

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Signalling Theory

Signalling theory merupakan sebuah teori yang membahas bagaimana perusahaan memberikan *signal-signal* tentang keberhasilan atau kegagalan manajemen yang dapat berupa informasi laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat analisis para investor untuk mengambil keputusan investasi (Suhardjanto *et al.*, 2012). *Signal* berupa informasi yang diberikan harus lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sehingga para investor dapat mengetahui apakah manajemen telah melakukan kinerja seperti yang diharapkan atau belum (Atika, 2016).

Apabila dikaitkan dengan *signalling theory*, manajer melakukan pengungkapan informasi yang memadai sehingga dapat menyampaikan *signal* tertentu kepada pihak eksternal ataupun para pengguna informasi (Elzhar dan Hussainey, 2012). Kemudian para pengguna informasi dapat menilai informasi tersebut mengandung *signal* yang baik atau buruk bagi para investor. Jika informasi mengandung *signal* yang baik maka investor akan jauh lebih tertarik untuk melakukan perdagangan saham.

Laporan tahunan yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan merupakan salah satu jenis informasi yang dapat menjadi *signal* bagi para pengguna. Informasi yang dicantumkan di dalam laporan tahunan dapat berupa informasi

akuntansi dan informasi non-akuntansi termasuk informasi mengenai risiko (Atika, 2016).

2. Agency Theory

Agency theory menjelaskan bagaimana terjadinya hubungan antara *principal* dengan agen dimana *principal* merupakan pihak yang memberikan wewenang kepada agen sedangkan agen merupakan pihak yang menerima wewenang dari *principal* (Atika, 2016). Dalam teori ini menjelaskan bahwa setiap agen (manajer) memiliki informasi yang jauh lebih banyak dan akses yang tidak terbatas untuk mendapatkan informasi perusahaan sedangkan *principal* (investor) memiliki keterbatasan informasi dan hak akses terhadap informasi perusahaan.

Hubungan antara kedua pihak tidak akan selamanya berjalan dengan baik, hal tersebut dikarenakan adanya ketidaksesuaian antara kepentingan pihak *principal* dengan pihak manajemen. Pihak *principal* pada dasarnya mengharapkan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi yang telah ditanamkan, sedangkan pihak manajemen ingin memaksimalkan kompensasi sesuai dengan kontrak yang telah disepakati (Fauzi, 2016). Maka perlu adanya pengungkapan informasi yang jauh lebih transparan sehingga dapat meminimalisir asimetri informasi antara agen dengan *principal*.

Agency Theory dapat dijadikan landasan pemahaman dalam menjalankan praktek pengungkapan risiko, dimana manajer memiliki informasi yang jauh lebih banyak yaitu informasi mengenai seluruh kondisi perusahaan untuk

sekarang dan tahun-tahun berikutnya. Informasi tersebut sebenarnya informasi yang berguna atau bermanfaat bagi pihak eksternal (investor atau *stakeholders*) untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan. Maka pihak manajemen berusaha untuk melakukan pengungkapan dengan mengungkapkan hal apa saja yang mungkin dihadapi oleh perusahaan yaitu informasi terkait risiko secara lengkap dan relevan (Fauzi, 2016).

3. *Stakeholders Theory*

Stakeholders Theory menjelaskan bahwa perusahaan memiliki hak untuk mengungkapkan informasi secara sukarela termasuk informasi terkait pengungkapan risiko. Hal tersebut harus didasari oleh keinginan perusahaan itu sendiri dalam memberikan informasi lebih yang dapat bermanfaat bagi para *stakeholders* dalam mengambil keputusan.

Dalam konteks pengungkapan, perusahaan yang telah melakukan pengungkapan artinya perusahaan telah menyediakan informasi yang dibutuhkan dan dapat digunakan oleh para *stakeholders*. Perusahaan yang melakukan pengungkapan lebih banyak maka perusahaan mempunyai kemampuan yang tinggi untuk menghindari risiko yang mungkin saja terjadi (Yuniarti, 2016).

