

Peranan Etika dalam Pelaporan Maklumat Alam Sekitar di Malaysia

(The Roles of Ethics in Environmental Reporting in Malaysia)

Romlah Jaffar
Mohamat Sabri Hassan
Nurisyah Muhamad

ABSTRAK

Kajian ini menguji samada penyedia dan pengguna maklumat alam sekitar berbeza pandangan tentang kepentingan maklumat alam sekitar yang menyebabkan wujudnya jurang maklumat, iaitu maklumat yang disediakan tidak dapat memenuhi keperluan pengguna maklumat. Kajian ini juga meneliti samada perbezaan ini disebabkan perbezaan nilai etika antara penyedia dengan pengguna maklumat. Teori legitimasi telah digunakan bagi menerangkan jurang maklumat manakala ideologi etika telah digunakan bagi membincangkan isu etika individu. Data kajian telah dikutip menggunakan soal selidik yang telah dihantar kepada penyedia dan pengguna maklumat. Hasil kajian mendapati terdapat perbezaan pandangan yang signifikan antara penyedia dengan pengguna maklumat tentang kepentingan maklumat alam sekitar. Hasil kajian juga mendapati terdapat perbezaan nilai etika yang signifikan antara penyedia dengan pengguna maklumat. Oleh itu dapat disimpulkan bahawa perbezaan nilai etika ini menyumbang kepada jurang pelaporan maklumat alam sekitar yang wujud di Malaysia. Hasil kajian ini menyumbang kepada pemahaman tambahan tentang pelaporan maklumat alam sekitar di Malaysia.

ABSTRACT

This study investigates whether users and preparers of environmental information have differing opinion in the importance of environmental information that caused the existence of information gap, meaning the information prepared fail to fulfill the information need of users. This study also examines whether the difference is due to the different ethical value between users and preparers of information. The legitimacy theory has been utilised to explain the information gap and the ethical ideology has been used to explain the individual ethical issue. Data was collected using research questionnaire that was sent to both preparers and users of environmental information. The results indicate that there is significant difference between users' and preparers' opinion on the importance of environmental information. The results also indicate that the ethical level of preparers and users are significantly different. Therefore, we conclude that the difference in the ethical level between users and preparers of information has contributed to the environmental information gap between them. This finding provides an insight of the environmental disclosure practice in Malaysia.

PPENGENALAN

Kajian lepas seperti Deegan dan Rankin (1996), Epstein dan Freedman (1994), dan Cormier dan Gordon (2001) melaporkan bahawa maklumat alam sekitar adalah relevan dalam pembuatan keputusan. Namun, pelaporan maklumat ini dikatakan masih tidak dapat memenuhi keperluan pengguna maklumat (Thompson 2002; Thompson & Zarina 2004; Romlah *et al.* 2002; Nik Nazli & Maliah 2004). Ini disebabkan, 1) maklumat yang dilaporkan masih rendah dari segi kualiti dan kuantiti (Romlah *et al.* 2002), dan 2) lebih banyak melaporkan berita baik berbanding berita buruk (Nik Nazli & Maliah 2004). Fenomena ini wujud kerana terdapat perbezaan pendapat di antara penyedia dengan pengguna maklumat tentang kepentingan pelaporan alam sekitar (Deegan & Rankin 1999). Pengguna didapati lebih mementingkan maklumat alam sekitar berbanding penyedia maklumat (Deegan & Rankin 1999).

Perbezaan pandangan berkenaan kepentingan maklumat alam sekitar ini mungkin dipengaruhi oleh etika individu. Individu yang beretika dikatakan akan bertindak secara beretika (Vitell *et al.* 2003; Marta *et al.* 2004). Oleh itu, penyedia maklumat yang beretika adalah individu yang bertanggungjawab dan adil (Belkaoui 2000) serta telus dalam melaporkan maklumat.

Berbeza di barat, pelaporan alam sekitar di Malaysia masih terhad dan berbentuk sukarela. Sehingga 2008 Malaysia masih belum mempunyai peraturan atau perundangan yang mengkehendaki syarikat tersenarai melapor maklumat alam sekitar. Akta Kualiti Alam Sekitar 1974 dan Keperluan Penyenaaran di Bursa Malaysia tidak menetapkan syarat atau peruntukan khusus dalam pelaporan maklumat alam sekitar. Malahan, *Financial Reporting Standards* (FRS) diterima pakai di Malaysia (mulai 2006) masih memberi pilihan kepada syarikat untuk melaporkan maklumat alam sekitar. Sebagai contohnya para 10 FRS 101 *Presentation of Financial Statements* hanya menggalakkan (bukan mewajibkan) syarikat dalam

industri yang terlibat dengan alam sekitar melaporkan maklumat alam sekitar secara berasingan. Di samping itu, syarikat yang mematuhi kriteria yang diperuntukan dalam para 14 FRS 137₂₀₀₄ *Provision, Contingent Liabilities and Contingent Assets* perlu mengiktiraf peruntukan berkaitan dengan liabiliti alam sekitar (seperti penalti dan kos pembersihan kerosakan alam sekitar yang tidak sah).

Namun begitu, Perdana Menteri Malaysia, Dato' Seri Abdullah Ahmad Badawi (dikenali sebagai Tun Abdullah Ahmad Badawi) telah menyarankan supaya syarikat awam tersenarai mendedahkan maklumat tanggungjawab sosial korporat (Abdullah 2007). Malah beliau turut memaklumkan kewujudan anugerah tanggung jawab sosial korporat (CSR) "Anugerah CSR Perdana Menteri" bagi menggalakkan pendedahan maklumat berkaitan CSR. Sehubungan dengan itu, mulai 31 Disember 2007, syarikat yang tersenarai di Bursa Malaysia (BM) dikehendaki untuk memberi diskripsi berkenaan aktiviti atau amalan tanggung jawab sosial korporat yang dilaksanakan oleh syarikat dan anak syarikat (Bursa Malaysia 2009: App 9C-5). Kedua-dua peristiwa ini telah menunjukkan komitmen yang dimainkan oleh Malaysia untuk mengikuti trend perniagaan antarabangsa yang menyediakan pendedahan maklumat tanggung jawab sosial korporat (Amran & Devi 2008).

Memandangkan pelaporan maklumat alam sekitar masih berbentuk sukarela, pelbagai kaedah telah digunakan oleh pihak berkaitan untuk menggalakkan pelaporan maklumat ini. Penggunaan anugerah bagi amalan terbaik pelaporan alam sekitar merupakan satu cara memastikan firma menyediakan maklumat ini kerana anugerah yang sebegini dapat menarik keyakinan pihak berkepentingan (Dando & Swift 2003) tentang pelaporan alam sekitar. Antara anugerah yang diberikan di Malaysia adalah *Malaysia Environmental Reporting Award* (MERA) anjuran the Association of Chartered Accountants (ACCA) Malaysia, ACCA MESRA 2005 dan Anugerah Pelaporan Alam Sekitar bersempena Anugerah Laporan Tahunan Korporat Kebangsaan (NACRA) anjuran Bursa Malaysia Berhad, Institut Akauntan Malaysia (MIA), Institut Pengurusan Malaysia (MIM) dan Institut Akauntan Awam Bertauliah Malaysia (MICPA). Walaupun usaha sebegini masih menjadi agenda penting pihak yang berwajib, namun ianya seolah-olah dipandang ringan oleh syarikat-syarikat di Malaysia. Tinjauan Bursa Malaysia (BM) berkenaan pendedahan tanggungjawab sosial korporat di kalangan syarikat yang tersenarai di BM mendapati tahap pelaporan maklumat tersebut amat rendah berbanding amalan terbaik antarabangsa (Bursa Malaysia 2008). Malahan dimensi alam sekitar didapati mendapat skor yang paling rendah berbanding dimensi tempat kerja, pasaran dan komuniti.

Hasil temuan di atas menyokong temuan Md Zabid dan Saaidiatul (2002), Nik Nazli dan Nor Liana (2005) dan Che Zuriana *et al.* (2004) yang mendapati pengurus kurang membuat pelaporan maklumat alam sekitar. Walaupun ada, pelaporan yang dibuat tidak memenuhi keperluan

pengguna maklumat (Thompson 2002; Thompson & Zarina 2004; Romlah *et al.* 2002; Nik Nazli & Maliah 2004). Hasil kajian di atas menunjukkan tindakan pengurus tidak selari dengan pandangan mereka. Ini kerana kajian lepas mendapati pengurus syarikat di Malaysia 1) mementingkan penglibatan syarikat dalam aktiviti sosial dan pemuliharaan alam sekitar (Md Zabid & Saaidiatul 2002; Nik Nazli & Nor Liana Akida 2005), dan 2) peka kepada kehendak pemegang taruhan yang mementingkan pelaporan maklumat sosial dan alam sekitar (Che Zuriana *et al.* 2004).

Pengguna maklumat kini bukan sahaja memerlukan maklumat kewangan, tetapi juga maklumat bukan kewangan termasuklah maklumat alam sekitar (Adams 2004) bagi pembuatan keputusan. Penglibatan kos yang tinggi dalam aktiviti berkaitan tanggungjawab sosial korporat menyebabkan tuntutan maklumat berkaitan oleh pihak yang berkepentingan semakin meningkat (Holder-Webb, Cohen, Nath & Wood 2009). Pengguna maklumat juga telah dibuktikan memainkan peranan dalam meningkatkan tahap pendedahan maklumat alam sekitar. Huang dan Kung (2010) menunjukkan bahawa permintaan oleh kumpulan pemegang taruhan telah memberi kesan yang signifikan kepada tahap pendedahan maklumat alam sekitar di Taiwan.

Tindakan penyedia yang melaporkan maklumat alam sekitar yang rendah kualiti dan kuantiti (Romlah *et al.* 2002; Nik Nazli & Maliah 2004) menunjukkan wujud jurang maklumat di antara penyedia dengan pengguna maklumat. Jurang maklumat yang wujud mungkin disebabkan oleh perbezaan pandangan di antara mereka tentang kepentingan sesuatu maklumat yang perlu dilaporkan (Deegan & Rankin 1999). Jurang maklumat dapat dikurangkan sekiranya penyedia maklumat mengetahui tuntutan pengguna maklumat dan seterusnya memenuhi tuntutan ini (O'Donovan 2002). Untuk itu Adams (2004) mencadangkan supaya konsultasi antara penyedia dan pengguna dilakukan. Namun begitu adalah amat sukar untuk memenuhi kehendak pengguna yang pelbagai. Oleh itu cadangan Adams (2004) mungkin sukar dilaksanakan kerana amat sukar untuk menseimbangkan permintaan yang bercangah antara pihak berkepentingan (Neu, Warsame & Pedwell 1998). Disebabkan kajian lepas yang mengkaji jurang maklumat amat terhad, maka kajian ini amatlah penting untuk menentukan kewujudan jurang pendapat di antara penyedia dengan pengguna maklumat alam sekitar. Dengan itu pihak berwajib, seperti Institut Akauntan Malaysia (MIA), Bursa Malaysia, Lembaga Piawaian Perakaunan Malaysia (MASB) dan Kementerian Sumber Asli dan Alam Sekitar, boleh memainkan peranan untuk menganjurkan dialog antara penyedia dan pengguna maklumat dalam memastikan maklumat yang lengkap bagi pembuatan keputusan dapat disediakan (Adams 2004).

