

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Laba merupakan suatu informasi akuntansi yang sampai saat ini masih menjadi perhatian utama bagi investor (Darwanis dkk., 2013). Informasi mengenai laba perusahaan merupakan prioritas pertimbangan utama oleh pihak pengguna laporan keuangan perusahaan dalam membuat keputusan investasi ataupun pertimbangan dalam memberikan kredit. *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No.1 menyatakan laba memiliki manfaat untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif dalam jangka panjang, memprediksi laba dan menaksir risiko dalam investasi atau kredit. Laba yang tinggi tentu akan mendapatkan reaksi yang positif dari pihak investor karena pihak investor akan mendapatkan harapan yang tinggi tentang tingkat dividen yang akan diperoleh. Begitu juga dengan kreditur, informasi laba yang tinggi akan menambah kepercayaan kreditur kepada pihak perusahaan tentang tingkat pengembalian kredit yang diberikan.

Pengambilan keputusan investasi dipasar modal, investor mempertimbangkan banyak hal dan membutuhkan informasi. Praktiknya, salah satu unsur dalam laporan keuangan yang dinantikan informasinya oleh investor dalam pengambilan keputusan adalah laporan laba rugi, dimana laporan ini memberikan informasi mengenai laba yang dicapai oleh

perusahaan dalam suatu periode. Informasi laba merupakan hal yang menjadi perhatian oleh investor karena informasi laba dapat digunakan untuk melakukan penilaian kinerja perusahaan selama satu periode tertentu, dapat meramalkan kelangsungan hidup perusahaan, serta dapat berpengaruh terhadap besarnya return saham.

Laporan keuangan yang berkualitas dapat ditentukan dari apakah informasi yang diperoleh dapat dipahami dan memenuhi kebutuhan pemakainya dalam pengambilan keputusan. Syafrudin (2004) menyatakan bahwa investor merespon secara berbeda terhadap informasi laba sesuai dengan kredibilitas atau kualitas informasi laba tersebut. Informasi laba yang diterbitkan oleh perusahaan, akan direspon dengan baik oleh pihak pengguna informasi, apabila laba yang dilaporkan tersebut berkualitas. Untuk menilai kualitas laba yang dilaporkan dapat dilihat dari tingkat keresponan laba yang diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* yang merupakan suatu pengukuran kandungan informasi dalam laba.

Menurut Indra (2010) Koefisien Respon Laba (*Earnings Response Coefficient*) didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* terhadap *return* saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dan *unexpected earnings*. Koefisien respon laba ini menunjukkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang dapat diamati dari pergerakan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan. Nilai ERC diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten di masa depan dan kualitas

laba lebih baik. Rendahnya ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi tersebut.

Walaupun informasi laba merupakan hal yang paling direspon oleh investor karena memberikan gambaran mengenai kinerja perusahaan, namun informasi laba saja kadang tidak cukup untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan karena ada kemungkinan informasi tersebut bias. Untuk menghindari pengambilan keputusan yang salah, investor juga harus memperhatikan hal lain yang tidak diungkapkan pada informasi laba. Informasi lain yang dapat digunakan sebagai pertimbangan investor untuk membuat keputusan investasi adalah CSR. Dalam penelitian ini akan diuji pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mungkin dapat mempengaruhi reaksi pasar terhadap informasi laba.

Sayekti dan Wondabio (2007) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan diharapkan dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa datang. Pengungkapan CSR merupakan bagian dari pengungkapan sukarela perusahaan. Penerapan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa investor mempertimbangkan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Kesadaran masyarakat juga telah mengalami perkembangan yang pesat. Tanggungjawab perusahaan sebagai pelaksana usaha yang berakibat secara langsung maupun tidak langsung terhadap

lingkungan, masyarakat, dan kehidupan sekitar menjadi isu yang ramai dibicarakan (Wijayanti, 2006).

Para investor akan lebih cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup (Daud dan Syarifuddin, 2008). Perusahaan mau mengeluarkan biaya yang besar dalam melakukan tanggung jawab sosialnya karena menganggap CSR sebagai aktivitas dalam bentuk hubungan dengan masyarakat agar bisa terlihat baik di depan pelanggan dan *stakeholder* lainnya (Ajide dan Aderemi, 2014). Perusahaan juga menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tidak hanya dilihat dari labanya saja tetapi juga bagaimana perusahaan mempunyai hubungan dengan masyarakat disekitar perusahaan beroperasi. Oleh sebab itu, perusahaan menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya.

Pentingnya CSR juga disadari oleh pemerintah dengan terbukti adanya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), dimana keharusan perusahaan untuk menyampaikan penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam *annual report* perusahaan. Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 yang mengatur kewajiban pelaksanaan CSR, pada Pasal 15 bagian b, Pasal 17, dan Pasal 34 yang menyebutkan bahwa setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Diharapkan perusahaan akan mampu menaati peraturan tersebut dan memberikan penekanan terhadap kinerja

sosial dan lingkungannya, sehingga tidak hanya terfokus pada kinerja keuangan semata.

Penelitian Wulandari dan Herkulanus (2015) mengenai Konservatisme Akuntansi, *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada *Earnings Response Coefficient* menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif pada ERC. Penelitian Utamingtyas dan Ahalik (2010) mengenai pengaruh CSR *disclosure* terhadap ERC yang mengatakan bahwa CSR *disclosure* berpengaruh positif terhadap ERC. Hasil penelitian yang serupa ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Daud & Syarifuddin (2008) dan Murwaningsari (2008), hasil pengujiannya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara CSR dengan ERC. Artinya, investor menunjukkan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Penelitian Pranowo dan Pasaribu (2013) secara simultan pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Silalahi (2014) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Berbagai

penelitian diatas memberikan hasil yang beragam mengenai pengaruh CSR terhadap ERC, ada yang positif, negatif, bahkan tidak berpengaruh. Perbedaan hasil-hasil penelitian sebelumnya membuat peneliti ingin menguji kembali sehubungan dengan pengaruh yang ditimbulkan dengan memasukkan pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Wulandari dan Wirajaya (2014).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada periode sampel yang diteliti yaitu pada penelitian sebelumnya dilakukan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI periode 2011-2012 dan pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI periode 2014-2016. Alasan pemilihan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang aktivitas bisnisnya bergerak pada aspek yang berhubungan dengan sumber daya alam dan memiliki dampak yang cukup besar dalam masalah-masalah lingkungan, seperti limbah dan polusi yang dapat mengganggu masyarakat sekitar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016”**.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh positif pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC)

## **D. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yakni manfaat teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan manufaktur dan dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a) Bagi peneliti dan peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan dalam kaitannya mengenai *Earnings Response Coefficient* (ERC). Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat dikembangkan secara luas lagi dengan menambah variabel-variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### b) Bagi perusahaan dan investor

Memberikan informasi kepada para investor dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan investasi di perusahaan dengan melihat laporan keuangan serta pentingnya CSR dalam meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.