4. *Legitimacy Theory*

Legitimacy theory menjelaskan bahwa bagaimana perusahaan melakukan pengungkapan sukarela dengan meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan telah

melakukan segala kegiatan sesuai dengan batas dan norma masyarakat. Teori ini didasarkan pada situasi dimana terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan pihak luar (lingkungan sekitar).

Legitimacy Theory dapat dijadikan dasar yang mampu menjelaskan alasan perusahaan melakukan pengungkapan sukarela yaitu meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan perusahaan masih berada dalam batas dan norma masyarakat. Maka ketika terdapat perbedaan persepsi yang dianut masyarakat dan merugikan perusahaan maka perusahaan akan cenderung meningkatkan keinginan untuk memperbaiki atau melakukan perubahan dengan cara melakukan pelaporan atau pengungkapan secara sukarela terkait dengan informasi-informasi apa saja yang menjadi perhatian masyarakat termasuk informasi mengenai risiko perusahaan. Dengan harapan bahwa masyarakat dapat mengetahui apa saja kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk tetap berjalan sesuai dengan batas dan norma di dalam lingkup sekitar.

5. *Corporate Risk Disclosures (CRD)*

Corporate Risk Disclosures (CRD) merupakan pengungkapan yang masih sulit untuk diteliti karena risiko memiliki arti sangat luas yaitu berhubungan dengan adanya suatu keuntungan atau kerugian bagi setiap perusahaan. Pengungkapan risiko perlu dilakukan dengan harapan bahwa pengungkapan tersebut dapat membantu para investor untuk meminimalisir risiko atas investasi yang telah di tanamkan (Uddin dan Hassan, 2011).

Risiko memiliki arti yang sangat luas dan kurang terperinci maka risiko belum bisa mendefinisikan sesuatu secara jelas. Menurut Amran *et al.*, (2009)

pengungkapan risiko yang dilakukan oleh perusahaan dapat berupa risiko keuangan, risiko operasional, risiko kekuasaan, risiko teknologi dan pengelolaan informasi, risiko integritas, dan risiko strategis.

Pengungkapan risiko di Indonesia diatur di dalam PSAK No 60 yang menjelaskan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan kuantitatif dan pengungkapan kualitatif yang terkait dengan risiko yang dimiliki perusahaan. Untuk di Malaysia, pengungkapan risiko diatur dalam *Financial Reporting Act 1997* dan Bursa Malaysia terkait argumen mengenai manajemen risiko dan persyaratannya. Persyaratan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang terdaftar wajib mengungkapkan informasi keuangan, operasi dan manajemen mereka di dalam laporan tahunan untuk periode keuangan tertentu yang memungkinkan *stakeholders* dan investor untuk menilai kinerja perusahaan (Amran *et al.*, 2009).

Dalam praktik pengungkapan risiko, perusahaan harus menjelaskan pengungkapan yang cukup mengenai informasi risiko yang dihadapinya. Informasi tersebut minimal dapat berguna dalam mengambil keputusan para investor dan kreditur untuk memilih dalam menanamkan investasi mereka. Apabila informasi yang diberikan sudah mencakup kesempatan, bahaya, kerugian, maupun ancaman yang mungkin akan terjadi maka perusahaan tersebut dapat dikatakan telah melakukan pengungkapan dengan baik. Pengungkapan risiko yang dilakukan memiliki beberapa manfaat yaitu untuk menilai risiko dan pengaruhnya untuk saat ini dan untuk masa yang akan datang serta membantu para investor dalam mengevaluasi informasi

berdasarkan pengembalian yang diharapkan dan pertimbangan risiko yang dimiliki perusahaan.

Pengungkapan risiko juga memiliki manfaat bagi perusahaan yaitu dapat mengurangi kemungkinan kegagalan keuangan dan dapat menurunkan biaya pendanaan eksternal perusahaan (Elzahar dan Hussainey, 2012). Dalam kenyataannya pengungkapan risiko masih sangat bergantung pada karakteristik perusahaan masing-masing. Untuk perusahaan keuangan dalam pengungkapan risikonya merupakan pengungkapan wajib (*mandatory disclosures*) yaitu pengungkapan yang bersifat wajib dan telah diatur oleh standar akuntansi maupun dalam peraturan badan pengawas yang berlaku. Perusahaan non-keuangan masih dianggap sebagai pengungkapan sukarela (*voluntary disclosures*) yaitu pengungkapan yang sifatnya masih sukarela atau tidak wajib bagi perusahaan untuk mengungkapkan dan pengungkapan tersebut tanpa terikat dengan standar akuntansi maupun peraturan badan pengawas yang berlaku.