Tahap pelaporan alam sekitar di Malaysia yang rendah (Bursa Malaysia 2008; Othman & Ameer 2010) boleh dikaitkan dengan jurang maklumat antara penyedia

dan pengguna. Ini menimbulkan persoalan samada jurang ini dipengaruhi oleh nilai etika individu. Etika merupakan aspek yang signifikan dalam amalan dan pembuatan keputusan pihak pengurusan (Etheredge 1999). Etika individu didapati mempunyai pengaruh terhadap pembuatan keputusannya dan seterusnya mempengaruhi kelakuan mereka (Ferrell & Gresham 1985). Pelaporan maklumat alam sekitar mempunyai kaitan dengan amalan beretika memandangkan pelaporan maklumat alam sekitar yang berkualiti adalah yang memaparkan maklumat secara telus, boleh disandarkan, boleh banding dan konsisten (Belkaoui 2000). Ketidaksediaan penyedia maklumat memaparkan maklumat berkualiti menimbulkan persoalan etika. Oleh itu, kajian ini meninjau sejauhmana nilai etika mempengaruhi pendapat individu tentang kepentingan maklumat alam sekitar dan pelaporan maklumat tersebut. Secara khususnya kajian ini akan 1) mengkaji perbezaan pandangan tentang keperluan maklumat alam sekitar di antara pengguna maklumat dengan penyedia maklumat, 2) mengkaji perbezaan nilai etika antara penyedia dan pengguna maklumat alam sekitar, 3) mengkaji sama ada aspek etika berhubungan dengan pendapat tentang kepentingan maklumat alam sekitar dan 4) mengkaji perbezaan nilai etika di antara penyedia yang melapor dengan penyedia yang tidak melaporkan maklumat alam sekitar.

Hasil kajian ini dijangka dapat memberi maklumat kepada pengurus kepentingan dalam memenuhi tuntutan pengguna maklumat berkaitan pelaporan maklumat alam sekitar terutamanya kepada syarikat-syarikat yang banyak terlibat dengan isu alam sekitar. Ini memandangkan pihak berkepentingan, seperti kerajaan, pemberi pinjaman, pengguna, pembekal, pesaing, pemegang saham dan juga pekerja, boleh memainkan peranan dalam survival dan kejayaan syarikat (Huang & Kung 2010). Di samping itu setiap pihak ini mempunyai tuntutan legitimasi ke atas syarikat (Wernerfelt (1984) dalam Huang & Kung (2010)). Hasil kajian juga dijangka memberi maklumat tentang peranan etika dalam pelaporan maklumat alam sekitar. Dengan itu diharapkan pihak berwajib seperti Institut Akauntan Malaysia (MIA), MASB dan Kementerian Sumber Asli dan Alam Sekitar dapat mengenalpasti kaedah yang sesuai dalam menggalakan pelaporan alam sekitar yang berkualiti. Ini memandangkan pendekatan yang digunakan sekarang menyebabkan pendedahan maklumat alam sekitar amat rendah (Bursa Malaysia 2008; Othman & Ameer 2010). Ketiga-tiga badan pengawal di atas boleh bekerjasama dalam memastikan pematuhan kepada pelaporan maklumat alam sekitar yang dinyatakan dalam FRS 101 (Archel, Husillos, Larrinaga & Spence 2009; Neu *et al.* 1998). Ini bagi memastikan maklumat alam sekitar yang boleh dipercayai disampaikan oleh firma (Dando & Swift 2003). Satu cara yang dicadangkan oleh Dando dan Swift (2003) adalah mewujudkan badan pengesahan bebas pelaporan sosial, etika dan alam sekitar (SEE). Dengan itu pandangan negatif tentang pelaporan alam sekitar yang berbentuk *corporate spin* dan hubungan awam (Dando

& Swift 2003; Nik Nazli & Maliah 2004) dapat dikurangkan. Di samping itu memandangkan ketiga-tiga organisasi di atas merupakan organisasi yang bertindak bagi pihak kerajaan, maka dengan meningkatkan peraturan pematuhan pendedahan maklumat alam sekitar tahap pendedahan dijangkakan akan meningkat (Nik Nazli & Maliah 2004). Kajian seperti Amran dan Devi (2008) telah membuktikan kerajaan mempunyai pengaruh yang besar dalam memastikan pematuhan kepada pendedahan maklumat tanggungjawab sosial korporat, terutamanya syarikat yang banyak bergantung kepada kerajaan atau dikawal oleh kerajaan.

Artikel ini seterusnya akan membincangkan teori yang mendasari penulisan ini, diikuti dengan kajian lepas dan pembentukan hipotesis. Bahagian seterusnya akan membincangkan metodologi kajian yang digunakan, penemuan kajian dan diakhiri dengan kesimpulan kajian.

TEORI YANG MENDASARI KAJIAN

Kajian ini dijalankan berdasarkan kepada dua teori utama; iaitu teori legitimasi dan teori etika. Kedua-dua teori ini penting kerana ianya mempunyai peranan dalam pelaporan maklumat alam sekitar. Teori legitimasi mencadangkan tujuan sesebuah organisasi melaporkan maklumat alam sekitar adalah bagi memenuhi tuntutan masyarakat (Cormier *et al.* 2004). Gray *et al.* (1996) mendefinisikan teori legitimasi sebagai keadaan yang mana operasi organisasi boleh diteruskan sekiranya masyarakat berpendapat organisasi tersebut beroperasi pada sistem nilai yang sama dengan sistem nilai masyarakat. Pandangan yang sama dikongsi oleh Deegan *et al.* (2002) dan Lindblom (1994) di mana mereka mendefinisikan legitimasi sebagai "... *satu keadaan atau status yang wujud, yang mana nilai sesebuah entiti itu selari dengan sistem nilai sosial yang lebih luas, (entiti merupakan sebahagian daripadanya). Apabila berlaku ketidakselarian antara dua sistem tersebut, maka ia akan menyebabkan legitimasi entiti tersebut terancam*". Ini bermakna, syarikat perlu memastikan bahawa aktiviti syarikat selari dengan kehendak masyarakat atau kehendak pemegang taruhan bagi memastikan syarikat dapat terus beroperasi dengan baik.

Memandangkan maklumat alam sekitar penting kepada pengguna (Deegan & Rankin 1999), maka legitimasi dapat diperolehi melalui pelaporan maklumat alam sekitar. Ini kerana masyarakat dan pemegang taruhan dapat menilai prestasi alam sekitar syarikat (Deegan *et al.* 2002). Walau bagaimanapun kajian lepas telah membuktikan terdapat perbezaan di antara tahap pelaporan dengan prestasi sebenar syarikat (Buhr 1998; Romlah *et al.* 2002). Ini menunjukkan laporan maklumat alam sekitar digunakan oleh syarikat sebagai proses legitimasi dan ia tidak menggambarkan prestasi alam sekitar yang sebenar. Dengan kata lain, pelaporan yang dibuat hanya sebagai strategi legitimasi syarikat walaupun

ianya tidak selari dengan apa yang diharapkan oleh pengguna.

Kebanyakan kajian yang menggunakan teori legitimasi dijalankan di barat dan negara membangun. Kajian yang mengaitkan pelaporan alam sekitar dengan teori legitimasi di negara sedang membangun adalah terhad. Dua kajian terkini yang mengaitkan teori legitimasi dan pelaporan alam sekitar di negara membangun telah dilaporkan oleh Nik Nazli dan Maliah (2004) dan de Villiers dan van Staden (2006). Kedua-dua kajian melaporkan bahawa syarikat-syarikat di negara ini menggunakan teori legitimasi dalam melaporkan alam sekitar. Ini kerana pelaporan maklumatnya adalah berbentuk perhubungan awam bagi meningkatkan imej dan reputasi syarikat (Nik Nazli & Maliah 2004) dan mengurangkan pelaporan maklumat alam sekitar apabila legitimasi mereka terancam (de Villiers & van Staden, 2006). Oleh itu, penggunaan teori legitimasi tidak boleh dihadkan bagi tujuan berbentuk positif tetapi juga boleh digunakan bagi tindakan sebaliknya apabila pendedahan berlebihan akan memberi kesan yang tidak baik kepada syarikat.

JURANG LEGITIMASI DAN PELAPORAN MAKLUMAT ALAM SEKITAR

Jurang legitimasi terjadi apabila jangkaan masyarakat berbeza dengan aktiviti yang dilaksanakan oleh syarikat (O'Donovan 2002). Menurut Wartick dan Mahon (1994), jurang legitimasi terjadi disebabkan oleh; 1) keadaan yang mana prestasi syarikat berubah sedangkan jangkaan masyarakat terhadap prestasi syarikat kekal sama; 2) keadaan yang mana jangkaan masyarakat ke atas prestasi syarikat berubah sedangkan prestasi syarikat kekal sama; 3) keadaan yang mana prestasi syarikat dan jangkaan masyarakat berubah, tetapi bergerak ke arah yang bertentangan, atau bergerak ke arah yang sama tetapi berbeza dari segi masa.

Jurang legitimasi ini berkait dengan jurang pendapat. Jurang pendapat terjadi apabila pendapat pengguna maklumat berbeza dengan penyedia maklumat (Deegan & Rankin 1999). Kadang kala sesuatu kumpulan pengguna akan diabaikan jika penyedia maklumat merasakan kumpulan ini tidak mempunyai kuasa yang besar (de Villiers & van Staden 2006). Selain dari mengabaikan pengguna penyedia mungkin akan menyediakan maklumat yang minima (Neu *et al.* 1998) bagi mengelakkan pertanyaan atau pemeriksaan yang lebih lanjut (de Villiers & van Staden 2006). Apabila ini berlaku, pelaporan yang dikeluarkan oleh penyedia maklumat tidak memenuhi kehendak pengguna maklumat. Ia seterusnya akan mewujudkan jurang legitimasi dan mempengaruhi legitimasi syarikat (O'Dwyer 2001). Penyedia maklumat boleh mengurangkan jurang legitimasi dengan memenuhi tuntutan maklumat pengguna maklumat (O'Donovan 2002). Oleh itu, di dalam isu maklumat alam sekitar, pelaporan maklumat alam sekitar yang menepati kehendak

pengguna maklumat dapat digunakan bagi mengekalkan legitimasi syarikat (Gray *et al.* 1996).

