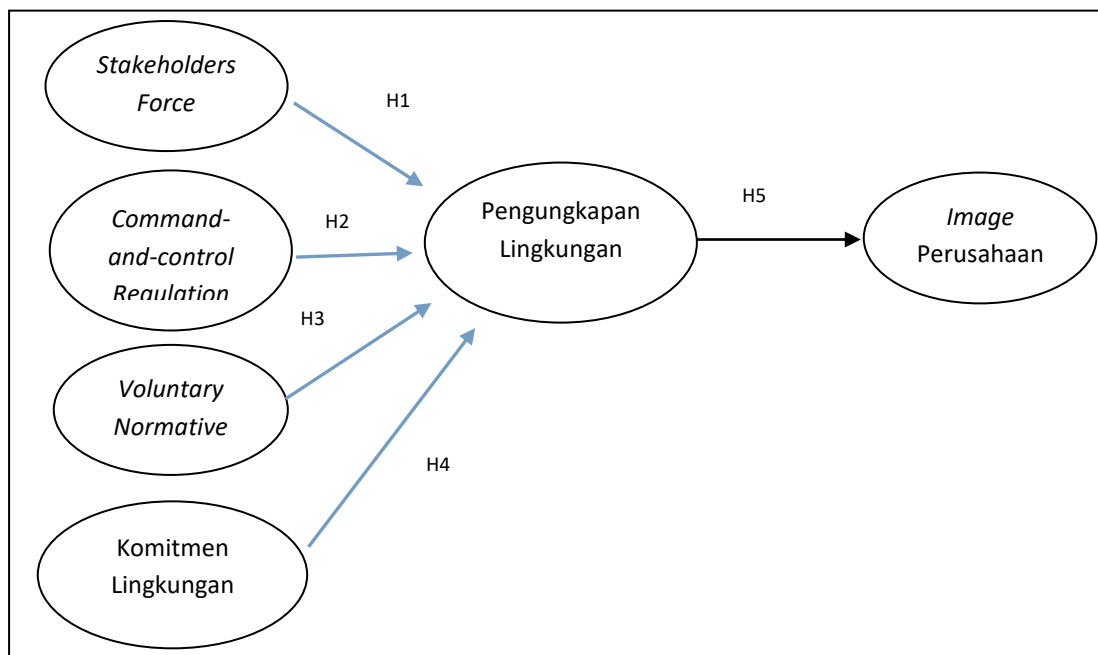
Penelitian ini berlandaskan dari kerangka teoritikal faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk pengungkapan informasi lingkungan yang disarankan oleh Lee dan Hutchison (2005) pada gambar 1.

**Gambar 1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan untuk Pengungkapan Informasi Lingkungan**



Sumber: Lee dan Hutchison (2005)

**Gambar 2 Model Penelitian**



Sumber: Dikembang untuk Penelitian

**Pengembangan Hipotesis**

***Stakeholders Force dan Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosure)***

*Legitimacy theory* (Hongner, 1982; Patten, 1991; 1992; Lindblom, 1994; Hackson dan Milne, 1996) menyatakan bahwa perusahaan menggunakan pengungkapan lingkungan sebagai cara untuk menunjukkan *exposure* pada *stakeholders*. Menurut teori ini, perbedaan luasnya pengungkapan informasi lingkungan merupakan fungsi sistematis dari perbedaan tekanan *stakeholders* yang dihadapi perusahaan. Perubahan dalam tekanan diharapkan mendorong ke arah perubahan dalam luasnya pengungkapan lingkungan. Patten (1992); Deegan dan Rankin (1996); Walden dan Swartz (1997) menyatakan bahwa peningkatan pengungkapan lingkungan karena merespon tekanan *stakeholders*.

Freeman (1983) mendiskusikan dinamika *stakeholders* berpengaruh pada keputusan perusahaan. Peran utama manajemen perusahaan adalah untuk menilai pentingnya mempertemukan tuntutan *stakeholders* dalam rangka meningkatkan tujuan strategi perusahaan, karena *stakeholders* mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi keputusan perusahaan (Kassinis dan Vafeas, 2006). Dengan demikian, *stakeholders* dapat mempengaruhi praktik organisasi dengan menggunakan tekanan tersebut.

*Stakeholders force* merupakan tuntutan informasi mengenai responsibilitas lingkungan perusahaan yang datang dari berbagai pengguna informasi (*stakeholders*) yang memiliki kepentingan berbeda. Investor dan *stakeholders* lainnya menuntut lebih pengungkapan informasi lingkungan perusahaan, karena investor dan *stakeholders* terkait tentang besarnya biaya dan kewajiban yang berkaitan dengan masalah lingkungan (Mastrandonas dan Strife, 1992). Pentingnya masalah lingkungan bagi profesi akuntansi meningkat dengan tuntutan pengungkapan informasi perusahaan tepat waktu, termasuk data lingkungan, dengan tipe *stakeholders* yang berbeda, seperti karyawan, investor, kreditor, regulator, perserikatan, *public-interest group*, dan sebagainya (Lee dan Hutchison, 2005). Informasi lingkungan dapat diinformasikan atau diumumkan ke publik oleh perusahaan, seperti yang dibutuhkan oleh *stakeholders*.

Penelitian yang menginvestigasi pengaruh *stakeholders force* terhadap pengungkapan lingkungan masih sedikit sekali dilakukan khususnya di Indonesia, meskipun terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai tekanan *stakeholders* (*stakeholders pressure*), seperti Kassinis dan Vafeas (2006) menguji hubungan *stakeholders pressure* dengan kinerja lingkungan. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan positif antara *stakeholders pressure* dengan kinerja lingkungan. Huang dan Kung (2010) menguji pengaruh tuntutan pengungkapan informasi lingkungan perusahaan oleh berbagai kelompok *stakeholders*. Sampel penelitian Huang dan Kung (2010) perusahaan Taiwan yang terdaftar di *Taiwan Stock Exchange* dan menemukan bahwa level pengungkapan lingkungan dipengaruhi secara signifikan oleh tuntutan berbagai kelompok *stakeholders*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesis:

H1: *Stakeholders force* berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan.

### ***Regulasi Lingkungan (Environmental Regulation) dan Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosure)***

Perusahaan mematuhi regulasi lingkungan sebagai bentuk pertanggungjawaban (*responsibility*) pada *stakeholders*, dengan cara ramah lingkungan (Hollan dan Boon Foo, 2003). Jaminan tersebut diperlukan perusahaan untuk mengkomunikasikan aktivitas lingkungannya pada *stakeholders*. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya berorientasi untuk memperoleh *profit* namun juga harus berorientasi pada akibat atau dampak dari aktivitas perusahaan yang akan dirasakan oleh masyarakat (*stakeholders*).

Parker (1986) mengindikasikan bahwa perusahaan dapat mengantisipasi intervensi pemerintah dengan pengungkapan lingkungan untuk meningkatkan keberadaan perusahaan dalam masyarakat. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat O'Donovan (2002) dalam teori legitimasi bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan demikian, perusahaan akan mengungkapkan lebih informasi lingkungan untuk meningkatkan legitimasi (Cho dan Patten, 2007; Patten, 2002). Freedman dan Stagliano (1995) menyarankan bahwa peningkatan pengungkapan informasi lingkungan merupakan hasil dari efek regulator.

Penelitian ini mengkaji regulasi lingkungan dengan membedakan dua sifat regulasi lingkungan, yaitu berdasarkan *command-and-control regulation* dan *voluntary normative*. Regulasi lingkungan berdasarkan pada pendekatan *command-and-control* (*command-and-*

*control approach*) secara umum mencakup regulasi mandatori (*mandatory regulation*) sebagai instrumen kebijakan yang paling disukai untuk mempromosikan *environmental protection* (Adrews, 1998). Namun, literatur juga menyatakan bahwa *command-and-control regulation* menghambat inovasi (Sharma, 2001) dan *Command-and-control regulation* menetapkan teknologi daripada solusi lingkungan (Nash dan Ehrenfeld, 1997). Regulasi lingkungan mandatori (*mandatory environmental regulation*) pada umumnya meliputi ketentuan khusus untuk teknologi kontrol polusi, *equipment*, atau *input* (Adrews, 1998).