6. Mekanisme *Corporate Governance*

Corporate governance merupakan sekumpulan peraturan yang ditetapkan untuk memastikan bahwa perusahaan menjalankan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholders* dan melaksanakan tanggung jawab sosial dalam seluruh aktivitas bisnisnya (Atika, 2016). Dengan adanya mekanisme *corporate governance* diharapkan mampu mengurangi asimetri informasi terutama terkait dengan risiko perusahaan.

Peraturan dan praktik tata kelola perusahaan merupakan salah satu faktor penyebab adanya perbedaan penerapan tata kelola perusahaan antar negara.

Standar laporan keuangan di negara Indonesia menggunakan standar Peryantaan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 1 yang berisikan komponen lengkap penyajian laporan keuangan yang telah dikonvergensi dengan *International Accounting Standards (IAS)* serta *International Financial Reporting Standards (IFRS)* sehingga sudah baik jika dibandingkan dengan standar dan praktik laporan keuangan di internasional.

Indonesia memiliki kode tata kelola sendiri yang telah diadaptasi dari *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* dimana kode itu disusun oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) di tahun 2006 dengan nama *Code of Good Corporate Governance* yang mulai diterapkan oleh Bapepam-LK untuk perusahaan yang terdaftar di bursa efek walau masih bersifat sukarela belum merupakan suatu kewajiban.

Untuk standar laporan keuangan di negara Malaysia menggunakan standar *Malaysia Accounting Standard Board (MASB)* dimana *Malaysia Accounting Standard Board (MASB)* 1 mengatur tentang penyajian laporan keuangan yang telah disetujui dan mengikuti *IAS (International Accounting Standard)* 1 sehingga standar dan praktik tersebut sudah baik jika dibandingkan dengan standar internasional.

Kode tata kelola di negara Malaysia diterbitkan oleh Bursa Malaysia di tahun 2007 dengan nama *The Malaysian Code of Good Corporate Governance*. Dijelaskan bahwa hal tersebut masih bersifat sukarela namun perusahaan perlu mengungkapkan praktik tata kelola perusahaan dan penjelasan akan penyimpangan kode dalam laporan tahunan.

a. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan inti dari *corporate governance* dimana para dewan komisaris melakukan strategi, mengawasi manajemen, dan mewajibkan akuntabilitas untuk dapat terlaksana. Dewan komisaris memiliki peran untuk memberikan arahan pada pengelola perusahaan sekaligus memberikan pengawasan pada perusahaan di Indonesia yang belum memadai (Suhardjanto *et al.*, 2012).

Corporate governance merupakan suatu sistem dimana korporasi diatur dan dikontrol secara berbeda oleh setiap negara. Walaupun sistem yang digunakan sama namun terdapat ketidaksamaan yang menyebabkan perbedaan efektivitas dari *corporate governance* tersebut (Rasyidah, 2013). Dalam hal ini, Indonesia dan Malaysia menggunakan sistem yang berbeda yaitu Malaysia menggunakan sistem *one-tier board* sedangkan Indonesia menggunakan sistem *two-tier board*.

Dalam *one-tier system*, hanya terdapat satu tempat dengan nama *board of director (BOD)*, dimana peran dewan komisaris dan peran dewan direksi digabung menjadi satu. Di dalam *two-tier system*, terdapat dua wadah yang berbeda yaitu peran dewan komisaris dan dewan direksi dipisah secara jelas sehingga dewan komisaris akan mengawasi kerja dewan direksi. Terdapat empat tipe struktur dalam *one-tier system*:

1. Semua direktur eksekutif merupakan anggota *board*.
2. Mayoritas anggota *board* adalah direktur eksekutif, namun tetap terdapat direktur non-eksekutif yang jumlahnya sedikit.