Bagi sesetengah penyedia maklumat, mereka menjalankan taktik legitimasi dalam melaporkan maklumat alam sekitar bagi mengekalkan legitimasi syarikat (O'Donovan 2002; Huang & Kuang 2003). Keputusan untuk melapor atau tidak melaporkan maklumat alam sekitar bergantung kepada sejauh mana signifikan sesuatu isu itu terhadap legitimasi syarikat (O'Donovan 2002). Terdapat syarikat yang tidak melaporkan isu yang signifikan kerana bimbang tindakan mereka akan mengurangkan legitimasi aktiviti syarikat (O'Donovan 2002). Namun sekiranya mereka tidak melaporkan tetapi kemudian dilaporkan oleh pihak lain seperti kerajaan atau media, maka legitimasi syarikat akan terancam (Adams 2004). Teori legitimasi organisasi meramalkan bahawa syarikat akan melakukan apa sahaja bagi menjaga imej legitimasi mereka (de Villiers & van Staden 2006). Bagi syarikat yang melaksanakan taktik legitimasi sebagai strategi legitimasi, maka pelaporan yang dibuat adalah tidak berkualiti kerana tidak telus dan konsisten. Ini kerana mereka boleh mengurangkan pendedahan maklumat pada satu masa atau merubah jenis atau bentuk pendedahan sekiranya mendapati ianya akan mengancam legitimasi mereka (de Villiers & van Staden 2006). Namun sekiranya syarikat melaporkan maklumat alam sekitar kerana akauntabiliti, pelaporan yang dibuat adalah lebih jelas dan berkualiti (O'Dwyer 2001). Maklumat yang berkualiti diperlukan oleh pengguna maklumat bagi membantu mereka membuat keputusan.

IDEOLOGI ETIKA DAN PELAPORAN ALAM SEKITAR

Forsyth (1980) telah mencadangkan dua ideologi etika, iaitu idealisma dan relativisma bagi menerangkan pembuatan keputusan beretika. Individu yang tinggi etika idealismanya percaya bahawa kelakuan moral yang 'betul' akan menghasilkan kesan yang baik. Oleh itu mereka menggunakan asas moral mutlak (nilai mutlak merupakan nilai yang kebajikannya tidak bergantung kepada situasi atau peraturan khusus sesebuah masyarakat (Abdul Rahman 1999) apabila membuat pertimbangan (Forsyth 1980). Sebagai contoh, doktor menipu pesakit yang mengidap sakit serius tentang keupayaan mereka untuk sembuh. Walaupun penipuan tersebut mungkin akan memberikan banyak kesan positif kepada saudara mara pesakit dan pesakit itu sendiri, namun penipuan tetap penipuan (Forsyth 1980). Ia adalah tetap tindakan yang tidak bermoral. Oleh itu individu yang tinggi idealismanya membuat keputusan beretika bukan dengan menilai akibat kepada sesuatu perbuatan, tetapi membuat keputusan berdasarkan peraturan moral yang telah diterima secara universal.

Etika relativisma pula merupakan satu ideologi yang menyatakan betul atau salah sesuatu tindakan itu

bergantung kepada penerimaan dalam budaya dan masyarakat setempat (Shaw 1991). Sesuatu tindakan itu mungkin dianggap betul oleh satu kelompok masyarakat tetapi tidak dapat diterima oleh kelompok masyarakat lain. Sebagai contoh pengguguran merupakan satu tindakan yang salah dari segi agama tetapi ia diterima sebagai satu tindakan bermoral di sesebuah negara bagi tujuan mengawal kadar kelahiran. Oleh itu individu yang beretika relativisma berpandangan bahawa sesuatu tindakan tidak boleh dikatakan betul atau salah, kerana sesuatu pendapat itu bergantung kepada penilaian masyarakat atau budaya setempat.

Pelaporan sosial korporat boleh dikategorikan sebagai ideologi etika relativisma kerana amalan pelaporan adalah berbeza antara negara (Lewis dan Unerman 1999). Syarikat dalam negara yang masyarakatnya mementingkan tanggungjawab sosial korporat akan lebih cenderung melaporkan maklumat tersebut berbanding syarikat dalam negara di mana masyarakatnya kurang mementingkan tanggungjawab sosial korporat. Lewis dan Unerman (1999) turut menyatakan etika relativisma dikaitkan dengan sikap penyedia maklumat yang melaporkan maklumat tersebut. Individu yang mempunyai ideologi relativisma tinggi memilih untuk beretika atau membuat pelaporan alam sekitar dalam situasi tertentu (Vitell *et al.* 2003).

Penyedia maklumat mungkin melaporkan maklumat sebagai perlaksanaan akauntabilitinya, serta memberikan gambaran yang tepat tentang kesan operasi syarikat terhadap masyarakat dan alam sekitar. Namun terdapat juga penyedia maklumat yang melaporkan maklumat untuk meyakinkan masyarakat bahawa syarikat beroperasi mengikut nilai masyarakat. Maka, penyedia maklumat tersebut menggunakan pelaporan maklumat alam sekitar sebagai strategi legitimasi dan dipengaruhi oleh etika relativisma.

Berdasarkan perbincangan di atas, kajian ini menggunakan ideologi etika Forsyth (1980) bagi mengukur tahap etika individu idealisma dan relativisma. Sebagaimana yang telah dibincangkan, ideologi etika idealisma dikaitkan dengan individu yang mempunyai pandangan beretika berdasarkan moral mutlak, sedangkan individu yang berideologi etika relativisma akan memberikan pandangan beretika bergantung kepada situasi.

KAJIAN LEPAS DAN PEMBENTUKAN HIPOTESIS KAJIAN

PERBEZAAN PENDAPAT KEPENTINGAN MAKLUMAT ALAM SEKITAR

Secara umumnya penyedia maklumat bersetuju bahawa penglibatan syarikat dalam aktiviti yang boleh meningkatkan kualiti hidup masyarakat dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang (Md Zabid &

Saaidiatul 2002) dan mengelak dari dikenakan lebih banyak peraturan oleh pihak berkuasa (Quazi 2003). Pelaporan maklumat juga penting untuk meningkatkan imej syarikat (Che Zuriana *et al.* 2004), digunakan sebagai alat untuk mendapatkan, mengekalkan dan mempertahankan legitimasi (O'Dwyer 2001; O'Donovan 2002). Malah mereka berpendapat isu alam sekitar perlu diambilkira dalam pembentukan strategi korporat (Banerjee 2002). Oleh itu penyedia maklumat bersetuju bahawa mereka bertanggungjawab untuk melaporkan maklumat alam sekitar kepada pengguna maklumat (Nik Nazli & Nor Liana Akida 2005).

Seperti penyedia, pengguna maklumat juga berpendapat bahawa maklumat alam sekitar adalah penting dan material dalam proses pembuatan keputusan (Deegan & Rankin 1996). Ini kerana pengguna berhak mengetahui kesan aktiviti syarikat ke atas masyarakat dan alam sekitar (O'Dwyer *et al.* 2005; Epstein & Freedman 1994). Oleh itu, bagi mereka penyedia maklumat perlu melaporkan maklumat yang mempunyai kredibiliti dan menggambarkan prestasi alam sekitar yang sebenar beserta bukti-bukti nyata tentang prestasi alam sekitar syarikat (O'Dwyer *et al.* 2005). Disebabkan maklumat alam sekitar penting kepada mereka, ada yang merasakan ianya perlu dilaporkan secara berasingan dari laporan tahunan syarikat (O'Dwyer *et al.* 2005).

Walaupun kedua-dua pihak merasakan maklumat alam sekitar penting (Md Zabid & Saaidiatul 2002; Nik Nazli & Nor Liana Akida 2005; Che Zuriana *et al.* 2004; Banerjee 2002; Quazi 2003; Deegan & Rankin 1996; O'Dwyer *et al.* 2005; Epstein & Freedman 1994; Thompson & Cowton 2004) dan perlu dilaporkan, kajian lepas mendapati maklumat alam sekitar yang dilaporkan tidak berkualiti dan tidak memenuhi keperluan pengguna maklumat (Thompson 2002; Thompson & Zarina 2004; Romlah *et al.* 2002, Nik Nazli & Maliah 2004). Kegagalan penyedia maklumat memenuhi keperluan maklumat pengguna mungkin disebabkan perbezaan pendapat di antara mereka tentang kepentingan maklumat alam sekitar (Deegan & Rankin 1999; Pierce & O'Dea 2003). Pengguna maklumat didapati "lebih" mementingkan maklumat tersebut berbanding penyedia maklumat (Deegan & Rankin 1999).

Berdasarkan teori legitimasi, jurang legitimasi terjadi apabila terdapat perbezaan di antara pandangan pengguna maklumat dengan tindakan penyedia maklumat dalam melaporkan maklumat alam sekitar (O'Donovan 2002). Pendapat pengguna maklumat berbeza dengan penyedia maklumat kerana pengguna maklumat memerlukan maklumat yang telus dan berkualiti untuk pembuatan keputusan (Belkaoui 2000), manakala penyedia maklumat pula perlu mengambilkira kos dan manfaat kesan dari pelaporan maklumat tersebut (Belkaoui 2000). Oleh itu, kajian ini menjangkakan wujud perbezaan pandangan di antara kedua-dua pihak ini menyebabkan pelaporan yang disediakan oleh penyedia maklumat tidak dapat memenuhi kehendak maklumat

pengguna maklumat. Dengan itu hipotesis yang dikaji adalah seperti berikut:

H1(a): Wujud perbezaan pendapat antara pengguna maklumat dengan penyedia maklumat tentang kepentingan maklumat alam sekitar.

Nilai dan norma syarikat berbeza dengan nilai dan norma pemegang taruhannya (Maignan *et al.* 2005). Setiap perniagaan mempunyai nilai dan norma tersendiri merujuk kepada budaya dan operasi syarikat dan ianya berkait dengan nilai etika penyedia maklumat (Maignan *et al.* 2005). Nilai dan norma syarikat dengan pemegang taruhan perlu selari bagi membantu syarikat memenuhi kehendak pemegang taruhan dari segi tanggungjawab sosial (Maignan *et al.* 2005) seterusnya membantu syarikat merancang operasi syarikat kerana pemegang taruhan mempunyai kuasa yang dapat mempengaruhi operasi syarikat melalui cara menarik balik sumber yang telah diberikan kepada syarikat (Maignan *et al.* 2005). Antara lain, pemegang saham boleh menarik balik pelaburannya, pembekal memberhentikan bekalan bahan atau pengetahuan, komuniti setempat tidak membenarkan menggunakan infrastruktur dan lokasi, pengguna produk hilang kesetiaan dan penyebaran berita negatif daripada media. Oleh itu bagi mengelakkan perkara sedemikian dari berlaku dan seterusnya menjejaskan keuntungan dan survival syarikat, maka syarikat perlu memastikan jurang nilai dan norma adalah kecil di antara syarikat dengan pemegang taruhan.