Literatur mengindikasikan bahwa regulasi lingkungan (*environmental legislation* atau *command-and-control* dan *voluntary normative*) berpotensi untuk mengubah cara berpikir manajemen perusahaan (Buysse dan Verbeke, 2003; Cabugueira, 2004). Berdasarkan *command-and-control regulation*, kebijaksanaan konvensional menyatakan bahwa perusahaan memenuhi standar minimal sesuai dengan peraturan yang berlaku (Arora dan Cason, 1995), artinya bahwa perusahaan melakukan pengungkapan informasi lingkungan dalam *annual reports* sebatas standar minimal sesuai dengan peraturan yang berlaku. Watson dan Emery (2004) menyatakan pendekatan *command-and-control* merupakan *performance-based standards*.

Regulasi lingkungan bersifat *voluntary normative* mendorong strategi lingkungan proaktif, sehingga mendorong ke arah keuntungan kompetitif bagi perusahaan (Sharma, 2001). *Voluntary normative* memberikan perusahaan fleksibilitas dan diadopsi berdasarkan teknik proaktif yang mendorong inovasi (Managi *et. al.*, 2005). Perusahaan dapat berimprovisasi menentukan strategi yang berkaitan dengan lingkungan (Lopez-Gamero, Claver-Cortes dan Molina-Azorin, 2009). Perusahaan dapat secara efektif meningkatkan pemenuhan proteksi lingkungan (*overcomply*). Khanna (2001); Lyon dan Maxwell (1999); Arora dan Cason (1996) juga menyatakan bahwa inisiatif pengungkapan informasi lingkungan dalam *annual reports* lebih bersifat *self-reporting* dari aktivitas lingkungan yang dapat meningkatkan inovasi teknologi dan efisiensi biaya. Dengan demikian, perusahaan akan lebih memenuhi tuntutan *stakeholders* dengan mengungkapkan lebih informasi lingkungan, tanpa membebani perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Regulasi lingkungan yang bersifat *command-and-control regulation* berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan.

H3: Regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative regulation* berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan.

### ***Komitmen Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosure)***

Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Berdasarkan teori legitimasi tersebut, perusahaan berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana perusahaan adalah bagian dari sistem tersebut (Dowling dan Pfeffer, 1975). Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, maka dapat dilihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Untuk memperoleh legitimasi, perusahaan secara aktual melakukan tindakan proaktif yang berkaitan dengan lingkungan. Tindakan perusahaan tersebut merupakan gambaran komitmen perusahaan pada lingkungan (Henriques dan Sadosky, 1999).

Formulasi dari perencanaan lingkungan adalah *outcomes* sederhana dari komunikasi antara berbagai kelompok di dalam dan di luar organisasi (perusahaan). Ketiadaan dokumen bertanda bahwa manajemen lingkungan tidak prioritas dan membiarkan manajemen dan karyawan tidak diberitahu tentang masalah lingkungan dan konsekuensinya (Hunter dan Auster, 1990). Komunikasi tentang masalah lingkungan pada *stakeholders* bertanda penting bahwa perusahaan serius terhadap masalah lingkungan (Henriques dan Sadosky, 1999). Menurut literatur komitmen (Salancik, 1977) menyatakan bahwa "*going public*" *builds commitment*. Dukungan dan kepemimpinan dari level manajer puncak merupakan vital

untuk menjamin pemahaman organisasi dan komitmen terhadap masalah lingkungan (Zhu *et. al.*, 2008). Komitmen merupakan sentralnya untuk mengadopsi program lingkungan baru dan meningkatkan strategi lingkungan organisasi dari waktu ke waktu (Sarkis, Gonzalez-Torre, dan Adenso-Diaz, 2010).

Komitmen manajemen perusahaan terhadap masalah lingkungan terbukti dengan perusahaan mendokumentasikan program lingkungan pada media yang dapat mengkomunikasikan kepada *stakeholders* yaitu pengungkapan informasi lingkungan dalam *annual reports*. Praktik pengungkapan lingkungan memainkan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak lingkungan. Preston dan Post (1975) mengatakan bahwa karena unit bisnis merupakan elemen yang penting dan besar dalam masyarakat, unit tersebut diharapkan terus berinisiatif dan berpartisipasi serta responsif dalam proses pengambilan keputusan lingkungan. Studi Drumwright (1994) menunjukkan bahwa komitmen manajemen terhadap lingkungan menyebabkan *internal political force* yang sangat kuat. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:  
H4: Komitmen lingkungan berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan.

### ***Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosure) dan Image Perusahaan (Corporate Image)***

Konseptualisasi *image* dari perspektif ekonomi/manajemen strategik menjelaskan bahwa *image* dipandang sebagai sebuah sumber, sedangkan perspektif ilmu sosiologi menjelaskan bahwa *image* dipandang sebagai *outcomes* dari kesan-kesan yang dibangun oleh perusahaan (Fombrun dan Van Riel, 1997). Little dan Little (2000) menyatakan *image* sebagai *intangible asset* karena potensial untuk penciptaan nilai.

Perkembangan kerangka riset menunjukkan bahwa *soft asset* perusahaan adalah identitas dan *image*, menggambarkan keuntungan kompetitif yang sangat kuat untuk ditiru (Gardberg dan Fombrun, 2002; Gotsi dan Wilson, 2001; Groenland, 2002). *Image* perusahaan yang baik merupakan nilai strategi bagi perusahaan (Dierickx dan Cool, 1989).

*Image* perusahaan sebagai atribut perusahaan yang mencerminkan luasnya *stakeholders* eksternal melihat perusahaan baik atau buruk terutama berkaitan dengan aktivitas CER (Yoon *et. al.*, 2006). Mengacu pada teori legitimasi, jika perusahaan dapat memberikan nilai-nilai yang bermanfaat bagi *stakeholders*, maka perusahaan akan memperoleh *image* positif dan dapat mempertahankan legitimasi. *Image* perusahaan sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan mempengaruhi hubungan dengan *stakeholders*, membantu perusahaan untuk bertahan dan sukses (Robkob dan Ussahawanitchakit, 2009). *Image* perusahaan sebagai signal berdasarkan kualitas produk perusahaan yang berorientasi lingkungan, dan konsumen berani untuk membayar premium atas produk yang dihasilkan (Shapiro, 1983).

Literatur yang menggambarkan secara sistematis pengaruh pelaporan lingkungan atau pengungkapan lingkungan pada *image* perusahaan masih sedikit (Scott dan Walsham, 2005). Bebbington (2008) menyatakan bahwa penciptaan *image* perusahaan mendorong perusahaan untuk lebih sadar mengelola lingkungan, sehingga akan meningkatkan kuantitas dan kualitas pelaporan lingkungan. Kajian pengungkapan lingkungan berpengaruh positif pada *image* perusahaan mengimplikasikan bahwa pengungkapan lingkungan dalam *annual report* akan mendorong semakin baiknya *image* perusahaan.

Toms (2002) telah melakukan pengujian hubungan antara pengungkapan lingkungan dengan reputasi lingkungan melalui survei empirikal. Hasil pengujian Toms (2002) menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan dalam *annual reports* berkontribusi signifikan pada menciptakan reputasi lingkungan. Arendt dan Brettel (2010) menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap identitas, *image* dan kinerja perusahaan. Temuan Arendt dan Brettel (2010) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh pada proses membentuk *image* dan kesuksesan perusahaan berdasarkan ukuran, industri dan

anggaran pemasaran. Dengan demikian, penelitian ini mengusulkan rumusan hipotesis berikut ini:

H5: Pengungkapan lingkungan berpengaruh positif pada *image* perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer berupa kuesioner untuk variabel *stakeholders force*, regulasi lingkungan (*command-and-control regulation* dan *voluntary normative*), komitmen lingkungan, dan *image* perusahaan. Data sekunder bersumber dari laporan keuangan, laporan tahunan. Data sekunder penelitian berkaitan dengan variabel pengungkapan lingkungan.

### **Populasi, Sampel dan Tehnik Pengumpulan Data**

Populasi penelitian meliputi seluruh perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia, yang sahamnya aktif diperdagangkan. Jumlah perusahaan manufaktur sebanyak 149 perusahaan yang *go public* terdiri dari 19 jenis usaha bersumber dari *Indonesia Capital Market Directory/ICMD (Institute of Economics and Financial Research, 2010)*. Alasan pemilihan satu kelompok industri yaitu pertama, industri manufaktur sebagai populasi dimaksudkan untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri (*industrial effect*). Kedua, sektor manufaktur memiliki jumlah terbesar perusahaan dibandingkan dengan sektor lainnya di Bursa Efek Indonesia. Ketiga, perusahaan manufaktur mempunyai dampak lingkungan yang luas.