3. Mayoritas adalah direktur non-eksekutif yang merupakan direktur independen.
4. Semua direktur non-eksekutif merupakan anggota *board*, tipe ini banyak ditemukan dalam organisasi non-laba.

Untuk *two-tier system* terdapat dua struktur yaitu dewan pengawas (*supervisory board*), terdiri dari direktur non-eksekutif independent maupun direktur non-eksekutif tidak independent. Struktur yang kedua adalah dewan pelaksana (*executive board*), terdiri dari semua direktur pelaksana seperti CEO, CFO, COO, ataupun CIO.

b. Frekuensi Rapat Dewan Komisaris

Menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor: 8/14/PBI/2006, rapat dewan komisaris wajib diselenggarakan secara berkala paling kurang 4 (empat) kali dalam setahun dan rapat dewan komisaris wajib dihadiri oleh seluruh anggota dewan Komisaris secara fisik paling kurang 2 (dua) kali dalam setahun.

Dalam lingkup perusahaan non-keuangan, ketentuan mengenai rapat dewan komisaris diatur dalam Piagam Dewan Komisaris, yang menetapkan bahwa penyelenggaraan rapat Dewan Komisaris dilakukan paling kurang 1 (satu) kali dalam setiap 2 (dua) bulan, dan rapat dewan komisaris bersama direksi paling kurang 1 (satu) kali dalam 4 (empat) bulan.

Diketahui apabila rapat yang dilakukan oleh dewan komisaris secara rutin terkontrol dengan baik maka hal tersebut dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal tersebut mencerminkan bahwa perusahaan telah melakukan usaha pengungkapan lebih lengkap yang mencakup terkait risiko apa saja yang mungkin terjadi.

7. Budaya Perusahaan

Budaya merupakan suatu kebiasaan atau pola pikir yang melekat pada individu bahkan dijadikan acuan dalam menjalankan kegiatan guna memenuhi tugas dan kewajiban yang dimiliki. Menurut Hofstede (2001), budaya merupakan kumpulan pemikiran dari anggota kelompok yang membedakan dengan anggota lainnya sebagai ciri khas masing-masing kelompok.

Terdapat beberapa dimensi budaya menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Hofstede (2001):

1. *Power Distance*, terkait dengan keberadaan kekuasaan yang diakui dan diterapkan di lingkungan atas dasar dari ketidaksetaraan manusia.
2. *Uncertainty Avoidance*, terkait dengan tingkat dari stress dalam lingkungan social dalam menghadapi masa depan yang tidak diketahui.
3. *Individualism versus Collectivism*, terkait dengan sikap yang dilakukan setiap individu di dalam suatu kelompok atau organisasi.
4. *Masculinity versus Femininity*, terkait dengan perbedaan *gender* dan peran emosi yang dilakukan karena merasa *gender* mereka berbeda.

5. *Long Term versus Short Term Orientation*, terkait dengan pilihan untuk memikirkan jangka panjang atau jangka pendek yang akan dicapai dengan mempertimbangkan masa lalu, saat ini dan masa datang.
6. *Indulgence versus Restraint*, terkait dengan pilihan dalam menjalani hidup dengan kesenangan atau pengekanan yang sesuai dengan norma yang tegas.

Budaya perusahaan adalah pola pikir setiap individu yang ia terapkan di dalam sebuah perusahaan. Dengan adanya budaya perusahaan maka para individu yang terlibat dapat mengetahui apa sebenarnya yang harus ia lakukan dan mencoba bersikap sesuai dengan budaya perusahaan itu sendiri (Atika, 2016). Budaya perusahaan juga dapat mempengaruhi perilaku manajemen dalam melakukan sebuah tindakan. Hal ini dikarenakan budaya perusahaan dijadikan dasar hubungan antara agen dengan *principal*. Cameron dan Quinn (1999) membagi budaya perusahaan menjadi empat kelompok, yaitu budaya *clan*, budaya *adhocracy*, budaya *market*, dan budaya *hierarchy*.

a. Budaya Clan

Budaya *clan* merupakan budaya organisasi yang berfokus pada internal perusahaan yaitu berfokus kepada karyawan dan sumber daya manusia yang dimiliki dengan selalu berusaha untuk mengembangkan kompetensi terkait sumber daya manusia.