Kajian lepas telah mendapati bahawa penyedia maklumat di Malaysia melaporkan maklumat alam sekitar yang kurang berkualiti dan tidak memenuhi keperluan maklumat pengguna maklumat (Thompson 2002; Thompson & Zarina 2004; Romlah *et al.* 2002; Nik Nazli & Maliah 2004). Hal ini berlaku mungkin disebabkan perbezaan nilai norma yang berkait dengan nilai etika. Oleh itu kajian ini ingin melihat perbezaan nilai etika penyedia maklumat berbanding pengguna maklumat. Oleh itu hipotesis berikut telah dibentuk:

H1(b): Wujud perbezaan nilai etika antara penyedia maklumat dengan pengguna maklumat.

IDEOLOGI ETIKA DAN PANDANGAN INDIVIDU

Individu yang mempunyai etika idealisma tinggi percaya bahawa kelakuan moral yang 'betul' akan menghasilkan kesan yang baik (Forsyth 1908). Mereka mengamalkan etika berdasarkan moral mutlak (Forsyth 1980) dan berpendapat sesuatu tindakan itu dikatakan bermoral sekiranya ia diterima secara mutlak oleh seluruh masyarakat (Sabri 2001). Kajian Etheredge (1999) telah mendapati golongan yang tinggi etika idealisma merupakan golongan yang mementingkan etika dan tanggungjawab sosial. Golongan ini juga berpendapat bahawa tanggungjawab sosial dan etika penting bagi

mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang (Singhapakdi *et al.* 1996). Oleh itu individu yang berpegang kepada ideologi etika idealisme dikatakan mementingkan maklumat alam sekitar. Oleh itu hipotesis berikut telah dilakukan:

H2(a): Tahap etika idealisma berhubungan secara positif dengan kepentingan maklumat alam sekitar.

Berbeza dengan etika idealisme, individu yang berideologi relativisma tinggi akan menolak peraturan moral universal dan bertindak beretika berdasarkan situasi (Forsyth 1980). Mereka bertindak berdasarkan faedah kebaikan jangka panjang yang akan diperolehi sebagai piawai untuk mengukur kebenaran sesuatu tindakan (Sabri 2001). Oleh itu amalan pelaporan maklumat sosial yang berbeza-beza di antara negara mungkin disebabkan amalan etika relativisma di kalangan penyedia maklumat (Lewis dan Unerman 1999). Dengan kata lain, sekiranya masyarakat sesebuah negara mementingkan tanggungjawab sosial, maka maklumat tersebut akan dilaporkan, begitulah sebaliknya.

Namun begitu golongan yang tinggi etika relativismanya berpendapat tanggungjawab sosial tidak boleh seiring dengan keuntungan samada dalam jangka pendek atau panjang (Singhapakdi *et al.* 1996). Mereka dengan itu akan memilih untuk tidak menjalankan tanggungjawab sosial apabila berhadapan dengan situasi persaingan, keuntungan, survival dan kecekapan (Etheredge 1999). Oleh yang demikian, etika relativisma dijangka berhubungan secara negatif dengan tanggungjawab sosial dan secara khusus kepentingan maklumat alam sekitar. Oleh itu hipotesis yang diuji adalah seperti berikut:

H2(b): Tahap etika relativisma berhubungan secara negatif dengan kepentingan maklumat alam sekitar.

PERANAN IDEOLOGI ETIKA DAN TINDAKAN MELAPOR

Tindakan individu dikatakan dipengaruhi oleh nilai etika (Marta *et al.* 2004). Individu yang mementingkan etika akan bertindak beretika (Vitell *et al.* 2003; Marta *et al.* 2004). Namun, pembuatan keputusan beretika boleh dipengaruhi faktor organisasi, kod profesional, polisi korporat dan ganjaran (Ferrell & Gresham 1985; Rallapalli *et al.* 1998), tahap pendidikan (Miesing & Preble 1985), pengalaman dan usia (Al-Shaikh 2003), perbezaan negara (Singhapakdi *et al.* 2001), dan persekitaran organisasi (Rallapalli *et al.* 1998; Beu & Buckley 2004; Gupta & Sulaiman 1996). Dalam membuat keputusan untuk melaporkan maklumat alam sekitar, penyedia maklumat dipengaruhi oleh strategi legitimasi yang dilaksanakan oleh syarikat. Berdasarkan strategi legitimasi, maklumat alam sekitar dilaporkan sekiranya penyedia maklumat merasakan isu tersebut signifikan, tetapi kadangkala

penyedia maklumat membuat keputusan agar tidak melaporkannya bagi mengelakkan pandangan negatif pengguna maklumat (O'Donovan 2002).

Bagi individu yang beridealisma tinggi, mereka membuat tindakan beretika tanpa mengambilkira kesan dari tindakan (Forsyth 1980), sedangkan individu yang berrelativisma tinggi membuat tindakan beretika berdasarkan kepada situasi (Forsyth 1980). Oleh kerana pelaporan maklumat alam sekitar merupakan tindakan beretika penyedia maklumat dalam melaksanakan akauntabiliti pelaporan maklumat (Gray *et al.* 1996), maka dijangkakan individu yang idealisma tinggi akan mementingkan tindakan untuk melapor maklumat alam sekitar. Ini adalah kerana individu yang tinggi idealisma merupakan individu yang mementingkan etika dan tanggungjawab sosial dalam apa juga keadaan (Etheredge 1999). Individu yang berideologi relativisma pula membuat keputusan untuk bertindak bergantung kepada kesan dari tindakan (Vitell *et al.* 2003). Adalah dijangkakan individu yang tinggi relativisma akan cenderung untuk tidak melaporkan maklumat alam sekitar sekiranya maklumat tersebut mempengaruhi persaingan, keuntungan dan survival syarikat (Etheredge 1999; Singhapakdi *et al.* 1996). Mereka juga dijangka cenderung untuk menjalankan strategi legitimasi dengan tidak melaporkan secara telus kesan aktiviti syarikat terhadap alam sekitar kerana bimbang tindakan mereka itu akan memberi kesan kepada legitimasi syarikat (O'Donovan 2002). Oleh itu, hipotesis ketiga kajian ialah:

H3(a): Wujud perbezaan etika idealisma antara penyedia yang melaporkan maklumat alam sekitar dengan penyedia yang tidak melapor maklumat alam sekitar.

H3(b): Wujud perbezaan etika relativisma antara penyedia yang melaporkan maklumat alam sekitar dengan penyedia yang tidak melapor maklumat alam sekitar.

METODOLOGI

REKABENTUK KAJIAN

Kajian ini menggunakan soal selidik berstruktur untuk mengutip data. Kaedah ini dilakukan untuk mencapai responden yang sukar dihubungi, melibatkan kos yang rendah, dan memberi ruang responden berfikir sebelum menjawab soalan (Cooper & Schindler 2003). Responden bagi kajian ini adalah pengguna dan penyedia maklumat alam sekitar.

PEMILIHAN SAMPEL

Sampel kajian terdiri daripada penyedia maklumat dan pengguna maklumat alam sekitar. Sampel penyedia maklumat dipilih daripada pengurus syarikat yang

tersenarai di Papan Utama Bursa Malaysia. Sampel pengguna maklumat pula terdiri daripada, 1) broker saham dan penyelidik dari syarikat-syarikat sekuriti yang diluluskan oleh Bursa Malaysia, 2) pengurus dan penolong pengurus bahagian kredit syarikat kewangan yang tersenarai di Bursa Malaysia dan 3) pensyarah perakaunan universiti awam di Malaysia.

Penentuan sampel penyedia maklumat alam sekitar

Jumlah syarikat tersenarai di Papan Utama Bursa Malaysia sehingga 19 Ogos 2005 adalah 639. Berdasarkan kepada Malhotra (1993), 240 buah syarikat telah dikenalpasti sebagai kerangka sampel kajian. Sampel kajian seterusnya dipilih secara rawak menggunakan penjana rawakan nombor yang didapati dalam *ranking Excel*. Bilangan ini menepati anggaran saiz sampel seperti dalam jadual saiz sampel oleh Sekaran (2003).

Jadual 1 menunjukkan sampel penyedia maklumat alam sekitar berdasarkan sektor industri. Jadual menunjukkan sektor barangan industri merupakan sampel terbanyak dengan bilangan 46 syarikat. Manakala sampel terkecil, iaitu satu syarikat, mewakili sektor perhotelan.

JADUAL 1. Sampel penyedia maklumat berdasarkan industri

Industri	Bil
Barangan industri	46
Pembinaan	40
Khidmat dagangan	40
Perladangan	39
Hartanah	31
Barangan pengguna	26
Kewangan	10
Teknologi	5
Infrastruktur	2
Perhotelan	1
Jumlah	240

Penentuan sampel pengguna maklumat alam sekitar

Sebagaimana yang telah disebut sebelumnya, sampel pengguna maklumat yang dipilih terdiri daripada, 1) broker saham dan penyelidik dari syarikat sekuriti yang diluluskan oleh Bursa Malaysia, 2) pengurus dan penolong pengurus bahagian kredit syarikat kewangan yang tersenarai di Bursa Malaysia, dan 3) pensyarah perakaunan universiti awam di Malaysia. Pemilihan sampel ini adalah berdasarkan kajian oleh Deegan dan Rankin (1999) yang menyenaraikan kumpulan tersebut sebagai sampel pengguna maklumat alam sekitar.

Maklumat syarikat broker saham dan syarikat kewangan diperolehi dari laman sawang Bursa Malaysia. Terdapat 34 buah syarikat sekuriti dan 10 buah syarikat kewangan yang disenaraikan di laman sawang tersebut. Seterusnya pengurus kewangan, pengurus kanan, pengurus operasi dan ketua penyelidik syarikat sekuriti,

dan pengurus, penolong pengurus dan ketua jabatan kawalan kredit syarikat kewangan telah dikenalpasti sebagai sampel kajian. Kajian ini juga telah mengenalpasti pensyarah perakaunan di tujuh (7) buah universiti awam sebagai pengguna laporan tahunan syarikat. Jadual 2 melaporkan bilangan sampel pengguna maklumat yang terlibat dalam kajian ini. Jadual melaporkan sebanyak 68 soal selidik telah dihantar kepada responden di syarikat sekuriti, 30 kepada responden di syarikat kewangan dan 35 kepada pensyarah-pensyarah universiti awam tempatan.