Penelitian ini melibatkan semua populasi karena keterbatasan jumlah populasi. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah jumlah kuesioner yang kembali dari responden. Subyek penelitian adalah para direktur akuntansi perusahaan dan departemen atau bagian yang membidangi lingkungan, atau departemen lainnya yang terkait dan relevan dengan data penelitian. Alasan direktur akuntansi dipilih sebagai salah satu subyek penelitian adalah direktur akuntansi merupakan yang berperan dalam menentukan kebijakan pos pengeluaran yang berkaitan dengan program lingkungan perusahaan, dan yang menyusun laporan keuangan termasuk melakukan pengungkapan lingkungan.

Data dikumpulkan dengan metode *survey* melalui kuesioner. Pendistribusian kuesioner kepada responden (Direktur Keuangan/ Direktur Akuntansi, Kepala Divisi yang membidangi lingkungan) dilakukan melalui jasa PT. Pos Indonesia dalam bentuk pelayanan sistem kilat khusus. Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan selama 2 (dua) bulan yaitu awal bulan Maret 2012 sampai dengan akhir bulan April 2012. Sebanyak 447 eksemplar kuesioner disebarkan pada 149 perusahaan manufaktur yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

#### ***Stakeholders Force***

Definisi operasional *stakeholders force* dalam penelitian ini yang mengacu pada definisi Eiadat *et. al.* (2008) adalah sebagai pengaruh tekanan personal atau kelompok yang berhubungan dengan perusahaan yang dirasakan oleh pihak manajemen, yang mana personal atau kelompok tersebut mempunyai dampak langsung maupun tidak langsung dalam menguasai atau memonitor aktivitas perusahaan terutama masalah lingkungan. *Stakeholders force* diukur dengan sembilan item dengan skala Likert tujuh point (1 = sangat tidak kuat sampai pada 7 = sangat kuat) yang diadopsi dari Kassinis dan Vafeas (2006) dan Sarkis *et. al.* (2010).

#### **Regulasi Lingkungan (*Environmental Regulation*)**

Definisi operasional regulasi lingkungan adalah sebagai intervensi pemerintah secara terbuka terhadap masalah lingkungan untuk mendukung dan mengontrol aktivitas



perusahaan yang berlebihan tentang output, kualitas produk, dan untuk mencegah perusahaan menyampaikan laporan yang minim untuk kepentingan *stakeholders*. Regulasi lingkungan terdiri dari *command-and-control regulation* dan *voluntary normatif*. *Command-and-control regulation* didefinisikan sebagai regulasi yang lebih bersifat perintah dan dikontrol oleh peraturan dan standar. Sedangkan *voluntary normatif* didefinisikan sebagai regulasi yang lebih bersifat fleksibel.

Pengukuran variabel regulasi lingkungan (*command-and-control regulation* dan *voluntary normatif*) diadopsi dari Lopez-Gamero, Claver-Cortes, dan Molina-Azorin, (2009a; 2009b) dan dimodifikasi oleh peneliti. Variabel ini diukur dengan skala Likert tujuh point (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 7 = sangat setuju).

### **Komitmen Lingkungan**

Definisi operasional komitmen lingkungan adalah sebagai kemauan perusahaan secara aktual melakukan atau harus melakukan yang berkaitan dengan masalah lingkungan. Komitmen lingkungan diukur dengan skala Likert tujuh point (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 7 = sangat setuju) yang diadopsi dari Henriques dan Sadosky (1999).

### **Pengungkapan Lingkungan (*Environmental Disclosure*)**

Pengungkapan lingkungan (*environmental disclosure*) adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan lingkungan bersumber dari laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2009, yang diukur dengan menggunakan *coding instrument* seperti yang dilakukan oleh Wiseman (1982); Cormier dan Magnan (1999, 2003); dan Al-Tuwaijri, *et. al.*, (2004).

Pengungkapan lingkungan terdiri dari 32 item yang dikelompokkan ke dalam 5 kategori: kategori pengeluaran (*expenditure*) lingkungan dan resiko, regulasi dan hukum, pengurangan polusi, pengungkapan pengembangan berkelanjutan, dan kategori manajemen lingkungan (lampiran I). Kategori pengeluaran (*expenditure*) lingkungan dan resiko meliputi 8 item pengungkapan lingkungan, kategori regulasi dan hukum meliputi 6 item, kategori pengurangan polusi terdiri dari 6 item, kategori pengungkapan pengembangan berkelanjutan terdiri dari 3 item, dan kategori manajemen lingkungan terdiri dari 9 item pengungkapan lingkungan.

Berdasarkan laporan tahunan (*annual report*) setiap perusahaan manufaktur tahun 2009, pengungkapan lingkungan perusahaan dilakukan *rating*. *Rating* didasarkan pada skor nol hingga tiga: tiga untuk item yang menguraikan dengan tegas dalam moneter atau dalam istilah kuantitatif, dua untuk item yang mengurai secara rinci, satu untuk item diuraikan secara umum dan nol untuk tidak mengungkapkan. Skor total dari *rating* akan menjadi total skor pengungkapan lingkungan perusahaan.

Cara me-*rating* pengungkapan lingkungan setiap perusahaan sebagai berikut: jika pengungkapan lingkungan perusahaan masuk item kategori pengeluaran (*expenditure*) lingkungan dan resiko dengan penjelasan secara rinci yang disertai oleh angka moneter (kuantitatif), maka pengungkapan lingkungan untuk kategori tersebut diberi skor 3. Begitu juga untuk kategori selanjutnya (kategori regulasi dan hukum), jika pengungkapan lingkungan perusahaan masuk item kategori regulasi dan hukum, misalkan hanya diuraikan secara umum, maka untuk kategori tersebut diberi skor 1. Atau jika tidak ada pengungkapan lingkungan yang masuk pada kategori tersebut, maka diberi skor 0 (nol), dan seterusnya. Sehingga total skor untuk kelima kategori akan menjadi skor pengungkapan lingkungan perusahaan.

### **Image Perusahaan (*Corporate Image*)**

Definisi operasional *image* perusahaan (*corporate image*) dalam penelitian ini mengacu pada Walker (2010) yaitu sebagai keinginan dari dalam perusahaan untuk memancarkan semua gambaran tentang aktivitas perusahaan kepada pihak *stakeholders* eksternal, sehingga

muncul pikiran, perasaan, kepercayaan, dan kesan tentang perusahaan oleh stakeholders. *Image* perusahaan diukur dengan skala Likert tujuh point yang diadopsi dari Fombrun (1996); Fombrun *et. al.* (2000).

### Tehnik Analisis Data

Tehnik untuk menganalisis data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling/SEM*), dengan program aplikasi *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 17 dan *Analysis of Moment Structure (AMOS)* versi 20 atau IBM.

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, lihat tabel 1 rincian pengiriman dan pengembalian kuesioner.

**Tabel 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner**

Keterangan	Eksemplar	Persentase (%)
Kuesioner yang disebarkan	447	100
Kuesioner yang kembali	148	33,11
Kuesioner yang tidak valid (4 tidak lengkap dan 3 melewati <i>cutoff</i> )	7	1,56
Kuesioner yang dapat digunakan	141	31,54

*Sumber: Data diolah*

Tabel 2 berikut ini menampilkan jumlah pengungkapan lingkungan berdasarkan kelompok perusahaan. Jenis kelompok perusahaan *automotive and allied product* yang melakukan total pengungkapan lingkungan terbanyak yaitu sebanyak 61 item (14,22 persen).

**Tabel 2 Jumlah Pengungkapan Lingkungan Berdasarkan Kelompok Perusahaan**

No.	Kelompok Perusahaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Food and Beverages	47	10,95
2	Tobacco Manufactures	10	2,33
3	Textile Mill Products	18	4,19
4	Apparel and Other Textile Products	20	4,66
5	Lumber and Wood Products	9	2,09
6	Paper and Allied Products	29	6,76
7	Chemical and Allied Products	23	5,36
8	Adhesive	6	1,39
9	Plastics and Glass Products	45	10,48
10	Cement	6	1,39
11	Metal and Allied Products	55	12,82
12	Fabricated Metal Products	0	0
13	Stone, Clay, Glass & Concrete Products	29	6,76
14	Cables	14	3,26
15	Electronic and Office Equipment	18	4,19
16	Automotive and Allied Products	61	14,22
17	Photographic Equipment	3	0,69
18	Pharmaceuticals	28	6,53
19	Consumer Goods	8	1,86

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah menjabat sebagai direktur akuntansi sebanyak 113 responden atau 80,1 %. Direktur keuangan sebanyak 23 responden atau 16,3 % dan responden menjabat sebagai direktur akuntansi dan keuangan sebanyak 5 responden atau 3,5%. Pada penelitian ini, tidak ada responden yang menjabat sebagai kepala departemen bidang lingkungan karena tidak ada departemen yang khusus membidangi

lingkungan. Tabel 3 berikut ini menggambarkan profil responden berdasarkan subyek penelitian.

