

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu informasi dalam pengambilan keputusan oleh investor yang dianggap relevan adalah laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan adalah laporan yang digunakan sebagai sarana untuk pengkomunikasian informasi keuangan utama kepada pihak-pihak luar perusahaan (seperti investor dan kreditor). Salah satu unsur dalam laporan keuangan yang paling banyak mendapat perhatian dan dinanti-nantikan adalah laporan laba rugi perusahaan. Laba dapat dijadikan sebagai ukuran kinerja perusahaan. Informasi laba menjadi referensi bagi investor untuk menanamkan investasinya kepada perusahaan tersebut karena laba, baik positif maupun negatif akan mempengaruhi *return* saham. Besaran yang menunjukkan hubungan antara laba dan *return* saham disebut dengan koefisien respon laba (*Earnings Response Coefficient* – ERC).

Scott (2011:163) mendefinisikan *earnings response coefficient* sebagai *slope* koefisien yang mengukur sejauh mana *abnormal return* sekuritas pasar menanggapi komponen laba kejutan yang dilaporkan perusahaan yang menerbitkan sekuritas. Semakin tinggi *earnings response coefficient* maka semakin tinggi pula *return* saham yang diharapkan dari peningkatan laba. Sedangkan menurut Cho dan Jung (1991) dalam Silalahi (2014), *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*. Rendahnya *earnings response coefficient* menunjukkan laba kurang informatif bagi investor dalam membuat suatu keputusan ekonomi. Pengumuman laba akan menimbulkan reaksi dari pelaku pasar. Ternyata setiap kenaikan laba tidak secara otomatis diikuti dengan perubahan harga saham yang positif, begitu pun sebaliknya setiap penurunan laba tidak selalu diikuti dengan perubahan harga saham negatif.

Nilai *earnings response coefficient* mengalami penurunan seiring dengan penurunan perhatian terhadap nilai laba dan juga dengan memperhatikan faktor-faktor lain di luar laba. Faktor lain yang dapat mempengaruhi respon investor dalam mengambil keputusan adalah *corporate social responsibility*, dimana *corporate social responsibility* merupakan konsep akuntansi baru yang muncul setelah adanya banyak kritik terhadap akuntansi konvensional yang dianggap tidak dapat mengakomodir kepentingan *stakeholder* (Aulia dan Kartawijaya, 2011 dalam Wulandari dan Wirajaya, 2014). Garriga dan Mele (2004) dalam Wulandari dan Wirajaya (2014) menyatakan bahwa *stakeholder* adalah orang atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan (*stakeholder* diidentifikasi berdasarkan kepentingan mereka terhadap perusahaan, perusahaan juga memiliki beberapa kepentingan yang sama pada mereka).

Corporate social responsibility berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu keuangan, sosial, dan lingkungan (Zuraedah, 2010 dalam Wulandari dan Wirajaya, 2014). Di Indonesia, *corporate social responsibility* mulai diperbincangkan sejak tahun 2010 sebagai konsep pemberdayaan masyarakat oleh

perusahaan maupun instansi-instansi. Pemerintah pun turut menganggap bahwa *corporate social responsibility* itu penting, terbukti dengan diaturnya kewajiban mengenai pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas *corporate social responsibility* dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada Pasal 66 ayat (2) bagian c dan Pasal 74. Inti kedua pasal tersebut adalah mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan, disamping menyampaikan laporan keuangan. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut dengan *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Restuti dan Nathaniel (2012) memberikan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Dapat dikatakan bahwa investor belum memperhatikan informasi-informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sebagai informasi yang dapat mempengaruhi investor dalam melakukan keputusan investasi. Investor masih menganggap informasi laba lebih penting dalam mendapatkan *return* saham yang diharapkan dibandingkan informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan.

Hasil yang sama diungkapkan dalam penelitian Wulandari dan Wirajaya (2014) yang mengatakan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *earnings response coefficient* disebabkan oleh rendahnya

keyakinan investor terhadap informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan perusahaan dan jumlah informasi yang diungkapkan relatif sedikit. Imroatussolihah (2013) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*, namun secara parsial berpengaruh negatif. Hasil berbeda datang dari penelitian yang dilakukan oleh Fariba (2013) yang mengatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* meskipun tingkat reaksi investor terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* lemah yaitu 13,3%.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi *earnings response coefficient* yaitu *price to book value* dan beta. *Price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan, sedangkan beta menurut Jogyanto (2008:357) merupakan suatu pengukur volatilitas *return* sekuritas terhadap *return* pasar. Beberapa penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Imroatussolihah (2013) menghasilkan bahwa beta berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*, yang berarti semakin tinggi risiko suatu perusahaan maka semakin rendah reaksi investor terhadap laba kejutan maka *earnings response coefficient* semakin rendah. Begitu pun penelitian yang dilakukan oleh Silalahi (2014) yang mengatakan bahwa beta tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* karena rendahnya nilai variabel beta, sedangkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *price to book value* terhadap *earnings response coefficient*

karena perusahaan yang terus menerus tumbuh memiliki kemudahan dalam menarik modal yang merupakan sumber pertumbuhan.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pengungkapan informasi *corporate social responsibility*, beta, dan *price to book value* terhadap *earnings response coefficient*. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014. Perusahaan manufaktur dipilih karena perkembangan dunia industri saat ini membuat persaingan yang kuat dalam perusahaan manufaktur, sehingga harus memiliki kemampuan untuk mendapatkan laba yang diinginkan. Perusahaan manufaktur juga memiliki banyak pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukannya. Alasan dipilihnya penggunaan data selama periode 2012-2014 karena periode tersebut memberikan data terbaru perusahaan yang dapat memberikan profil atau gambaran terkini tentang kondisi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul: “PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE*, BETA, DAN *PRICE TO BOOK VALUE (PBV)* TERHADAP *EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT (ERC)*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, masalah yang akan diteliti selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*?
2. Apakah beta berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*?
3. Apakah *Price to Book Value (PBV)* berpengaruh positif terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*?

1.3 **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh negatif *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*
2. Untuk mengetahui pengaruh negatif beta terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *Price to Book Value (PBV)* terhadap *Earnings Response Coefficient (ERC)*

1.4 **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh adalah :

1. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan faktor yang mempengaruhi perubahan harga saham sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan dan menjadi acuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan

3. Bagi penulis dan pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait pengaruh *corporate social responsibility*, *beta*, dan *price to book value* terhadap *earnings response coefficient*, juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian yang akan datang

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan ini dibagi ke dalam beberapa bab yang disusun secara sistematis dalam urutan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan

pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang digunakan, serta pembahasan dari hasil analisis tersebut.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