Pemilihan institusi kewangan sebagai sampel adalah kerana mereka menggunakan maklumat dalam laporan tahunan dalam keputusan memberikan pinjaman. Ahli akademik pula dipilih kerana mereka menggunakan maklumat perakaunan untuk pengajaran dan mungkin mereka juga merupakan pemegang saham.

JADUAL 2. Sampel pengguna maklumat

Sampel	Bil
Wakil syarikat sekuriti	68
Wakil syarikat kewangan	30
Wakil pensyarah perakaunan	35
Jumlah	133

PEMBENTUKAN SOAL SELIDIK

Kajian ini telah menggunakan soal selidik yang telah digunakan dalam kajian Deegan dan Rankin (1996, 1999), Jaggi dan Zhao (1996), Singhapakdi *et al.* (1996) dan Forsyth (1980). Soal selidik dibahagikan kepada tiga bahagian. Bahagian A menyenaraikan pernyataan berkaitan kepentingan maklumat alam sekitar, Bahagian B memberikan pernyataan berkaitan etika individu dan Bahagian C memberikan pernyataan berkaitan ciri-ciri demografik profil responden. Di samping itu, bagi menggalakkan responden menjawab dengan lengkap dan jujur, tiada pengenalan diri diminta.

PENGUKURAN PEMBOLEHUBAH

Pembolehubah dalam kajian ini terdiri daripada kepentingan maklumat alam sekitar, nilai etika individu,

dan pelaporan maklumat alam sekitar. Pengukuran pembolehubah ini dilakukan berdasarkan maklumbalas dari soal selidik yang dihantar kepada pengguna dan penyedia maklumat alam sekitar. Pengukurannya adalah seperti berikut:

KEPENTINGAN MAKLUMAT ALAM SEKITAR

Pembolehubah kepentingan maklumat alam sekitar diukur berdasarkan pandangan pengguna dan penyedia maklumat terhadap tujuh (7) pernyataan tentang kepentingan maklumat alam sekitar. Kajian ini telah menggunakan dua (2) pernyataan dari Deegan dan Rankin (1996, 1999) dan lima (5) pernyataan dari Jaggi dan Zhao (1996). Jadual 3 menunjukkan senarai pernyataan yang digunakan untuk mengukur pendapat responden tentang kepentingan maklumat alam sekitar. Responden dikehendaki memberikan pandangan tentang perkara di atas menggunakan skala likert 5, yang mana 1 menunjukkan 'sangat tidak bersetuju' dan 5 'sangat setuju'. Pendapat responden terhadap pernyataan ini digunakan bagi mengetahui tahap pandangan responden (yang terdiri daripada pengguna maklumat dan penyedia maklumat) terhadap kepentingan maklumat alam sekitar.

NILAI ETIKA INDIVIDU

Kajian ini menguji samada etika mempengaruhi pandangan tentang kepentingan maklumat alam sekitar. Bagi mengukur etika individu, kajian ini menggunakan instrumen yang dibangunkan oleh Forsyth (1980) serta diguna oleh Singhapakdi *et al.* (1996) dan Etheredge (1999). Sebanyak 20 pernyataan telah dibentuk bagi mengukur etika individu, yang mana masing-masing 10 pernyataan diguna bagi menguji tahap etika idealisma dan etika relativisma seseorang.

Jadual 4 dan 5 masing-masing menunjukkan senarai pernyataan yang digunakan bagi mengukur nilai etika idealisma dan relativisma. Bagi setiap pernyataan, responden perlu memberi pandangan melalui pemilihan skala likert 5, yang mana 1 menunjukkan 'sangat tidak bersetuju' dan 5 'sangat setuju'. Hasil maklumbalas akan menentukan kecenderungan nilai etika kedua-dua kumpulan responden. Individu yang mempunyai nilai etika idealisma yang tinggi dijangka akan membuat keputusan berdasarkan peraturan moral yang telah

JADUAL 3. Pernyataan tentang kepentingan maklumat alam sekitar

Bil	Pernyataan	Sumber
1.	Maklumat alam sekitar adalah material kepada pembuatan keputusan pengguna maklumat	Deegan dan Rankin (1996, 1999)
2.	Maklumat alam sekitar adalah penting kepada pengguna maklumat	Deegan dan Rankin (1996, 1999)
3.	Sumbangan ke atas pemuliharaan alam sekitar dapat meningkatkan imej syarikat	Jaggi dan Zhao (1996)
4.	Syarikat akan mempunyai imej yang lebih baik jika ia melaporkan maklumat alam sekitar	Jaggi dan Zhao (1996)
5.	Pemegang taruhan mempunyai hak ke atas maklumat alam sekitar	Jaggi dan Zhao (1996)
6.	Pengurusan mempunyai tanggungjawab ke atas pelaporan maklumat alam sekitar	Jaggi dan Zhao (1996)
7.	Pelaporan maklumat alam sekitar akan menjadi amalan dalam masa terdekat	Jaggi dan Zhao (1996)

JADUAL 4. Nilai etika idealisma

Bil	Pernyataan
1.	Tindakan walaupun sedikit tidak boleh sengaja membahayakan orang lain
2.	Mendedahkan seseorang kepada bahaya walaupun sedikit tidak boleh diterima
3.	Tidak boleh membahayakan seseorang dari segi psikologi atau fizikal
4.	Perkara yang membahayakan orang lain adalah salah dilakukan walaupun ada faedah disebaliknya
5.	Tidak boleh melakukan tindakan yang mengancam kemuliaan dan kebajikan orang lain
6.	Tidak boleh membahayakan pihak yang tidak bersalah
7.	Mengimbangi kesan positif dengan kesan negatif dari sebarang tindakan adalah tidak bermoral
8.	Kemuliaan dan kebajikan adalah paling diutamakan dalam mana-mana masyarakat
9.	Tidak boleh mengorbankan kebajikan orang lain
10.	Tindakan bermoral adalah merupakan tindakan yang ideal

JADUAL 5. Nilai etika relativisma

Bil	Pernyataan
1.	Tiada prinsip etika yang sangat penting yang boleh menjadi sebahagian dari kod etika
2.	Etika berbeza mengikut situasi dan masyarakat
3.	Piawai moral dilihat sebagai individualistik: apa yang dianggap bermoral kepada seseorang mungkin tidak bermoral bagi orang lain
4.	Bermoral tidak boleh dibandingkan dengan kebenaran
5.	Persoalan tentang etika tidak boleh diselesaikan kerana bermoral atau tidak, bergantung kepada individu
6.	Piawai moral adalah peraturan individu; yang menentukan bagaimana seseorang perlu berkelakuan; ia tidak digunakan sebagai sandaran dalam menilai orang lain
7.	Etika dalam pergaulan sangat kompleks, individu perlu dibenarkan memformulasikan kod etikanya sendiri
8.	Rigidnya penentuan etika, yang menghalang sesuatu tindakan menyebabkan terhalangnya hubungan yang lebih baik di antara manusia dan sebarang penyesuaian
9.	Tiada peraturan berkaitan dengan pembohongan boleh diformulasikan; pembohongan dibenar atau tidak, bergantung kepada keadaan
10.	Sama ada pembohongan itu dinilai sebagai bermoral atau tidak, bergantung kepada keadaan di sekitar tindakan

diterima secara universal. Oleh itu mereka cenderung untuk menyokong atau bersetuju dengan pelaporan alam sekitar berbanding mereka yang mempunyai nilai etika relativisma yang tinggi.

PELAPORAN MAKLUMAT ALAM SEKITAR DALAM LAPORAN TAHUNAN

Untuk mendapatkan maklumat pelaporan alam sekitar, penyedia maklumat dikehendaki menjawab soalan berikut; "Adakah syarikat anda pada masa sekarang melaporkan maklumat alam sekitar dalam laporan tahunan syarikat". Responden perlu memilih jawapan *Ya* atau *Tidak* dalam soal selidik yang diberi.

PENGUTIPAN DATA DAN ANALISIS DATA

Soal selidik dihantar melalui pos kepada penyedia dan pengguna maklumat yang telah dipilih sebagai sampel. Responden diberikan masa dua bulan (lapan minggu) untuk menjawab dan menghantar semula soal selidik tersebut kepada pengkaji. Bagi meningkatkan kadar maklumbalas, soal selidik tersebut disertakan dengan surat iringan menerangkan secara ringkas tujuan kajian serta memberi jaminan bahawa kajian ini bertujuan untuk pembelajaran sahaja. Selain itu, soal selidik juga telah

disertakan dengan sampul beralamat sendiri serta bersetem.

Data yang diperolehi terlebih dahulu diuji kesahan dan kebolehpercayaan menggunakan *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* merupakan satu pekali kebolehpercayaan yang mengukur sejauhmana item-item di dalam satu set berhubung secara positif di antara satu sama lain (Sekaran 2003). Ujian kebolehpercayaan ini dijalankan ke atas pembolehubah utama iaitu kepentingan maklumat alam sekitar dan nilai etika individu. Nilai alpha bagi skala yang melebihi 0.6 menunjukkan tahap kebolehpercayaan yang tinggi bagi skala tersebut (Malhotra 1993).

HASIL KAJIAN

SAMPEL

Sebanyak 240 dan 133 soal selidik masing-masing telah dihantar kepada penyedia dan pengguna maklumat alam sekitar. Sejumlah 48 soal selidik telah dikembalikan oleh penyedia maklumat dan 57 soal selidik dikembalikan oleh pengguna maklumat. Ianya mewakili pengguna (42.9%) dan penyedia (20%) maklumat alam sekitar. Jadual 6 menunjukkan bilangan sampel dan responden yang

JADUAL 6. Bilangan sampel dan responden kajian

	Bilangan Sampel	Bilangan Responden	Peratusan
Pengguna Maklumat	133	57	43%
Penyedia Maklumat	240	48	20%
Jumlah	373	105	

diperolehi berdasarkan jumlah soal selidik yang dipulangkan.

Jadual 7 melaporkan pengkelasan responden penyedia maklumat berdasarkan industri. Kebanyakan responden bekerja dalam industri barangan pengguna (29.2%). Ini diikuti oleh mereka yang bekerja dalam industri barangan industri (22.9%) dan industri pembinaan (16.7%). Manakala responden penyedia maklumat terkecil adalah mereka yang bekerja dalam industri infrastruktur (2.1%).