**Tabel 3 Profil Responden Berdasarkan Subyek Penelitian**

Jabatan	Jumlah	Persentase (%)
Direktur Akuntansi	113	80,1
Direktur Keuangan	23	16,3
Direktur Akuntansi dan Keuangan	5	3,5
Departemen Bidang Lingkungan	0	0
Total	141	100

Sumber: Data diolah, Hasil Output SPSS

Tabel 4 berikut ini ditampilkan deskripsi variabel penelitian merupakan hasil analisis deskriptif tabulasi jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian.

**Tabel 4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel/Dimensi	Kisaran Teoritis	Kisaran Aktual	Total Rata-rata	Standar Deviasi
<i>Stakeholders Force</i>	4 - 28	13 - 25	19,67	3,230
<i>Command-and-control Regulation</i>	3 - 21	9 - 20	15,13	2,516
<i>Voluntary Normative Regulation</i>	3 - 21	11 - 21	15,77	2,468
Komitmen Lingkungan	4 - 28	13 - 28	21,79	3,745
Image Perusahaan	4 - 28	15 - 28	22,89	3,452

Sumber: Data diolah, Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel 4 dari 141 responden menjawab dari keempat butir pernyataan untuk variabel *stakeholders force* menunjukkan kisaran skor aktual yang terletak antara 13 – 25, dengan skor rata-rata 19,67 dan standar deviasi 3,230. Hasil ini menunjukkan rata-rata jawaban responden berada pada posisi kuat. Hasil pengukuran mengindikasikan bahwa rata-rata responden menyatakan adanya tekanan pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang kuat terhadap aktivitas responden (perusahaan) untuk lebih berorientasi lingkungan.

Hasil pengukuran atas seluruh jawaban responden variabel *command-and-control regulation* menunjukkan kisaran aktualnya 9 – 20, dengan rata-rata 15,13 dan standar deviasi 2,516. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada pada posisi setuju. Responden setuju dan merasakan regulasi/peraturan pemerintah yang bersifat perintah dan kontrol untuk tanggung jawab pada lingkungan.

Hasil pengukuran *voluntary normative regulation* kisaran aktualnya 11 – 21, dengan rata-rata 15,77 dan standar deviasi 2,468. Hasil ini menunjukkan rata-rata jawaban responden berada pada posisi setuju. Hasil pengukuran ini mengindikasikan bahwa responden setuju dan merasakan regulasi/peraturan pemerintah yang bersifat *voluntary* untuk tanggung jawab pada lingkungan.

Dengan demikian, *Voluntary normative regulation* lebih dirasakan oleh responden dibanding dengan *command-and-control regulation*, hal ini terbukti dari skor rata-rata jawaban responden *command-and-control regulation* lebih rendah daripada *voluntary normative regulation*. Bukti lainnya adalah jawaban responden untuk kisaran aktual maksimal sama dengan kisaran teoritis maksimal, berarti ada responden sangat setuju dengan regulasi yang bersifat *voluntary normative*.

Hasil pengukuran atas seluruh jawaban responden untuk variabel komitmen lingkungan menunjukkan kisaran sesungguhnya 13 – 28, dengan rata-rata 21,79 dan standar deviasi 3,745. Hasil ini menunjukkan rata-rata jawaban responden berada pada posisi setuju. Berdasarkan skor jawaban responden atas pengukuran komitmen lingkungan menunjukkan bahwa tingkat komitmen lingkungan responden secara aktual untuk melakukan tanggung jawab terhadap masalah lingkungan cukup tinggi.

Kisaran actual variabel *image* perusahaan atas jawaban responden adalah 15 – 28, dengan skor rata-rata 22,89 dan standar deviasi 3,452. Berdasarkan skor jawaban responden atas pengukuran *image* perusahaan menunjukkan bahwa jawaban responden berada di posisi setuju, yang berarti *image* perusahaan cukup tinggi. Responden sangat berupaya untuk memancarkan kesan pada *stakeholders* tentang semua aktivitas perusahaan yang berorientasi lingkungan.

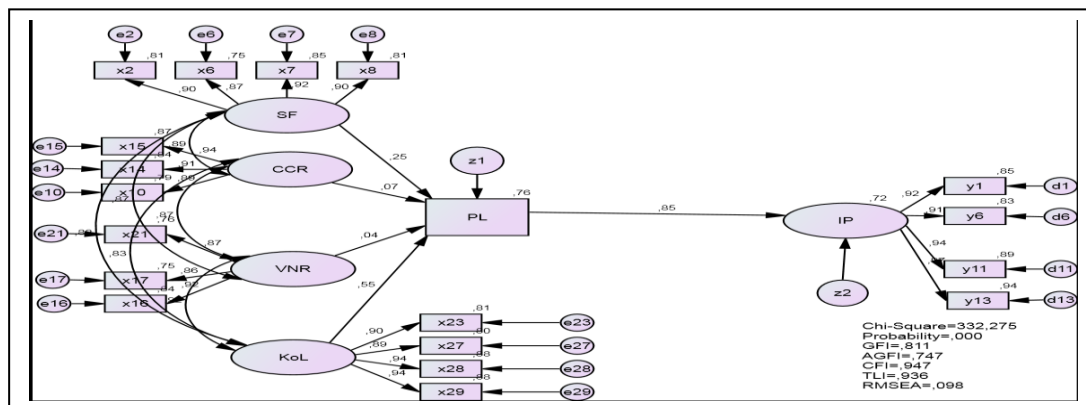
Tabel 5 berikut ini disajikan deskriptif atas data sekunder terkait dengan pengungkapan lingkungan.

**Tabel 5 Statistik Deskriptif Pengungkapan Lingkungan**

Variabel	Minimal	Maksimal	Mean	Standar Deviasi
Pengungkapan Lingkungan	0,00	12,00	3,04	2,69

Sumber: Data diolah, Hasil Output SPSS

Pengungkapan lingkungan menunjukkan nilai total skor minimal sebesar 0,00, skor maksimum = 12,00 dengan nilai rata-rata sebesar 3,04 dan standar deviasi sebesar 2,69. Angka tersebut menunjukkan bahwa rata-rata total skor pengungkapan lingkungan responden (perusahaan) adalah 3,04 dari 32 item yang dikelompokkan ke dalam 5 kategori: kategori pengeluaran (*expenditure*) lingkungan dan resiko, regulasi dan hukum, pengurangan polusi, pengungkapan pengembangan berkelanjutan, dan kategori manajemen lingkungan. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara rata-rata pengungkapan lingkungan perusahaan cukup rendah.



Sumber: Data diolah, Hasil Output AMOS

Evaluasi kecocokan model menunjukkan indeks-indeks yang baik yaitu sebagian besar sesuai yang disyaratkan. Nilai *chi-square* dan probabilitas berada pada tingkatan marginal karena sesuai dengan Ghazali (2011a) bahwa nilai *chi-square* sangat sensitif terhadap besarnya sampel, jika nilai *chi-square* signifikan maka diijurkan untuk mengabaikannya dan melihat ukuran *goodness of fit* lainnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memperhatikan kriteria *fit* lainnya yaitu nilai GFI, AGFI, CFI, TLI dan RMSEA. Nilai indeks-indeks tersebut menunjukkan hasil yang disyaratkan kecuali nilai GFI sebesar 0,811 (marginal) dan AGFI sebesar 0,747 (marginal) yang kurang dari indeks yang disyaratkan yaitu 0,90 dan RMSEA sebesar 0,098 (marginal). Walaupun kriteria GFI, AGFI dan RMSEA memiliki nilai marginal tetapi masih dapat diterima sebagai ukuran model *fit* (Hair *et. al.*, 2010). Namun demikian, nilai indeks yang lain memenuhi indeks yang baik antara lain CFI, TLI. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa model persamaan struktural adalah *fit*.