Perusahaan dengan budaya *clan* yang tinggi akan lebih menekankan pada manfaat jangka panjang, dapat dilihat apabila karyawan yang bersangkutan merasa puas dan memiliki komitmen tinggi akan mampu

menciptakan efektivitas yang tinggi pula. Budaya *clan* sering digunakan pada perusahaan dalam sektor keuangan, asuransi, dan real estate daripada sektor lain seperti manufaktur, pertambangan, konstruksi, dan pertanian.

b. Budaya *Adhocracy*

Budaya *adhocracy* merupakan budaya organisasi yang berfokus pada lingkungan eksternal dengan melihat bagaimana kesempatan pasar di masa depan, perluasan lini produk yang inovatif, dan pengembangan teknologi baru (Fiordelisi dan Ricci, 2014). Budaya *adhocracy* akan mendorong setiap individu untuk lebih kreatif sehingga dapat bersaing di lingkungan eksternal. Budaya *adhocracy* sering digunakan pada industri penerbangan, pengembangan software, dan pembuatan film.

c. Budaya *Market*

Budaya *market* merupakan budaya organisasi yang berfokus pada transaksi dengan para pihak eksternal perusahaan seperti pemasok, pelanggan dan lain-lain. Tujuan utama dari budaya *market* adalah menciptakan keunggulan bersaing perusahaan melalui transaksi yang mengedepankan produktivitas yang akan menghasilkan keuntungan.

Keberhasilan perusahaan dapat dinilai dengan melihat harga saham, setelah perusahaan mengetahui harga saham menjadi patokan maka perusahaan akan melakukan sebuah pengungkapan yang sifatnya lebih luas untuk mendorong terciptanya kepuasan pasar yang dapat meningkatkan harga saham dan perusahaan mampu menjadi *market leader*.

d. Budaya *Hierarchy*

Budaya *hierarchy* merupakan budaya organisasi yang berfokus pada internal dan mengedepankan efektivitas perusahaan dengan cara mengimplementasikan kebijakannya dengan aturan dan prosedur yang ketat. Terdapat beberapa strategi yang dapat dijadikan acuan adalah pendeteksian kesalahan, peningkatan pengukuran, pengendalian proses, dan pemecahan masalah yang sistematis.

B. Penelitian Terdahulu dan Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Risiko

Dewan komisaris merupakan inti dari *corporate governance* dimana para dewan komisaris melakukan strategi, mengawasi manajemen, dan mewajibkan akuntabilitas untuk dapat terlaksana. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Abeysekera (2008) jumlah dewan komisaris dikatakan efektif apabila berjumlah lebih dari 5 (lima) orang dan kurang dari 14 (empat belas) orang. Maka dapat diketahui bahwa semakin banyak jumlah dewan komisaris maka semakin baik perusahaan dapat terkontrol dengan pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris.

Dalam hal ini, Indonesia dan Malaysia menggunakan sistem yang berbeda yaitu Malaysia menggunakan sistem *one-tier board* sedangkan Indonesia menggunakan sistem *two-tier board*. Dalam *one-tier system*, hanya terdapat satu tempat dengan nama *board of director (BOD)*, dimana peran dewan komisaris dan peran dewan direksi digabung menjadi satu. Di dalam *two-tier*

system, terdapat dua wadah yang berbeda yaitu peran dewan komisaris dan dewan direksi dipisah secara jelas sehingga dewan komisaris akan mengawasi kerja dewan direksi.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Suhardjanto *et al.*, (2012) menunjukkan bahwa pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan risiko yaitu berpengaruh positif. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2016) menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan risiko. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko. Berdasarkan hasil penelitian yang beragam maka peneliti tertarik untuk menguji kembali pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan risiko, maka dapat diturunkan hipotesis:

H_{1a} = Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Risk Disclosures* di Indonesia.

H_{1b} = Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Risk Disclosures* di Malaysia.