JADUAL 7. Taburan penyedia maklumat mengikut industri

Industri	Bilangan Penyedia Maklumat	Peratus (%)
Barangan Pengguna	14	29.2
Barangan Industri	11	22.9
Pembinaan	8	16.7
Kewangan	5	10.4
Perladangan	4	8.3
Khidmat/dagangan	3	6.3
Teknologi	2	4.2
Infrastruktur	1	2.1
Jumlah	48	100

ANALISIS DESKRIPTIF

KEPENTINGAN MAKLUMAT ALAM SEKITAR

Secara keseluruhan, responden memberikan skor yang tinggi bagi setiap pernyataan mengenai kepentingan maklumat alam sekitar (Jadual 8). Purata nilai skor adalah 3.796. Jadual menunjukkan responden memberikan skor

yang tertinggi untuk dua pernyataan yang berkaitan dengan imej syarikat. Pernyataan “sumbangan ke atas alam sekitar dapat meningkatkan imej syarikat” diberikan nilai purata tertinggi (4.057) diikuti nilai purata 3.991 untuk pernyataan “syarikat akan mempunyai imej yang lebih baik jika melaporkan maklumat alam sekitar”. Hasil kajian ini adalah konsisten dengan Jaggi dan Zhao (1996).

ETIKA INDIVIDU

Kajian ini mengkaji etika individu berdasarkan nilai etika idealisma dan etika relativisma. Sebagaimana yang dibincang sebelumnya, nilai etika idealisma dan etika relativisma ini diukur menggunakan skala likert (1 – 5) ke atas 20 pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Jadual 9 menunjukkan, secara keseluruhan, responden menunjukkan etika idealisma yang tinggi iaitu pada nilai purata 4.236. Jadual juga menunjukkan secara keseluruhan responden sangat tidak bersetuju terhadap pernyataan yang mengukur tahap etika relativisma kerana skor yang diperolehi adalah 2.531 sahaja.

PENGUJIAN DATA

Pengujian data dilakukan dengan menggunakan analisis kebolehpercayaan. Analisis ini dijalankan bagi mengenalpasti sama ada sesuatu konstruk kajian adalah konsisten dan stabil sebagai konstruk kajian yang hendak diuji (Sekaran 2005). Jadual 10 melaporkan keputusan analisis kebolehpercayaan bagi setiap elemen pembolehubah yang diuji dalam kajian ini. Hasil ujian menunjukkan bahawa nilai koefisien *Alpha Cronbach* yang diperolehi bagi pembolehubah kepentingan

JADUAL 8. Maklumat deskriptif kepentingan maklumat alam sekitar

Pernyataan(N=105)	Minimum	Maksimum	Purata Piawai	Sisihan
Sumbangan ke atas alam sekitar dapat meningkatkan imej syarikat	1.00	5.00	4.057	0.875
Syarikat akan mempunyai imej yang lebih baik jika melaporkan maklumat alam sekitar	1.00	5.00	3.991	0.946
Pemegang taruhan mempunyai hak ke atas maklumat alam sekitar	2.00	5.00	3.981	0.808
Pelaporan alam sekitar akan menjadi amalan dalam masa terdekat	2.00	5.00	3.771	0.901
Pengurusan mempunyai tanggungjawab ke atas pelaporan alam sekitar	1.00	5.00	3.743	0.910
Maklumat alam sekitar adalah material kepada pembuatan keputusan pengguna	2.00	5.00	3.629	1.012
Maklumat alam sekitar adalah penting kepada pengguna maklumat	1.00	5.00	3.391	1.079
Kepentingan maklumat alam sekitar (purata keseluruhan)	2.29	5.00	3.796	0.709

JADUAL 9. Maklumat deskriptif etika idealisma dan relativisma

Pernyataan (N=105)	Minimum	Maksimum	Purata Piawai	Sisihan
Idealisma keseluruhan	2.00	5.00	4.236	0.639
Relativisma keseluruhan	1.00	4.60	2.531	0.849

JADUAL 10. Keputusan analisis kebolehpercayaan item-item pengukuran pembolehubah

Pembolehubah	Alpha Cronbach
Kepentingan Maklumat Alam Sekitar	0.8756
Etika Idealisma	0.9353
Etika Relativisma	0.9414

maklumat alam sekitar, etika idealisma, dan etika relativisma masing-masing adalah 0.8756, 0.9353, dan 0.9414. Ini bermakna kesemua elemen/kenyataan yang mengukur pembolehubah yang berkaitan telah dapat mengukur pemboleh ubah tersebut secara stabil dan konsisten, memandangkan nilai *Alpha Cronbach* masing-masing yang melebihi 0.6 (Maholtra 1993).

PENGUJIAN HIPOTESIS

Terdapat 3 hipotesis yang perlu dibuktikan dalam kajian ini. Hipotesis pertama dan hipotesis ketiga diuji menggunakan ujian-t, manakala hipotesis kedua diuji menggunakan analisis korelasi. Hipotesis 1(a) diuji dengan menggunakan analisis ujian-t bagi mengetahui perbezaan pandangan antara pengguna maklumat dengan penyedia maklumat terhadap kepentingan maklumat alam sekitar. Hasil ujian hipotesis 1(a) dilaporkan dalam Jadual 11.

Secara keseluruhan jadual menunjukkan pengguna dan penyedia maklumat memberikan skor yang tinggi tentang kepentingan maklumat alam sekitar. Purata skor bagi pengguna dan penyedia masing-masing adalah 4.010 dan 3.539. Skor yang tinggi ini membawa maksud kedua-dua pihak mementingkan maklumat alam sekitar dilaporkan dalam laporan tahunan.

Hasil analisis ujian-t menunjukkan wujud perbezaan pandangan yang signifikan di antara skor pengguna dengan penyedia maklumat berdasarkan nilai $p < 0.01$. Ini

JADUAL 11. Keputusan analisis Ujian-t perbezaan pandangan responden terhadap kepentingan maklumat alam sekitar

	Skor Pengguna	Skor Penyedia	Nilai t(p)
Purata Keseluruhan Pandangan Responden Terhadap Kepentingan Maklumat Alam Sekitar	4.010	3.539	3.583**

**signifikan pada aras keertian $p < 0.01$

bermakna pengguna lebih mementingkan maklumat alam sekitar berbanding penyedia maklumat. Oleh itu kajian menerima hipotesis 1(a), iaitu wujud perbezaan pandangan dari segi kepentingan maklumat alam sekitar di antara pengguna maklumat dengan penyedia maklumat.

Hasil kajian adalah konsisten dengan hasil kajian lepas yang mengatakan pengurus syarikat atau penyedia maklumat berpendapat penglibatan syarikat dalam aktiviti sosial dan termasuk penjagaan alam sekitar adalah penting (Md Zabid & Saaidiatul 2002; Nik Nazli & Nor Liana Akida 2003) dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang (Md Zabid & Saaidiatul 2002) dan memperbaiki imej syarikat (Che Zuriana *et al.* 2004). Selain itu penglibatan dalam aktiviti sosial boleh digunakan untuk mendapatkan, mengekalkan dan mempertahankan legitimasi (O'Dwyer 2001).

Namun, hasil kajian yang mendapati wujud perbezaan pendapat yang signifikan tentang kepentingan maklumat ini di antara kedua pihak membawa maksud pengguna lebih mementingkan maklumat ini berbanding penyedia maklumat (Deegan & Rankin 1999). Perbezaan ini juga menjadi sebab mengapa syarikat di Malaysia masih lagi kurang membuat pelaporan dan maklumat yang dilaporkan masih tidak berkualiti dan tidak memenuhi keperluan pengguna maklumat (Thompson 2002; Thompson & Zarina 2004; Romlah *et al.* 2002; Nik Nazli & Maliah 2002). Perbezaan ini mungkin disebabkan perbezaan pandangan etika antara kedua-dua pihak (Lewis & Unerman 1999; Vitell *et al.* 2003), selain pihak pengurusan perlu juga menilai kos dan manfaat yang perlu ditanggung kesan dari pelaporan maklumat tersebut (Belkaoui 2000). Perbincangan mengenai perbezaan pandangan etika antara pengguna dan penyedia maklumat alam sekitar akan dibincangkan dalam bahagian seterusnya.

Seterusnya, kertas ini membentangkan pengujian Hipotesis 1(b). Hipotesis 1(b) bertujuan menguji samada wujud perbezaan nilai etika idealisma dan relativisma antara penyedia dengan pengguna maklumat. Hasil analisis ditunjukkan dalam Jadual 12. Secara keseluruhan Jadual 12 menunjukkan pengguna maklumat dan penyedia maklumat mempunyai etika idealisma yang tinggi berdasarkan skor yang melebihi 3. Walau bagaimanapun pengguna maklumat memberikan skor yang lebih tinggi bagi etika idealisma berbanding penyedia iaitu pada nilai purata 4.461 berbanding 3.969. Hasil analisis ujian-t pula menunjukkan wujud perbezaan nilai etika idealisma yang signifikan di antara kedua mereka pada nilai $p < 0.01$. Ini

JADUAL 12. Keputusan analisis Ujian-t nilai etika bagi pengguna dan penyedia maklumat

	Skor Pengguna	Skor Penyedia	Nilai t(p)
Nilai Etika Idealisma	4.461	3.969	4.246**
Nilai Etika Relativisma	2.218	2.904	-4.496**

** signifikan pada aras keertian $p < 0.01$

bermakna nilai etika idealisma pengguna adalah lebih tinggi berbanding nilai etika idealisma penyedia maklumat. Pengguna maklumat lebih berpendapat bahawa perbuatan beretika adalah bermoral tanpa mengambilkira kesan daripada perbuatan tersebut (Forsyth 1980). Oleh itu pelaporan maklumat alam sekitar adalah satu tindakan bermoral yang wajar dilakukan walau pun syarikat mungkin menanggung kos yang tinggi.

Jadual 12 juga melaporkan pengguna memberikan skor etika relativisma yang lebih rendah berbanding penyedia maklumat iaitu pada nilai purata 2.218 berbanding 2.904. Hasil ujian-t pula menunjukkan wujud perbezaan nilai etika relativisma yang signifikan di antara kedua mereka pada $p < 0.01$. Oleh itu kajian menerima hipotesis 1(b), iaitu perbezaan nilai etika antara penyedia maklumat dengan pengguna maklumat.

Skor nilai relativisma yang lebih tinggi oleh penyedia maklumat boleh dikaitkan dengan sikap melaporkan maklumat alam sekitar hanya dalam situasi tertentu sahaja (Vitell *et al.* 2003; Lewis & Unerman 1999) iaitu selepas membuat pertimbangan kos dan manfaat yang perlu ditanggung kesan dari pelaporan maklumat tersebut (Belkaoui 2000). Oleh itu syarikat tidak akan melaporkan maklumat tersebut jika jangkaan kos yang ditanggung lebih tinggi dari jangkaan manfaat yang akan diterima. Selain itu pelaporan dilakukan adalah mengikut budaya dan masyarakat setempat (Shaw 1991).