Langkah selanjutnya adalah analisis terhadap hipotesis penelitian dengan memperhatikan nilai-nilai koefisien regresi (*standardized estimated*), standar error (S.E), *critical ratio* (C.R), dan taraf signifikansi (probabilitas) yang menunjukkan hubungan kausalitas variabel yang dihipotesiskan yang diestimasi dari model persamaan struktural sebagaimana ditunjukkan pada tabel 6 berikut.

**Tabel 6 Hasil Standardized Regresi Persamaan Struktural**

Variabel/ Dimensi Independen	Variabel Dependen	Hipotesis	Arah Hipotesis	Estimasi	C.R	P	Keterangan
SF	PL	H1	+	0,254	1,795	0,073	Tidak Diterima
CCR	PL	H2	+	0,070	0,527	0,599	Tidak Diterima
VNR	PL	H3	+	0,035	0,202	0,840	Tidak Diterima
KoL	PL	H4	+	0,546	3,537	0,000	Diterima
PL	IP	H5	+	0,847	15,287	0,000	Diterima

Sumber: Diolah dari Hasil Output AMOS

Keterangan:

1. SF = Stakeholders Force
2. CCR = Command-and-Control Regulation
3. VNR = Voluntary Normative Regulation
4. KoL = Komitmen Lingkungan
5. PL = Pengungkapan Lingkungan
6. IP = Image Perusahaan
7. Prob. = Signifikansi pada taraf 0,05 (*two-tailed*)

### **Stakeholders Force dan Pengungkapan Lingkungan**

Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa *stakeholders force* tidak berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *stakeholders force* tidak membuat perusahaan terdorong untuk melakukan pengungkapan lingkungan.

Temuan penelitian ini didukung oleh data empiris deskriptif yang telah disajikan pada tabel 4, menunjukkan bahwa total rata-rata jawaban responden untuk *stakeholders force* sebesar 19,67 (skala jawaban 1 sampai dengan 7). Hal ini mengindikasikan bahwa *stakeholders force* yang dirasakan oleh perusahaan cukup tinggi. Demikian pula dengan data deskriptif untuk pengungkapan lingkungan yang mempunyai skor rata-rata sebesar 3,042 dengan standar deviasi sebesar 2,69. Hal ini bermakna bahwa pengungkapan lingkungan perusahaan cukup rendah. Dengan demikian, secara empiris hipotesis ini didukung data penelitian.

Temuan dan konfirmasi data empiris di atas mempunyai makna bahwa adanya *stakeholders force* yang dirasakan oleh perusahaan tidak sebagai pendorong bagi perusahaan untuk respon kebutuhan *stakeholders* yaitu dengan melakukan pengungkapan informasi lingkungan/memberikan informasi operasional perusahaan yang berorientasi lingkungan. Pengungkapan informasi lingkungan meliputi pengungkapan mengenai pengeluaran-pengeluaran yang berkaitan dengan kontrol polusi ataupun lingkungan, pengungkapan denda atau sanksi, pengeluaran untuk pengurangan polusi, pengungkapan pengembangan berkelanjutan dan pengungkapan yang berkaitan dengan manajemen lingkungan.

Jika memperhatikan hasil data deskriptif responden tekanan *stakeholders* yang dirasakan oleh responden (perusahaan) cukup tinggi, namun tidak diiringi oleh kesadaran perusahaan untuk melakukan tanggung jawab lingkungan. Hal ini terbukti bahwa pengungkapan lingkungan perusahaan secara total rata-rata cukup rendah.

Penjelasan tersebut di atas didukung oleh fenomena yang terjadi dari beberapa tahun lalu hingga sekarang, yaitu banyaknya kasus yang membuktikan perusahaan telah mengabaikan tanggung jawab lingkungan, yang berakibat munculnya berbagai masalah yang dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan, sehingga masyarakat menuntut kepada perusahaan untuk perlu melakukan tanggung jawab lingkungan.

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini tidak sejalan dengan *legitimacy theory* (Hongner, 1982; Patten, 1991; 1992; Lindblom, 1994; Hackson dan Milne, 1996) yang menyatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan sebagai cara untuk menunjukkan *exposure* pada *stakeholders*. Perbedaan luasnya pengungkapan informasi lingkungan merupakan fungsi sistematis dari perbedaan tekanan *stakeholders* yang dihadapi

perusahaan. Temuan ini juga sejalan dengan pernyataan Deegan, Robin, dan Tobin (2002) bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Tingginya senjangan legitimasi sebagai akibat ketidaksesuaian antara aktifitas operasi perusahaan terhadap ekspektasi masyarakat, sehingga memunculkan tekanan dari *stakeholders*.

### **Regulasi Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan**

Hipotesis menyatakan bahwa regulasi lingkungan yang bersifat *command-and-control regulation* berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan secara empiris tidak dapat diterima. Hasil ini ditunjukkan oleh hasil pengolahan data yang menunjukkan nilai absolut C.R sebesar 0,527, nilai probabilitas sebesar 0,599, (tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05), dengan standardized koefisien parameter sebesar 0,070. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa regulasi lingkungan yang bersifat *command-and-control regulation* tidak begitu mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan.

Hasil pengujian ini didukung oleh data empiris jawaban responden menunjukkan total rata-rata jawaban responden untuk *command-and-control regulation* sebesar 19,67 dengan skala 1 sampai 7. Rata-rata jawaban responden ini menunjukkan bahwa regulasi/peraturan pemerintah yang bersifat *command-and-control* dapat diterima oleh perusahaan untuk menimbulkan kewajiban lingkungan atau tanggung jawab lingkungan. Sedangkan statistik deskriptif pengungkapan lingkungan mempunyai nilai rata-rata 3,04. Hal ini bermakna bahwa pengungkapan lingkungan perusahaan cukup rendah.

Hipotesis yang menyatakan bahwa regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative regulation* berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan secara empiris tidak dapat diterima. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai absolut C.R sebesar 0,202, nilai probabilitas sebesar 0,840, (tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05), dengan standardized koefisien parameter sebesar 0,035. Temuan ini mengindikasikan bahwa regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative regulation* tidak juga membuat perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan.

Hasil pengujian ini didukung oleh data empiris jawaban responden yaitu data deskriptif aktual total rata-rata jawaban responden untuk *voluntary normative regulation* sebesar 15,13. Total rata-rata jawaban responden ini menunjukkan bahwa regulasi/peraturan pemerintah yang bersifat *voluntary normative* lebih dapat diterima oleh perusahaan dibanding dengan regulasi yang bersifat *command-and-control*, karena nilai rata-rata jawaban responden regulasi yang bersifat *voluntary normative* lebih tinggi daripada regulasi yang bersifat *command-and-control*. Hal ini mengandung makna bahwa regulasi yang bersifat *voluntary normative* lebih dapat memberikan kebebasan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Dengan kata lain, perusahaan merasakan bahwa regulasi yang bersifat *voluntary normative* merupakan suatu kebijakan terhadap pengungkapan lingkungan dan memberi kesempatan kepada perusahaan untuk mencapai pangsa pasar.

Konfirmasi hasil pengujian hipotesis dan dukungan data empiris seperti ditunjukkan di atas mengandung makna bahwa khususnya di Indonesia regulasi lingkungan belum dijadikan sebagai pendorong oleh perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Hal ini terbukti adanya regulasi di Indonesia yang menyebabkan pengungkapan lingkungan bagi perusahaan di Indonesia bersifat kewajiban/*mandatory*, namun isi dan format uraian aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab lingkungan sepenuhnya diserahkan kepada perusahaan atau dengan kata lain pengungkapan lingkungannya masih bersifat sukarela/*voluntary*.

Regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative* lebih disukai oleh perusahaan karena perusahaan merasa regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative* lebih dapat mendorong perusahaan untuk pengungkapan lingkungan dibanding

dengan regulasi lingkungan yang bersifat *command-and-control*. Walaupun demikian, kenyataan menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan hanya sekedar memenuhi regulasi tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sesuai pendapat O'Donovan (2002) dalam teori legitimasi bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan demikian, regulasi lingkungan tidak dapat mendorong perusahaan untuk memperoleh legitimasi yang merupakan sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan melalui pengungkapan lingkungan, sehingga perusahaan dapat bertahan.

### **Komitmen Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan**

Pengujian hipotesis menyatakan bahwa komitmen lingkungan berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan secara empiris terbukti diterima. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa komitmen lingkungan yang tertanam pada perusahaan sangat tinggi mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Atau dengan kata lain, semakin tinggi komitmen lingkungan perusahaan maka semakin tinggi pula perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan.