2. Pengaruh Frekuensi Rapat Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Risiko

Dalam lingkup perusahaan non-keuangan khususnya manufaktur, ketentuan mengenai rapat dewan komisaris diatur dalam Piagam Dewan Komisaris, yang menetapkan bahwa penyelenggaraan rapat Dewan Komisaris

dilakukan paling kurang 1 (satu) kali dalam setiap 2 (dua) bulan, dan rapat dewan komisaris bersama direksi paling kurang 1 (satu) kali dalam 4 (empat) bulan. Apabila rapat diselenggarakan secara rutin oleh dewan komisaris akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas guna memberikan informasi yang lebih kepada para pengguna terkait dengan risiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Utomo dan Chariri (2012) menunjukkan bahwa frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan risiko. Didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suhardjanto *et al.*, (2012) menunjukkan bahwa pengaruh frekuensi rapat dewan komisaris terhadap pengungkapan risiko yaitu berpengaruh positif. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saidah dan Handayani (2014) menunjukkan bahwa frekuensi rapat dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko. Di dapatkan hasil yang beragam maka peneliti ingin menguji pada perusahaan non-keuangan khususnya perusahaan manufaktur terkait pengaruh frekuensi rapat dewan komisaris terhadap pengungkapan risiko. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H_{2a} = Frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate risk disclosures* di Indonesia.

H_{2b} = Frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate risk disclosures* di Malaysia.

3. Pengaruh Budaya *Clan* Terhadap Pengungkapan Risiko

Budaya *clan* merupakan budaya organisasi yang berfokus pada internal perusahaan yaitu berfokus kepada karyawan dan sumber daya manusia yang dimiliki dengan selalu berusaha untuk mengembangkan kompetensi terkait sumber daya manusia. Perusahaan dengan budaya *clan* yang tinggi akan lebih menekankan pada manfaat jangka panjang, dapat dilihat apabila karyawan yang bersangkutan merasa puas dan memiliki komitmen tinggi akan mampu menciptakan efektivitas yang tinggi pula. Pada penelitian yang dilakukan oleh ElKelish dan Hassan (2014) menyatakan bahwa budaya *clan* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Atika (2016) menunjukkan bahwa budaya *clan* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko.

Budaya *clan* hampir sama dengan tipe organisasi yang dimiliki oleh keluarga yang memusatkan kewenangannya pada orang-orang tertentu saja entah satu aliran darah maupun saudara persusuan. Hal tersebut akan menimbulkan rendahnya tingkat formalitas dan ambiguitas pengungkapan informasi termasuk informasi mengenai risiko perusahaan. Maka ketika budaya *clan* di suatu perusahaan tersebut tinggi perusahaan cenderung melakukan pengungkapan risiko yang rendah. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H_{3a} = Budaya *Clan* berpengaruh negatif terhadap *corporate risk disclosures* di Indonesia

H_{3b} = Budaya *Clan* berpengaruh negatif terhadap *corporate risk disclosures* di Malaysia

4. Pengaruh Budaya *Adhocracy* Terhadap Pengungkapan Risiko

Budaya *adhocracy* berfokus pada lingkungan eksternal dengan melihat bagaimana kesempatan pasar di masa depan, perluasan lini produk yang inovatif, dan pengembangan teknologi baru (Fiordelisi dan Ricci, 2014). Budaya *adhocracy* akan mendorong setiap individu untuk lebih kreatif sehingga dapat bersaing di lingkungan eksternal. Penelitian yang telah dilakukan oleh ElKelish dan Hassan (2014) menyatakan bahwa budaya *adhocracy* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Atika (2016) yang menunjukkan bahwa budaya *adhocracy* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko.

Budaya *adhocracy* diharapkan memiliki tingkat pengungkapan risiko yang rendah guna mengurangi biaya yang mungkin muncul sehingga perusahaan dapat tetap menjadi penyedia utama lini produk yang inovatif. Dengan demikian, semakin budaya *adhocracy* diterapkan perusahaan tinggi, maka tingkat pengungkapan risiko yang dilakukan akan semakin rendah. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H_{4a} = Budaya *Adhocracy* berpengaruh negatif terhadap *corporate risk disclosures* di Indonesia

H_{4b} = Budaya *Adhocracy* berpengaruh negatif terhadap *corporate risk disclosures* di Malaysia.