Jadual 13 pula menunjukkan hubungan di antara nilai etika idealisma dengan pandangan tentang kepentingan maklumat alam sekitar. Analisis korelasi mendapati bahawa nilai etika idealisma berhubung dengan pandangan tentang kepentingan maklumat alam sekitar berdasarkan nilai koefisien 0.568 pada $p < 0.001$. Ini membolehkan kajian menerima Hipotesis 2(a). Hubungan yang positif dan signifikan ini menyokong kajian Singhapakdi *et al.* (1996). Beliau telah mendapati individu yang mempunyai nilai etika idealisma tinggi lebih perihatin terhadap kebajikan orang lain. Malah menurut Rallapalli *et al.* (1998), pengurus yang mempunyai nilai norma etika yang tinggi akan memberikan pandangan yang lebih beretika.

Di mana;

KAS : Kepentingan Maklumat Alam Sekitar
ID : Etika Idealisma
RV : Etika Relativisma

JADUAL 13. Korelasi antara pembolehubah

Pembolehubah	ID	RV	KAS
ID	1.000		
RV	-0.567**	1.000	
KAS	0.568**	-0.655**	1.000

** korelasi signifikan pada aras keertian, $p < 0.001$ (ujian satu hujung).

Jadual 13 juga menunjukkan hubungan yang negatif dan signifikan di antara pembolehubah nilai etika relativisma dengan pandangan tentang kepentingan maklumat alam sekitar berdasarkan nilai -0.655 pada $p < 0.001$. Ini membolehkan kajian menerima Hipotesis 2(b). Hubungan yang negatif dan signifikan ini menyokong kajian Singhapakdi *et al.* (1996). Menurut beliau individu yang tinggi nilai etika relativisma merasakan etika dan tanggungjawab sosial kurang penting.

Jadual 14 pula menunjukkan keputusan analisis ujian-t bagi nilai etika individu iaitu etika idealisma dan etika relativisma dengan responden yang melapor dengan tidak melapor maklumat alam sekitar. Secara keseluruhan didapati etika idealisma penyedia yang melapor dan penyedia yang tidak melapor adalah tinggi melebihi skor 3. Hasil ujian-t menunjukkan terdapat perbezaan etika idealisma yang signifikan antara penyedia yang melapor maklumat alam sekitar dengan penyedia yang tidak melapor pada $p < 0.01$. Dengan ini Hipotesis 3(a) diterima. Ini bermakna penyedia yang melapor maklumat alam sekitar adalah lebih tinggi nilai etika idealisma berbanding penyedia yang tidak melapor maklumat alam sekitar berdasarkan nilai purata 4.235 berbanding nilai purata 3.724.

Jadual 14 juga menunjukkan secara keseluruhan nilai etika relativisma penyedia maklumat yang melapor adalah lebih rendah berbanding nilai etika relativisma penyedia maklumat yang tidak melapor, iaitu pada nilai purata 2.300 berbanding 3.460. Analisis ujian-t menunjukkan perbezaan nilai relativisma yang signifikan berdasarkan nilai $p < 0.01$. Oleh yang demikian kajian menerima hipotesis 3(b), yang memberi maksud bahawa wujud perbezaan nilai etika relativisma antara penyedia yang melapor dengan penyedia yang tidak melapor maklumat alam sekitar.

Dapatan kajian yang menerima Hipotesis 3(a) dan Hipotesis 3(b), menyokong penemuan Marta *et al.* (2004) yang mendapati etika mempengaruhi tindakan individu. Dengan kata lain, individu yang mempunyai etika yang tinggi dijangka akan melakukan tindakan beretika, kerana individu yang mementingkan etika akan bertindak beretika (Vitell *et al.* 2003; Marta *et al.* 2004). Oleh itu, individu yang mempunyai nilai etika idealisma tinggi akan bertindak beretika dengan melaporkan maklumat tanggungjawab sosial syarikat (Etheredge 1999) tanpa mengira kesan dari

JADUAL 14. Keputusan Ujian-t nilai etika dengan pelaporan maklumat alam sekitar

Pernyataan	Skor Responden Melapor	Skor Responden Tidak Melapor	Nilai t
Nilai Etika Idealisma	4.235	3.724	2.839**
Nilai Etika Relativisma	2.300	3.460	-8.485**

** signifikan pada aras keertian $p < 0.01$

perbuatan tersebut (Vitell *et al.* 2003; Lewis & Unerman 1999). Individu yang tinggi nilai etika relativisma pula, merupakan individu yang hanya mementingkan etika dan tanggungjawab sosial dalam keadaan tertentu sahaja (Etheredge 1999; Singhapakdi *et al.* 1996). Pengurus di Malaysia didapati kurang mementingkan etika dan tanggungjawab sosial kerana Malaysia merupakan sebuah negara yang sedang membangun, kurang desakan undang-undang dan persekitaran ekonomi yang kurang mementingkan etika dan tanggungjawab sosial (Singhapakdi *et al.* 2001).

KESIMPULAN

Etika merupakan aspek penting yang mempengaruhi amalan dan pembuatan keputusan pihak pengurusan (Etheredge 1999; Ferrell & Gresham 1985). Pelaporan maklumat alam sekitar mempunyai kaitan dengan amalan beretika memandangkan pelaporan maklumat yang berkualiti adalah yang memaparkan maklumat secara telus, boleh disandarkan, boleh banding dan konsisten (Belkaoui 2000). Ketidaksediaan penyedia maklumat memaparkan maklumat berkualiti menimbulkan persoalan etika. Kajian ini meninjau sejauhmana nilai etika individu mempengaruhi pendapat individu tentang kepentingan maklumat alam sekitar dan pelaporan maklumat tersebut.

Hasil kajian menunjukkan terdapat perbezaan pandangan di antara penyedia dengan pengguna maklumat tentang kepentingan pelaporan maklumat alam sekitar dalam laporan tahunan. Pengguna maklumat meletakkan kepentingan maklumat alam sekitar lebih tinggi berbanding penyedia maklumat. Ini menjelaskan jurang maklumat alam sekitar dalam laporan tahunan syarikat di Malaysia. Hasil kajian juga menyokong hipotesis kajian yang mengatakan perbezaan pandangan ini adalah disebabkan perbezaan nilai etika bagi penyedia maklumat dengan pengguna maklumat. Individu yang tinggi nilai etika idealisma didapati lebih mementingkan maklumat alam sekitar. Manakala individu yang tinggi nilai etika relativisma kurang mementingkan maklumat alam sekitar. Penemuan ini membuktikan nilai etika individu mempengaruhi pandangan mereka tentang kepentingan pelaporan maklumat alam sekitar.

Kajian ini juga mendapati bahawa terdapat perbezaan nilai etika di antara penyedia maklumat yang melapor dengan penyedia maklumat yang tidak melaporkan maklumat alam sekitar. Nilai etika idealisma penyedia yang tidak melaporkan maklumat alam sekitar adalah lebih rendah berbanding nilai etika idealisma penyedia maklumat yang melaporkan maklumat alam sekitar.

Hasil kajian ini dijangka dapat membantu pengurus syarikat memahami kesan nilai etika terhadap jurang maklumat dalam menyediakan laporan tahunan. Jurang maklumat ini wujud disebabkan berbezaan nilai etika idealisma dan relativisma antara penyedia dan pengguna

maklumat. Jurang maklumat dapat dikurangkan jika pihak pengurusan masa kini diberi pendedahan dan latihan lanjutan tentang aspek etika, terutamanya etika idealisma, berkaitan penjagaan alam sekitar. Kesedaran ini dalam jangka masa panjang akan mengarah syarikat, iaitu penyedia laporan, untuk melaporkan maklumat alam sekitar yang lebih berkualiti sebagaimana yang diharapkan oleh pengguna maklumat.

Selain itu, para akademik boleh mengaplikasikan dapatan kajian ini dengan menerapkan aspek etika dalam proses pengajaran dan pembelajaran di universiti. Keberkesanan penerapan nilai etika tentunya akan mempengaruhi tindakan beretika pelajar apabila mereka berada di alam pekerjaan, seterusnya memberi kesan kepada pelaporan maklumat alam sekitar yang lebih berkualiti.

RUJUKAN

- Abd. Rahim, M.N. 1999. *Kaedah menganalisis data berkomputer*. Kuala Lumpur: Penerbit Fajar Bakti.
- Abdul Rahman, M.A. 1999. *Pendidikan moral: Teori etika dan amalan moral*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Abdullah, A.B. 2007. *Ucapan Bajet Tahun 2007 Perdana Menteri Merangkap Menteri Kewangan*.
- ACCA. 2003. *Environmental reporting guidelines for Malaysian companies*. London: Certified Accountants Educational Trust.
- ACCA. 2004. *Report summary. The state of corporate environmental and social reporting in Malaysia 2004*. London: Certified Accountants Educational Trust.
- Adams, C.A. & Hill, Wan-Ying. 1998. Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behaviour? *British Accounting Review* 30: 1-21.
- Adams, C.A. 2004. The ethical, social and environmental reporting performance portrayal gap. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 17(5):731-757
- Amran, A. & Devi, S.S. 2008. The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: the case of Malaysia. *Managerial Auditing Journal* 23(4): 386-404.
- Archel, P., Husillos, J. Larrinaga. C. & Spence, C. 2009. Social disclosure, legitimacy theory and the role of the state. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 22(8): 1284-1307.
- Banerjee, S.B. 2002. Corporate environmentalism: The construct and its measurement. *Journal of Business Research* 55: 177-191.
- Belkaoui, A.R. 2000. *Accounting theory*. Edisi keempat. Thomson Learning.
- Beu, D.S. & Buckley, M.R. 2004. Using accountability to create a more ethical climate. *Human Resource Management Review* 14: 67-83.
- Buhr, N. 1998. Environmental performance, legislation and annual report disclosure: The case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 11(2): 163-190.
- Bursa Malaysia. 2008. Corporate Social Responsibility in Malaysian PLCs 2007 Status Report: An Executive Summary. Kuala Lumpur.