Konfirmasi dukungan terhadap hipotesis ini didukung oleh data empiris jawaban responden. Data deskriptif aktual total rata-rata jawaban responden untuk komitmen lingkungan dengan skala jawaban 1 sampai dengan 7 sebesar 21,79. Total rata-rata jawaban responden ini menunjukkan bahwa adanya komitmen lingkungan pada perusahaan (responden) yang cukup tinggi, terbukti bahwa perusahaan secara emosional merasa *stakeholders* mempunyai arti penting bagi perusahaan dan perusahaan memiliki dokumen (baik dokumen perencanaan maupun dokumen lainnya yang terkait dengan tanggung jawab lingkungan), sehingga perusahaanpun menginformasikan dokumen tersebut pada *stakeholders* atau dalam bentuk pengungkapan lingkungan.

Sedangkan data deskriptif pengungkapan lingkungan yang memiliki skor rata-rata sebesar 3,04 dengan standar deviasi sebesar 2,69. Hal ini bermakna pengungkapan lingkungan perusahaan cukup rendah. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa walaupun hasil pengujian menunjukkan ada pengaruh positif komitmen lingkungan terhadap pengungkapan lingkungan, kenyataan bahwa pengungkapan lingkungan cukup rendah.

Hasil penelitian ini mengindikasikan secara rata-rata komitmen lingkungan perusahaan cukup tinggi, namun tidak semua perusahaan dengan komitmen tinggi diikuti dengan pengungkapan lingkungan yang tinggi pula. Hal ini terbukti ada beberapa perusahaan saja yang memiliki skor pengungkapan lingkungan cukup tinggi. Seperti kelompok perusahaan *Automotive and Allied products* dengan skor pengungkapan lingkungan sebesar 61 atau 14,22%; *Metal and Allied Products* dengan skor pengungkapan lingkungan sebesar 55 atau 12,82%; *Food and Beverages* dengan skor pengungkapan lingkungan sebesar 47 atau 10,95%; dan *Plastics and Glass Products* dengan skor pengungkapan lingkungan sebesar 45 atau 10,48%. Sedangkan kelompok perusahaan yang lain skor pengungkapan lingkungannya sangat kecil.

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi bahwa perusahaan berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana perusahaan adalah bagian dari sistem tersebut (Dowling dan Pfeffer, 1975). Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, maka dapat dilihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Dengan demikian untuk memperoleh legitimasi, sebaiknya perusahaan dengan sangat sadar berkomitmen untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai tersebut dengan secara aktual berkomitmen untuk melakukan tindakan proaktif lingkungan. Orientasi kegiatan perusahaan sebaiknya bukan hanya untuk mencapai *profit* dan tanggung jawab kepada pemilik, tetapi juga harus

mulai mengarah kepada orientasi ke masyarakat. Karena masyarakat juga merupakan bagian penting di dalam perusahaan.

Temuan ini membuktikan bahwa perusahaan secara aktual atau harus melakukan tindakan yang berkaitan dengan masalah lingkungan merupakan gambaran komitmen perusahaan pada lingkungan sebagaimana yang dinyatakan oleh Henriques dan Sadosky (1999). Temuan ini juga membuktikan argumen Sarkis, Gonzalez-Torre, dan Adenso-Diaz (2010) yang menyatakan bahwa komitmen merupakan sentral untuk mengadopsi program lingkungan baru dan meningkatkan strategi lingkungan perusahaan dari waktu ke waktu. Dukungan dan kepemimpinan dari level manajer puncak merupakan vital untuk menjamin pemahaman dan komitmen perusahaan terhadap masalah lingkungan (Zhu *et. al.*, 2008).

### **Pengungkapan Lingkungan dan *Image* Perusahaan**

Pengujian statistik menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh positif secara signifikan pada *image* perusahaan. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai absolut C.R = 15,287, nilai probabilitas sebesar 0,000 (tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05), dengan standardised koefisien parameter sebesar 0,847. Hal ini berarti variabel pengungkapan lingkungan memberikan kontribusi terhadap *image* perusahaan atau pengungkapan lingkungan dapat memprediksi *image* perusahaan sebesar 84,7%.

Penelusuran lebih lanjut terkait konfirmasi hasil pengujian hipotesis ini juga didukung oleh data deskriptif variabel penelitian menunjukkan bahwa jawaban responden untuk *image* perusahaan pada tingkat total rata-rata 22,89 (skala jawaban 1 sampai dengan 7). Hal ini bermakna bahwa *image* perusahaan cukup tinggi. Demikian juga dengan pengungkapan lingkungan yang memiliki skor rata-rata sebesar 3,042 dengan standar deviasi sebesar 2,69. Hal ini mengandung makna bahwa pengungkapan lingkungan perusahaan cukup rendah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa walaupun hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh pengungkapan lingkungan perusahaan terhadap *image* perusahaan. Bahkan pengungkapan lingkungan sangat besar memberi kontribusi terhadap peningkatan *image* perusahaan yaitu sebesar 84,7%. Namun, kenyataannya ada beberapa perusahaan saja yang melakukan pengungkapan lingkungan cukup tinggi.

Konfirmasi hasil pengujian statistik dan dukungan data empiris seperti ditunjukkan di atas dapat dijelaskan bahwa bagi perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan yang cukup tinggi, menganggap *image* perusahaan sangat penting untuk menjaga nilai perusahaan. Sehingga bila perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan yang buruk akan berdampak negatif sebagai respon buruk dari masyarakat, dan perusahaan berusaha untuk mendapatkan penghargaan di bidang manajemen lingkungan serta selalu merespon apabila terjadi komplain dari masyarakat baik yang melalui surat kabar maupun dari media lainnya.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori legitimasi bahwa jika perusahaan dapat memberikan nilai-nilai yang bermanfaat bagi *stakeholders*, maka perusahaan akan memperoleh *image* positif atau memperoleh legitimasi. *Image* perusahaan sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan mempengaruhi hubungan dengan *stakeholders*, yang membantu perusahaan untuk bertahan dan sukses (Robkob dan Ussahawanitchakit, 2009).

Temuan penelitian ini juga selaras dengan temuan Toms (2002) yang menguji hubungan antara pengungkapan lingkungan dengan reputasi lingkungan. Hasil temuan Toms menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan dalam *annual report* berkontribusi signifikan pada penciptaan reputasi lingkungan.



## **SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN**

### **Simpulan**

*Stakeholders force* tidak berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan (H1). Temuan ini mengindikasikan bahwa adanya *stakeholders force* yang dirasakan oleh perusahaan tidak dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan, karena perusahaan tidak merespon kebutuhan *stakeholders*.

Regulasi lingkungan yang bersifat *command-and-control regulation* tidak berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan (H2). Temuan ini mengindikasikan bahwa regulasi lingkungan yang bersifat *command-and-control regulation* tidak begitu mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan, walaupun dari rata-rata jawaban responden untuk regulasi yang bersifat *command-and-control* dapat diterima oleh perusahaan.

Regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative regulation* tidak berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan (H3). Temuan ini mengindikasikan bahwa regulasi lingkungan yang bersifat *voluntary normative regulation* tidak juga menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan.

Komitmen lingkungan berpengaruh positif pada pengungkapan lingkungan (H4). Temuan ini mengindikasikan bahwa komitmen lingkungan yang tertanam pada perusahaan sangat tinggi mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan

Pengungkapan lingkungan berpengaruh positif pada *image* perusahaan (H5). Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan memperoleh *image* sebagai akibat dari pengungkapan lingkungan yang dilakukan perusahaan.

### **Implikasi Hasil Penelitian**

#### **Implikasi Teoritis**

Bukti empiris penelitian menunjukkan bahwa antededen pengungkapan lingkungan sangat kuat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan. Hanya komitmen lingkungan cukup kuat mempengaruhi pengungkapan lingkungan, kecuali *stakeholders force* dan regulasi lingkungan. Regulasi lingkungan saat ini di Indonesia sudah ada yang dapat mendorong perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan yaitu UU No. 40 Tahun 2007 dan aturan Bapepam No 134/BL/2006, namun belum dijalankan sebaik mungkin. Pengungkapan lingkungan dapat menghasilkan pencapaian *image* perusahaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini, telah menerapkan program lingkungan dalam aktivitas perusahaan, namun masih tarap relatif baru dan dalam skala kecil. Penerapan program lingkungan dalam jangka pendek belum berdampak pada kinerja keuangan karena perusahaan masih membebankan biaya pengeluaran untuk program lingkungan.

