

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan secara umum diwajibkan membuat laporan keuangan yang menyampaikan informasi berisi posisi keuangan perusahaan dan juga kinerjanya yang bermanfaat untuk pihak yang berkepentingan (*Stakeholder*). Laporan keuangan sendiri merupakan ringkasan mengenai keuangan meliputi laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan posisi keuangan, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan yang disusun sesuai dengan ketentuan yang berlaku secara umum dan juga dilakukan secara periodik (Pratiwi & Sasongko, 2021).

Keterbukaan informasi tidak hanya dilakukan perusahaan dengan mempublikasikan laporan keuangannya saja, tetapi juga dengan pengungkapan informasi secara sukarela tentang kegiatan sosial perusahaan melalui *corporate social responsibility*. Global compact initiative menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup (*planet*). Perusahaan dalam hal ini adalah entitas ekonomi bertanggungjawab bukan hanya kepada para *shareholder* tetapi juga kepada masyarakat luas. Bisnis yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya bermanfaat bagi para pemilik modal saja namun juga bagi masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat luas (Suaidah, 2018).

Pada berita www.wartaekonomi.co.id Kondisi pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia memberikan dampak buruk di berbagai sektor kehidupan. Tidak terkecuali di sektor ekonomi dan dunia usaha. Hal ini pada kenyataannya juga berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Pengaruh ini timbul karena adanya pandemi membuat laju bisnis sejumlah perusahaan cukup terganggu, bahkan terdapat beberapa yang dalam kondisi keuangannya tidak sehat.

Kondisi ini membuat sebagian perusahaan dengan sengaja mengambil untung dari terjadinya pandemi. Bisnis seperti ini tentunya mengabaikan etika. Selain itu, ada juga sebagian (perusahaan) yang karena bisnisnya terganggu menjadi alasan untuk mengurangi komitmennya terhadap pelaksanaan program CSR. Namun demikian, tak hanya mengambil untung dan mengurangi komitmen CSR, cukup banyak juga perusahaan yang justru terdorong untuk tampil sebagai pelopor untuk mendefinisikan kembali program CSR-nya untuk dapat membantu masyarakat dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19 yang sedang terjadi.

Salah satunya terdapat pada perusahaan sektor kesehatan, dimana pada tahun 2020 sebanyak 4 perusahaan mendapatkan penghargaan pada Indonesian Corporate Social Responsibility Awards pada tahun 2021. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang menerapkan CSR tidak hanya menginginkan pencitraan tetapi juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Kegunaan informasi laba perusahaan bagi investor sangatlah terbatas dan terkadang memberikan informasi

yang bias. *Informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terjadi ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang *Informativeness of earnings* dalam hal ini diukur dengan *Earnings Response Coefficient* (ERC).

Menurut Herdirinandasari & Asyik (2016) *earnings response coefficient* (ERC) merupakan bentuk pengukuran informasi dalam laba. Pengukuran ini untuk mengetahui seberapa besar informasi tersebut mencerminkan keadaan yang sebenarnya, sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, dan juga dapat meningkatkan kebermanfaatan keputusan dalam pelaporan keuangan. Dengan menggunakan *earnings response coefficient* para investor dapat menilai kualitas laba dari suatu perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan berfokus pada respon investor yang timbul akibat pengumuman laba dari perusahaan kesehatan dengan didukungnya faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* (ERC) antara lain: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Darmawan, 2020:103). Semakin tinggi profitabilitas pada perusahaan semakin tinggi pula *earnings response coefficient* perusahaan karena para investor akan bereaksi ketika profitabilitas suatu perusahaan tinggi karena mencerminkan bahwa tingkat efektifitas manajemen perusahaan itu baik. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Al-Awawdeh et al. (2020) dan Herdirinandasari & Asyik (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap

earnings response coefficient. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pandana & Santioso (2020) dan Fauzan & Purwanto (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Hal ini karena profitabilitas bukanlah faktor yang cukup dipertimbangkan oleh investor dalam membuat keputusan investasi.

Leverage (rasio utang) adalah proporsi pembiayaan utang dalam suatu organisasi relatif terhadap ekuitasnya. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Darmawan, 2020:77). Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriah (2020) disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursopiatin & Widyasari (2020) dan Al-Awawdeh et al. (2020) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini dikarenakan investor beranggapan bahwa perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi berarti perusahaan tersebut memiliki hutang yang lebih besar dibanding modalnya yang membuat kreditur atau *debtholders* lebih diuntungkan. Dan juga terdapat pemikiran jika perusahaan memiliki utang jangka panjang yang besar menggambarkan bahwa terjadi penurunan kinerja manajemen dalam memenuhi kepentingan investor dalam perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan adalah proksi dari keinformatifan harga (Pandana & Santioso, 2020). Semakin besar suatu perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut karena perusahaan besar mempunyai tanggung jawab atas pengungkapan yang lebih tinggi dan lebih sering

muncul dalam pemberitaan dan media masa dibanding dengan perusahaan kecil sehingga hal ini membuat investor lebih percaya kepada perusahaan besar (Kurnia et al., 2019). Dengan demikian ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafrina (2017) dan Mashayekhi & Aghel (2016) didapatkan hasil bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Ukuran Perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Awawdeh et al. (2020) dan Kurnia et al. (2019) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai pengembangan ekonomi di lingkungan sekitar perusahaan atau industri (Suaidah, 2018). Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk mengurangi asimetri informasi dari terbatasnya informasi jika hanya berasal dari pengumuman laba (Fauzan & Purwanto, 2017). Semakin banyak informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan oleh suatu perusahaan maka semakin banyak investor yang tertarik dengan perusahaan tersebut. Sehingga *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzan & Purwanto (2017) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suaidah (2018) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*. Peneliti melakukan pengembangan terhadap penelitian ini dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda yang dapat memberikan hasil bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*. Oleh sebab itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient*”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat diatas maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan?
4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka dapat diidentifikasi bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *leverage* terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang membutuhkan, antara lain:

1. Bagi para Investor

Memberikan Informasi apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* mempengaruhi *earnings response coefficient* sehingga dengan penelitian ini diharapkan investor dapat menilai kinerja sebuah perusahaan dengan melihat *earnings response coefficient* perusahaan tersebut dan dapat menganalisa faktor yang mempengaruhi sehingga dapat membantu investor dalam mengambil keputusan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menambah informasi dan kontribusi teoritis bagi peneliti selanjutnya tentang apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* berpengaruh pada *earnings response coefficient* pada perusahaan kesehatan.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat terkait penjelasan latar belakang dari *earnings response coefficient* dan kaitannya dengan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility*. Selain itu, pada bab 1 ini pendahuluan juga dibahas mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan kerangka pemikiran yang dapat membantu perumusan hipotesis. Selain itu, bab ini juga membahas mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian ini akan membahas terkait proses ketika melakukan penelitian secara keseluruhan dimulai dari rancangan penelitian yang akan digunakan, batasan-batasan dalam penelitian,

mengidentifikasi setiap variabel baik dependen maupun independen, definisi operasional dan pengukuran variabelnya, populasi yang digunakan, sampel yang dipakai dan metode atau teknik yang dipakai dalam mengumpulkan data, dan teknik analisis data yang digunakan.