- Bursa Malaysia. 2009. Main Market Listing Requirements. http://www.klse.com.my/website/bm/regulation/rules/listing_requirements. Dilawati pada 18 Mei 2010.
- Campbell, D. 2004. A longitudinal and cross-sectional analysis of environmental disclosure in UK companies – a research note. *The British Accounting Review* 36: 107-117.
- Campbell, D.J. 2000. Legitimacy theory or managerial reality construction? Corporate social disclosure in Marks and Spencer Plc corporate reports, 1969-1997. *Accounting Forum* 24(1): 80-100.
- Che Zuriana, M.J., Kasumalinda, A. & Rapih, M. 2004. The perception of management towards corporate social disclosure. National Conference on Accounting and Finance. Putrajaya, Malaysia. 23-24 Ogos.
- Christensen, L.T. 2002. Corporate Communication: The challenge of transparency. *Corporate Communications: An International Journal* 7(3):162-168.
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S. 2003. *Business research methods*. Edisi kelapan. McGraw-Hill.
- Cormier, D. & Gordon, I.M. 2001. An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 14(5): 587-617.
- Cormier, D., Gordon, M.I. & Magnan, M. 2004. Corporate environmental disclosure: contrasting management's perceptions with reality. *Journal of Business Ethics* 2: 143.
- Dando, N. & Swift, T. 2003. Transparency and assurance: Minding the credibility gap. *Journal of Business Ethics* 44:195-200.
- De Villiers, C. & van Staden, C.J. 2006. Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. *Accounting, Organizations and Society* 31(8): 763-781.
- Deegan, C. & Rankin, M. 1999. The Environmental Reporting Expectations Gap: Australian Evidence. *British Accounting Review* 31: 313-346.
- Deegan, C. & Rankin, M. 1996. The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 10(4): 562-583.
- Deegan, C., Rankin, M. & Tobin, J. 2002. An examination of the corporate social and environmental disclosure of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15(3): 312-343.
- Epstein, M.J. & Freedman, M. 1994. Social disclosure and the individual investor. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 7(4): 94-109.
- Etheredge, J.M. 1999. The perceived role of ethics and social responsibility: An alternative scale structure. *Journal of Business Ethics* 18(1): 51.
- Fathilatul Zakimi Abdul Hamid. 2004. Corporate social disclosure by banks and finance companies: Malaysian Evidence. *Corporate Ownership & Control* 1(4): 118-130.
- Ferrell, O.C. & Gresham, L.G. 1985. A contingency framework for understanding ethical decision making in marketing. *Journal of Marketing* 49: 87-96.
- Forsyth, D.R. 1980. A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology* 39(1): 175-184.
- Fulop, G., Hisrich, R.D. & Szegedi, K. 2000. Business ethics and social responsibility in transaction economies. *Journal of Management Development* 19(1): 5-31.
- Godfrey, J., Hodgson, A. & Holmes, S. 2000. *Accounting theory*. Edisi keempat. John Wiley & Sons Australia.
- Gray, R., Owen, D. & Adams, C. 1996. *Accounting & Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Prentice Hall Europe.
- Gupta, J.L. & Sulaiman, M. 1996. Ethical orientations of managers in Malaysia. *Journal of Business Ethics* 15: 735-748.
- Guthrie, J. & Parker, L.D. 1989. Corporate social reporting: A rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research* 19(76): 343-352.
- Haniffa, R.M. & Cooke, T.E. 2002. Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. *ABACUS* 38(3): 317-349.
- Hofstede, G. 2001. *Culture consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Edisi kedua. Sage Publications, Inc.
- Holder-Webb, L., Cohen, J.R., Nath, L. & Wood, D. 2009. The Supply of Corporate Social Responsibility Disclosures Among U.S. Firms. *Journal of Business Ethics* 84: 497-52.
- Hooks, J.C. & Davey, H. 2002. The information gap in annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15(4): 501-522.
- Hughes, S.B., Anderson, A. & Golden, S. 2001. Corporate environmental disclosure: Are they useful in determining environmental performance? *Journal of Accounting and Public Policy* 20: 217-240.
- Huang, C-L. & Kung, F-H. 2010. Drivers of Environmental Disclosure and Stakeholder Expectation: Evidence from Taiwan. *Journal of Business Ethics*. On-line. 1-17.
- Ince, D. 1997. Determinants of social and environmental disclosures of the UK companies in environmental policy statements. *Fifth Interdisciplinary Perspectives on Accounting Conference*, UMIST/University of Manchester, 7-9 Julai.
- Jaggi, B. & Zhao, R. 1996. Environmental performance and reporting: Perceptions of managers and accounting professionals in Hong Kong. *The International Journal of Accounting* 31(3): 333-346.
- Julie, Y. & Cooper, H. 1983. A quantitative review of research design effects on response rates to questionnaires. *Journal of Marketing Research* 20: 36-44.
- Lewis, L. & Unerman, J. 1999. Ethical relativism: A reason for differences in corporate social reporting? *Critical Perspectives on Accounting* 10: 521-547.
- Lind, D.A., Marchal, W.G. & Wathen, S.A. 2005. *Statistical techniques in business & economics*. Edisi kedua belas. Mc Graw-Hill.
- Maignan, I., Ferrell, O.C. & Ferrell, L. 2005. A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing. *European Journal of Marketing* 39(9/10): 956-977.
- Malhotra, N.K. 1993. *Marketing research: An applied orientation*. Prentice Hall.
- Marta, M.J.K; Singhapakdi, A., Attia, A. & Vitell, S.J. 2004. Some important factors underlying ethical decisions of Middle-Eastern marketers. *International Marketing Review* 21(1): 53-67.
- Mathews, M.R. 1997. Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate? *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 10(4): 481-531.
- Md Zabid, A.R & Saaidiatul, I. 2002. Executive and management attitudes towards corporate social responsibility in Malaysia. *Corporate Governance* 2(4): 10-16.
- Miesing, P. & Preble, J.F. 1985. Comparison of Five Business Philosophies. *Journal of Business Ethics* 4: 465-476.
- Neu, D., Warsame, H. & Pedwell, K. 1998. Managing public impressions: Environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society* 23(3): 265-282.

- Newson, M. & Deegan, C. 2002. Global expectations and their association with corporate social disclosure practices in Australia, Singapore and South Korea. *The International Journal of Accounting* 37: 183-213.
- Nik Nazli, N.A & Maliah, S. 2004. Environmental disclosures in Malaysian annual reports: A legitimacy theory perspective. *International Journal of Commerce and Management* 14(1): 44-58.
- Nik Nazli, N.A & Nor Liana Akida, A.R. 2005. Awareness of corporate social responsibility among selected companies in Malaysia: An Exploratory Note. *Malaysian Accounting Review* 4(1): 11-24.
- O'Donovan, G. 2002. Environmental disclosure in annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15(3): 344-371.
- O'Dwyer, B. 2001. Conceptions of corporate social responsibility: The nature of managerial capture. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 16(4): 523-557.
- O'Dwyer, B., Unerman, J. & Bradley, J. 2005. Perceptions on the emergence and future development of corporate social disclosure in Ireland: Engaging the voices of non-governmental organizations. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 18(1): 14-43.
- Othman, R. & Ameer, R. 2010. Environmental disclosures of palm oil plantation companies in Malaysia: A tool for stakeholder engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 17: 52-62.
- Patten, D.M. 2002. The relation between environmental performance and environmental disclosure: a research note. *Accounting, Organizations and Society* 27(8): 763-773.
- Pierce, B. & O'Dea, T. 2003. Management accounting information and the needs of managers: Perceptions of managers and accountants compared. *British Accounting Review* 35(3): 257-290.
- Quazi, A.M. 2003. Identifying the determinants of corporate managers' perceived social obligations. *Management Decision* 41(9): 822-831.
- Rallapalli, K.C., Vitell, S.J. & Barnes, J.H. 1998. The Influence of norms on ethical judgements and intentions: An Empirical Study of Marketing Professionals. *Journal of Business Research* 43: 157-168.
- Ramanathan, K.V. 1976. Toward a theory of corporate social accounting. *The Accounting Review* 516-528.
- Romlah, J., Takiyah, M.I. & Jusoh @ Nordin, M. 2002. An Investigation of environmental disclosure: Evidence from selected industries in Malaysia. *International Journal of Business and Society* 3(2): 55-68.
- Sabri, H. 2001. *Etika dan falsafah pemikiran barat: Dalam konteks perniagaan di Malaysia*. ALJ Publications.
- Sekaran, U. 2003. *Research methods for business: A skill building approach*. Edisi keempat. John Wiley & Sons, Inc.
- Al-Shaikh, F.N. 2003. The practical reality theory and business ethics in non-Western context: Evidence from Jordan. *Journal of Management Development* 22(8): 679-693.
- Shaw, W.H. 1991. *Business Ethics*. California: Wadsworth Publishing Co. Belmont.
- Singhapakdi, A., Karande, K., Rao, C.P. & Vitell, S.J. 2001. How important are ethics and social responsibility? A multinational study of marketing professionals. *European Journal of Marketing* 35(1/2): 133-152.
- Singhapakdi, A., Vitell, S.J., Rallapalli, K.C. & Kraft, K.L. 1996. The perceived role of ethics and social responsibility: A scale development. *Journal of Business Ethics* 15(11): 1131.
- Stagliano, A.J. & Walden, W.D. 1998. Assessing the quality of environmental disclosure themes. *Asian-Pacific Interdisciplinary Research On Accounting*, The Osaka City University Media Center, 4-6 Ogos.
- Stanwick, P.A. & Stanwick, S.D. 1998. The relationship between corporate social performance, and organization size, financial performance, and environmental performance: An empirical examination. *Journal of Business Ethics* 17: 195-204.
- Teoh, H.Y., Pin, W.T., Joo, T.T. & Lng, Y.Y. 1998. Environmental disclosure-financial link: Further evidence from industrial perspectives. *Asian-Pacific Interdisciplinary Research On Accounting*, The Osaka City University Media Center, 4-6 Ogos.
- Thompson, P. & Cowton, C.J. 2004. Bringing the environment into bank lending: Implications for environmental reporting. *The British Accounting Review* 36: 197-218.
- Thompson, P. & Zarina, Z. 2004. Corporate social responsibility reporting in Malaysia. *The Journal of Corporate Citizenship* 13: 125-136.
- Thompson, P. 2002. Corporate environmental reporting in Singapore and Malaysia: Progress and prospects. *Centre for Europe-Asia Business Research Nottingham University Business School*. 11.
- Vitell, S.J., Bakir, A., Paolillo, J.G.P., Hidalgo, E.R., Al-Khatib, J. & Rawwas, M.Y.A. 2003. Ethical judgments and intentions: A multinational study of marketing professionals. *A European Review* 12(2): 151-171.
- Wartick, S.L. & Mahon, J.F. 1994. Toward a substantive definition of the corporate issue construct: A review and synthesis of the literature. *Business & Society* 33(3): 293-311.

Romlah Jaffar
 School of Accounting
 Faculty of Economics and Business
 Universiti Kebangsaan Malaysia
 43600 UKM Bangi
 Malaysia
 E-mail: romlah@ukm.my