Model antededen pengungkapan lingkungan dan dampaknya ini semakin memperkuat teori legitimasi bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat yaitu perusahaan sudah mulai memberikan sesuatu kepada masyarakat melalui program lingkungan yang terwujud dalam pengungkapan lingkungan dan perusahaan juga telah memperoleh sesuatu yang diinginkan dari masyarakat berupa *image*, karena teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat dan merupakan arah implikasi orientasi pertanggungjawaban perusahaan yang lebih menitikberatkan pada *stakeholders perspective*.

#### **Implikasi Kebijakan**

Hasil penelitian ini memberikan masukan bagi regulator untuk dapat menyusun konsep aturan yang lebih bersifat *voluntary normative*, karena perusahaan lebih dapat fleksibel dalam mengeksplor pengungkapan lingkungan perusahaan, sehingga terdorong melakukan pengungkapan lingkungan dan mencapai legitimasinya.

Hasil penelitian ini juga menjadi masukan untuk organisasi profesi yaitu IAI. Dengan adanya hasil penelitian ini, IAI dapat menyusun standar akuntansi yang dapat memperkuat perusahaan/entitas melakukan pengungkapan lingkungan.

### **Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan penelitian selayaknya dipertimbangkan ketika mengevaluasi penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah: 1. Indikator-indikator untuk mengukur setiap variabel yang digunakan dalam penelitian, terutama variabel *stakeholders force*, regulasi lingkungan dan *image* perusahaan disusun berdasarkan beberapa literatur yang terkait dengan variabel tersebut, dan belum ada hasil penelitian lain yang menggunakan indikator-indikator tersebut. Sehingga dari keterbatasan ini, dapat menyebabkan hasil pengujian model kurang baik. 2. Data pengungkapan lingkungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan tahun 2009. Dengan demikian, tidak dapat membandingkan tingkat pengungkapan lingkungan antar tahun.

### **Saran Penelitian Mendatang**

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji kembali indikator-indikator untuk mengukur variabel *stakeholders force*, regulasi lingkungan dan *image* perusahaan dengan pengembangan literatur.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, C.A., Hill, W.Y., dan Roberts, C.B., 1998, Corporate Social Reporting Practices in Western Europe: Legitimizing Corporate Behaviour?, *The British Accounting Review*, Vol. 30, No. 1, pp 1-21.
- Adam, C. A., 2002, Internal Organizational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting Beyond Current Theorizing, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 2.
- Al-Tuwaijri, A. S., T. E. Christensen, dan K. E. Hughes, 2004, The Relations among Environmental Disclosure, Environmental Performance, and Economic Performance: A Simultaneous Equations Approach. *Accounting, Organizations and Society*, No. 29, pp 447-471.
- Anderson, E. W., dan Sullivan, M. W., 1998, The Antecedent and Consequences of Customer Satisfaction for Firms, *Marketing Science*, Vol. 12, pp 125-143.
- Andrews, R, 1998, Environmental Regulation and Business Self-Regulation, *Policy Science*, Vol. 31, pp 177-197.
- Arnold, M., 2001, Walking the Ethical Tightrope, *Marketing*, July 12, pp 17.
- Arora, S., dan T.N. Cason, 1995, An Experiment in Voluntary Environmental Regulation: Participation in EPA's 33/50 Program, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol. 28, No. 3, pp 271-286.
- Arora, S., dan T.N. Cason, 1996, Why do Firms Volunteer to Exceed Environmental Regulation? Understanding Participation in EPA's 33/50 Program, *Land Economics*, Vol. 72, pp 413-432.
- Ashcroft, P. dan Smith, L.M., 2008, Impact of Environmental Regulation on Financial Reporting of Pollution Activity: A Comparative Study of U.S and Canadian Firms. *Research in Accounting Regulation*, Vol. 20, pp 127-153.
- Belkaoui, A., 1976, The Impact of the Disclosure of the Environmental Effects of Organizational Behavior on the Market. *Financial Management*, Vol. 5, No. 4, pp 26-31.
- Berry, A.M., dan Rondinelli, D. A., 1998, Proactive Corporate Environmental Management: A New Industrial Revolution, *Academy of Management Executive*, 12, 2, pp 38-50.
- Berthelot, S., Cormier, D., dan Magnan, M., 2003, Environmental Disclosure Research: Review and Synthesis. *Journal of Accounting Literature*, 22, pp 1-44.
- Bewley, K., dan Li, Y., (2000), Disclosure of Environmental Information by Canadian Manufacturing Companies: A Voluntary Disclosure Perspective., *Advances in Environmental Accounting and Management*, 1, pp 201-226.
- Buysse, K., dan Verbeka, A., 2003, Proactive Environmental Strategies: A Stakeholders Management Perspective, *Strategy Management Journal*, Vol. 24, pp 453-470.
- Cretu, A. E., dan R. J., Brodie, 2007, The Influence of Brand Image and Company Reputation Where

- Manufacturers Market to Small Firms: A Customer Value Perspective, *Industrial Marketing Management*, Vol. 36 (2), pp 230-240.
- Cho, C. H., dan Patten, D. M., 2007, The Role of Environmental Disclosure as Tools of Legitimacy: A Research Note, *Accounting, Organizations and Society* 32, pp 639-647.
- Cormier D., dan M. Magnan, 1999, Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Cost and Benefits, *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 14 (3), pp 429-451.
- Cormier D., dan M. Magnan, 2003, Environmental Reporting Management: A European Perspective, *Journal of Accounting and Public Policy*, 22 (1), pp 43-62.
- Cormier D., M. Magnan, Velthoven, B.V., 2005, Environmental Disclosure Quality in large German Companies: Economic Incentives, Public Pressures or Institutional Conditions? *European Accounting Review*, Vol. 14, No. 1, pp 3-39.
- Cormier D., dan M. Magnan, 2007, The Revisited Contribution of Environmental Reporting to Investors' Valuation of A Firm's Earnings: An International Perspective, *Ecological Economics*, Vol. 62, pp 613-626.
- Davis, K., 1973, The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16, pp 312-322.
- Deegan, C., dan Rankin, M., 1999, The Environmental reporting Expectation Gap: Australian Evidence, *British Accounting Review*, Vol. 31, pp 313-346.
- Deegan, C, 2000, *Financial Accounting Theory*, Rosevill, NSW: McGraw-Hill.
- Deegan, C., 2002, Introduction: the Legitimizing Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 15 (3), pp 282-311.
- Deegan, C., Rankin. M., dan Tobin, J., 2002, An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability*, Vol. 15, No. 3, pp 312-343.
- Dowling, J. dan Pfeffer, J. 1975, Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour. *Pacific Sociological Review*, Vol. 18 (1), pp 122-136.
- Eiadat, Y., Kelly, A., Roche, F., dan Eyadat, H., 2008, Green and Competitive? An Empirical Test of the Mediating Role of Environmental Innovation Strategy, *Journal of World Business*, Vol. 43, pp 131-145.
- Fombrun, C. J., dan M. Shanley, 1990, What's in a Name: Reputation-building and Corporate Strategy', *Academy of Management Journal*, 33, pp 233-258.
- Fombrun, C. J., 1996, *Reputation, Realizing Value from the Corporate Image*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N.A., dan Sever, J.M, 2000, The Reputation Quotient: A Multi-stakeholder Measure of Corporate Reputation, *Journal of Brand Management*, 7 (4), pp 241-255.
- Frederick, W., 1978, From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and Society Thought, *Working Paper*, University of Pittsburgh, Graduate School of Business.
- Freedman, M., dan Jaggi, B., 1982, Pollution Disclosure, Pollution Performance and Economic Performance, *Omega*, 10, pp 167-176.
- Freedman, M., dan Jaggi, B., 1992. An Investigation of the Long-Run Relationship between Pollution Performance and Economic Performance: the Case of Pulp-and-paper Firms. *Critical Perspective on Accounting*, 3 (4), pp 315-336.
- Freedman, M., dan Wasley, C. 1990, The Association between Environmental Performance and Environmental Disclosure in Annual Reports and 10ks, *Advances in Public Interest Accounting*, pp 183-193.
- Freedman, M. Dan Stagliano, A. J. 1995, Disclosure of Environmental Cleanup Cost: The Impact of The Superfund Act, Dalam *Advances in Puvlic Interest Accounting*, Vol. 6 (C. E. Lehman, ed). Greenwich, CT: JAT Press, pp 164-176.
- Frost, G R dan Wilmshurst, T D. 2000, The Adoption of Environmental-related Management Accounting: an Analysis of Corporate Environmental Sensitivity. *Accounting Forum*, Vol. 24, No. 4 pp 344-365.
- Gale, R., 2006, Environmental Costs at A Canadian Paper Mill: A Case Study of Environmental Management Accounting (EMA), *Journal of Cleaner Production*, 14, pp 1237-1251.
- Gardberg, N. A., dan C. J. Fombrun, 2002, The Global Reputation Quotient project: Fist Steps towards a Cross-nationally Valid Measure of Corporate Reputation, *Corporate Reputation Review*, 4, pp 303-307.