5. Pengaruh Budaya *Market* Terhadap Pengungkapan Risiko

Budaya *market* berfokus pada transaksi dengan para pihak eksternal perusahaan seperti pemasok, pelanggan dan lain-lain. Tujuan utama dari budaya *market* adalah menciptakan keunggulan bersaing perusahaan melalui transaksi yang mengedepankan produktivitas yang akan menghasilkan keuntungan.

Keberhasilan perusahaan dapat dinilai dengan melihat harga saham, setelah perusahaan mengetahui harga saham menjadi patokan maka perusahaan akan melakukan sebuah pengungkapan. Pengungkapan yang dilakukan akan bersifat lebih luas untuk mendorong terciptanya kepuasan pasar yang dapat meningkatkan harga saham dan perusahaan mampu menjadi *market leader*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Elkelish dan Hassan (2014) menyatakan bahwa budaya *market* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan risiko. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Atika (2016) menunjukkan bahwa budaya *market* berpengaruh positif terhadap pengungkapan risiko.

Pada budaya *market*, perusahaan diharapkan mampu mengungkapkan informasi yang lebih luas guna menjaga kepemimpinan pasar melalui tingkat kepuasan pihak eksternal yang tinggi. Dengan demikian, semakin tinggi kepuasan yang diterima oleh pihak eksternal maka semakin tinggi pula perusahaan berusaha untuk melakukan pengungkapan terkait dengan risiko

yang mungkin dihadapi oleh perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H_{5a} = Budaya *Market* berpengaruh positif terhadap *corporate risk disclosures* di Indonesia

H_{5b} = Budaya *Market* berpengaruh positif terhadap *corporate risk disclosures* di Malaysia.

6. Pengaruh Budaya *Hierarchy* Terhadap Pengungkapan Risiko

Budaya *hierarchy* berfokus pada internal dan mengedepankan efektivitas perusahaan dengan cara mengimplementasikan kebijakannya dengan aturan dan prosedur yang ketat. Terdapat beberapa strategi yang dapat dijadikan acuan adalah pendeteksian kesalahan, peningkatan pengukuran, pengendalian proses, dan pemecahan masalah yang sistematis. Penelitian yang dilakukan oleh Elkelish dan Hassan (2014) menyatakan bahwa budaya *hierarchy* berpengaruh positif terhadap pengungkapan risiko. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Atika (2016) yang menunjukkan bahwa budaya *hierarchy* berpengaruh positif terhadap pengungkapan risiko.

Perusahaan dengan budaya *hierarchy* akan melakukan pengungkapan risiko yang lebih luas untuk menjaga efisiensi terkait operasional perusahaan. Ketika budaya *hierarchy* perusahaan tersebut tinggi maka perusahaan akan melakukan pengungkapan risiko semakin tinggi pula. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H_{6a} = Budaya *Hierarchy* berpengaruh positif terhadap *corporate risk disclosures* di Indonesia

H_{6b} = Budaya *Hierarchy* berpengaruh positif terhadap *corporate risk disclosures* di Malaysia

7. Perbedaan Tingkat *Corporate Risk Disclosures (CRD)* di Indonesia dan Malaysia

Pengungkapan risiko merupakan pengungkapan sukarela yang dianggap penting maka masing-masing perusahaan harus melakukan pengungkapan terkait risiko apa saja yang terdapat di perusahaan. Tidak hanya perusahaan yang berada di Indonesia namun perusahaan di seluruh dunia. Termasuk di negara yang berkembang seperti Indonesia dan Malaysia yang hampir memiliki karakteristik dan budaya perusahaan yang sama. Indonesia dan Malaysia merupakan negara berkembang yang berada di wilayah Asia Tenggara di mana telah diberlakukan *ASEAN Economic Community*. Diberlakukannya *ASEAN Economic Community* salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan perekonomian negara-negara di Asia Tenggara.