- Gibson, J.L., Ivancevich John, M., dan Donnely James H., 1996, *Organisasi: Perilaku, Struktur dan Proses*. Terjemahan. Jilid 1, Penerbit Binarupa Aksara: Jakarta.
- Gotsi, M., dan A. M., Wilson, 2001, Corporate Reputation: Seeking a Definition, *Corporate Communications*, 6 (1), pp 24-30.
- Gray, R., Kouhy, R., dan Lavers, S., 1988, Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 1 (1): pp 6-20.
- Gray, R.H., Owen, D., dan Adam. C., 1996, *Accounting and Accountability*. Hemel Hempstead: Prentics Hall.
- Groenland, E.A.G., 2002, Qualitative Research to Validate the RQ-dimensions, *Corporate Reputation Review*, 4, pp 309-315.
- Guthrie, J. dan Parker, L. 1989. Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*, Vol. 19, No. 76, pp 343-352.
- Henriques, I., dan Sadorsky, P., 1999, The Relationship between Environmental Commitmen and Managerial Perception of Stakeholder Importance, *The Academy of Management Journal*, 42, pp 87-99.
- Holland, Y., dan Boon Foo, Y., 2003, Differences in Environmental Reporting Practices in the UK and the US: the Legal and Regulatory Context, *The British Accounting Review*, Vol. 35, pp 1-8.
- Huang, C., dan Kung, F., 2010, Drivers of Environmental Disclosure and Stakeholder Expectation: Evidence from Taiwan, *Journal of Business Ethics*, 96: pp 435-451.
- Hutchins, H.R, 1994, Annual Reports...Who Reads Them?, *Communication World*, Vol, 11, pp 18-21.
- Khanna, M. Dan L.A. Damon, 1999, EPA's Voluntary 33/50 Program: Impact on Toxic Releases and Economic Performance of Firms, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol. 37, No. 1, pp 1-25.
- Khanna, M., 2001, Non-mandatory Approaches to Environmental Protection, *Journal of Economic Surveys*, Vol. 13. No. 3, pp 291-324.
- Lee, T. M., dan Hutchison, P. D., 2005, The Decision to Disclose Environmental Information: A Research Review and Agenda, *Advances in Accounting*, Vol. 21, pp 83-111.
- Lindblom, C. K., (1994), The Implications of Organisational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure. Paper Presented at the *Critical Perspectives of Accounting Conference*, New York.
- Lopez-Gamero, M.D., Claver-Cortes, E., dan Molina-Azorin, J. F., 2009, The Potential of Environmental Regulation to Change Managerial Perception Environmental Management, Competitiveness and Financial Performance, *Journal of Clenner Production*, pp 1-12.
- Lopez-Gamero, M.D., Claver-Cortes, E., dan Molina-Azorin, J. F., 2009, Evaluating Environmental Regulation in Spain using Process Control and Preventive Techniques, *European Journal of Operational Research* 195, pp 497-518.
- Managi, S., Opaluch, J.J., Jin, D., Grigalunas, T.A., 2005, Environmental Regulations and Technological Change in the Offshore Oil and Gas Industry, *Land Economics* 81, pp 303-319.
- Mastrandonas, A., dan Strife, P., 1992, Corporate Environmental Communications: Lesson from Investors, *The Columbia Journal of World Business*, Vol. 27, No. 3,4, pp 234-241.
- Mathew, M. R., 1993, *Socially Responsible Accounting*, UK, Chapman & Hall.
- Meyer, J.W., dan Rowan, B., 1977, Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony, *American Journal of Sociology*, Vol. 83, pp 340-363.
- Nash, H., dan Ehrenfeld, J., 1997, Codes of Environmental Management Practice: Assessing their Potential as A Tool for Change, *Annual review of Energy and Environmental*, Vol. 22, pp 487-535.
- Nguyen, N., dan Leblanc, G., 2001, Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decision in Service, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8, pp 227-236.
- O'Donovan, G., 2002, Environmental Disclosures in the Annal Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory, *Accounting, Auditing and Accountability*, Vol. 15, No. 3, pp 344-371.
- Pahuja, S., 2009, Relationship between Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Study of Large Manufacturing Companies in India, *Social Responsibility Journal*, Vol. 5 No. 2, pp 227-244.
- Parker, L. D., 1986, Polemical Themes in Social Accounting: A Scenario for Standard Setting. Dalam *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 1 (M. Neimark, B. Merino dan T. Tinker, eds),

- Greenwich, CT: JAI Pres, pp 67-93.
- Patten, D.M, 1991, Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure, *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, pp 297-308.
- Patten, D.M, 1992, Intra-industry Environmental Disclosures in Response to the Alaskan Oil Spill: A Note on Legitimacy Theory. *Accounting, Organizations and Society*. Vol. 15 (5), pp 471-475.
- Patten, D., 2002, The Relation between Environmental Performance and Environmental Disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, 27, pp 763-773.
- Porter, M. E., 1985, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York.
- Porter, S., Brown, A.M., Purushothaman, M. Dan Scharl, A, 2006, The Strategies of the IASB and its Funders, *Journal of Strategic Change*, Vol. 5 (6), pp 305-317.
- Reyes, P, 2001, Individual Work Orientations and Teacher Outcomes, *Journal of Educational Research*, 83 (6), pp 327-335.
- Robkob, P., dan Ussahawanitchakit, P., 2009, Antecedents and Consequences of Voluntary Disclosure of Environmental Accounting: An Emirical Study of Foods and Beverage Firms in Thailand, *Review of Business Research*, Vol. 9, No. 3.
- Sarkis, J., Gonzalez-Torre, dan Adenso-Diaz, 2010, Stakeholder Pressure and the Adoption of Environmental Practices: The Mediating Effect of Training, *Journal of Operations Management* 28, pp 163-176.
- Sethi, S. Prakash, 1974, Corporate Social Policy in a Dynamic Society: The Options Available to Business. Dalam *The Unstable Ground: Corporate Social Policy in a Dynamic Society* (S. P. Sethi, ed). Los Angeles, CA: Melvill Publishing Company, pp 1-5.
- Shapiro, C., 1983, Premiums for High Quality Products as Returns to Reputations, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 98, pp 659-679.
- Sharma, S., 2001, Different Strokes: Regulatory Styles and Environmental Strategy in the North-American Oil and Gas Industry, *Business Strategy and the Environmental*, Vol. 10, pp 344-364.
- Spicer, B. H. (1978). Market Risk, Accounting Data and Companies' Pollution Control Records. *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol.5, pp 67-83.
- Toms, J.S., 2000. *Environmental Management, Environmental Accounting and Financial Performance*. London: CIMA.
- Walden, W. D., dan Schwartz, B. N., 1997, Environmental Disclosure and Public Policy Pressure. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol 16 (2), pp 125-1554.
- Watson, M., dan Emery, A.R.T., 2004, Environmental Management and Auditing Systems, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19. No. 7, pp 916-928.
- Wiseman, J., 1982, An Evaluation of Environmental Disclosures Made in Corporate Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*. Vol. 7 (1), pp 53-63.
- Wu, J., Liu. L., dan Sulkowski, A., 2010, Environmental Disclosure, Firm Performance, and Firm Characteristics: An Analysis of S&P 100 Firms, *Journal of Academy of Business and Economics*, Vol. 10, No. 4, pp 73-83.
- Yoon, Y., Gurhan-Canli, Z., dan Schwarz, N., 2006. Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) activities on Companies with Bad Reputation, *Journal of Consumer Psychology*, 16 (4), pp 377-390.
- Zhu, Q., Sarkis, J., Cordeiro, J., Lai, K-H., 2008, Firm Level Correlates of Emergent Green Supply Chain Management Practices in the Chines Context, *Omega* 36 (4), pp 577-591.

*Halaman ini sengaja dikosongkan*