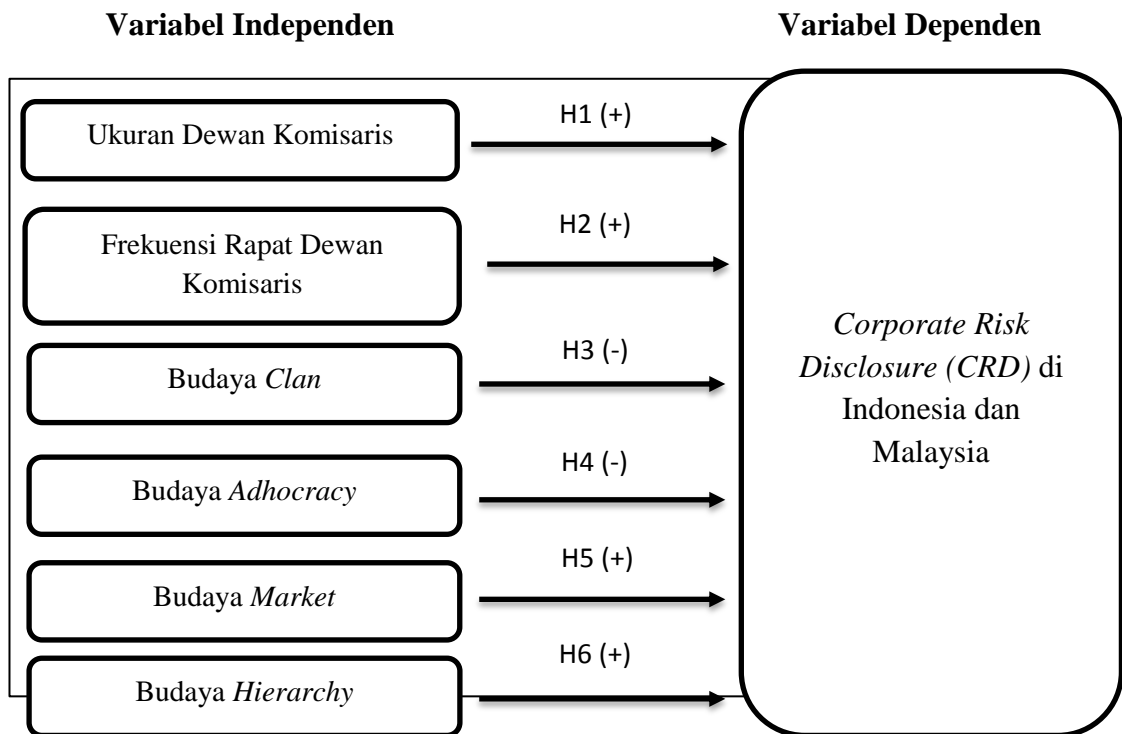
Besarnya harapan dan upaya untuk memajukan perekonomian harus diimbangi dengan peningkatan pengungkapan risiko yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan guna mengantisipasi risiko apa saja yang mungkin dapat terjadi untuk saat ini maupun untuk masa yang akan datang. Pada kenyataannya, masih banyak perusahaan Indonesia dan Malaysia yang kurang

memperhatikan terkait pentingnya pengungkapan risiko di dalam perusahaan (Faizal, 2013).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Atika (2016) menyatakan bahwa pengungkapan risiko di Indonesia masih rendah, maka perlu adanya perbaikan. Hal tersebut juga berlaku bagi perusahaan yang berada di Malaysia dimana kedua negara tersebut merupakan negara berkembang yang masih membutuhkan perlakuan yang jauh lebih baik guna meningkatkan tingkat perekonomian masing-masing negara. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis:

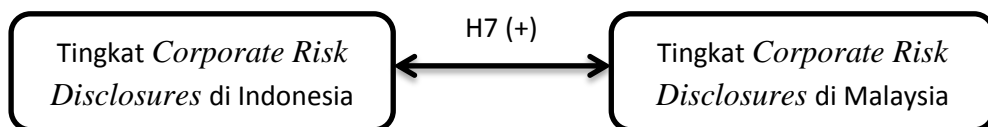
H_7 = Terdapat perbedaan tingkat *corporate risk disclosures* di Indonesia dan Malaysia.

C. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian 1

Perbedaan Tingkat *Corporate Risk Disclosures* di Indonesia dan Malaysia



Gambar 2.2
Model Penelitian 2