

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era Globalisasi ini, perkembangan dunia bisnis semakin tidak terkendali. Banyak perusahaan-perusahaan yang menciptakan bisnis baru, baik yang menjanjikan untuk jangka waktu yang lama atau hanya untuk satu waktu tertentu saja. Perusahaan tersebut harus memiliki strategi-strategi jitu untuk menarik minat masyarakat agar bisnis yang mereka bangun dapat bertahan lama. Jika sebuah bisnis ingin bertahan lama dan maju maka harus mampu bersaing dengan bisnis lain serta mampu menjawab semua kesulitan dan tantangan yang ada. Dengan menyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai lebih dari produk lain. Perusahaan juga harus selalu membuat inovasi terhadap produk dan layanan agar memiliki daya saing dengan perusahaan lain sehingga dapat memperoleh dana yang besar. Pemenuhan dana dapat diperoleh melalui hutang (contohnya pinjaman bank dan obligasi) atau dapat juga menerbitkan saham ke pasar modal.

Pasar modal adalah tempat dimana berbagai pihak khususnya perusahaan menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat dana perusahaan (Fahmi dan Hadi, 2011:41). Keberadaan pasar modal di suatu negara dapat menjadi acuan untuk melihat gambaran bisnis suatu negara yang bersangkutan dalam mengerakkan berbagai kebijakan ekonomi seperti kebijakan fiskal dan moneter. Pasar modal juga menjadi tempat bertemunya antara dua pihak yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana (*investor*) dan pihak yang memerlukan dana. Pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan

sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi. Dengan demikian, pasar modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli dan kegiatan terkait lainnya. Instrumen keuangan yang diperdagangkan di pasar modal merupakan instrumen jangka panjang (jangka waktu lebih dari 1 tahun) seperti saham, obligasi, waran, *right*, reksa dana, dan berbagai instrumen derivatif seperti *option*, *futures*, dan lain-lain. Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai “kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek”. Pasar Modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (*investor*). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain, kedua pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrument keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan resiko masing-masing instrument. (Sumber : <http://www.idx.co.id>)

Setiap perusahaan yang menjalankan usaha pasti mengharapkan adanya laba yang tinggi karena laba merupakan salah satu ukuran kinerja sebuah perusahaan yang nantinya dapat dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Hal yang diperhatikan dalam laba adalah nilainya lebih tinggi atau lebih rendah dari periode sebelumnya. Informasi laba sangat penting bagi pihak internal dan eksternal. Untuk pihak internal, informasi laba berguna untuk bahan pertimbangan antara memberhentikan usaha atau memperbaharui usaha tersebut dengan harapan dapat bersaing dengan perusahaan lain dan mendapatkan keuntungan yang

sebesar-besarnya. Untuk pihak eksternal, informasi laba berguna untuk bahan pertimbangan dalam berinvestasi. Informasi laba selalu dinantikan oleh para pemakai laporan keuangan sehingga kebenarannya harus dapat dipertanggungjawabkan. Laba yang tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja perusahaan, dapat menyesatkan para pemakai laporan. Pentingnya informasi laba secara tegas telah disebutkan dalam *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No. 1 yang menyatakan bahwa selain untuk menilai kinerja manajemen, laba juga membantu mengestimasi kemampuan laba yang representatif, serta untuk menaksir risiko dalam investasi atau kredit (Sri Mulyani dan Andayani, 2007).

Respon investor terhadap laba dicerminkan melalui koefisien respon laba atau *Earning Response Coefficient* (ERC). Menurut Chaney and Jeter (1991) dalam Jayanti (2013), *Earning Response Coefficient* bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat pengembalian saham yang diharapkan investor dalam merespon laba yang dilaporkan perusahaan. Layak atau tidaknya suatu perusahaan melakukan investasi, dapat dinilai atau diukur dari tingkat laba akuntansi dan tingkat return saham perusahaan tersebut. Investor memiliki tujuan dalam menempatkan dananya yaitu agar mendapatkan return yang lebih besar yaitu dalam bentuk dividen (pembagian laba) dan *capital gain* (keuntungan modal). Pembayaran dividen dalam bentuk tunai lebih diinginkan oleh para investor karena dapat mengurangi ketidakpastian dalam penanaman dana dalam perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan, maka kemampuan perusahaan untuk membayar dividen sudah tidak perlu diragukan lagi karena dividen dibayarkan dari laba perusahaan.

Data dari EPFR untuk akhir bulan Juli '09 mencatat dana yang masuk ke *Equity* mencapai *record* dan mempertahankan kepercayaan investor terhadap pasar modal. Keningkatan flow dana ke pasar *equity* adalah respon dari laba perusahaan yang membaik dan lebih baik dari perkiraan dan macro yang masih pada level sehat di akhir juli 2009.

Secara keseluruhan EPFR Global mencatat dana yang masuk ke *class asset-asset* yang ada di dunia meningkat USD9,5 miliar atau tertinggi sejak tahun lalu.

(Sumber : <http://finance.detik.com/read/2009/08/05/085851/1177611/6/market-flash-etrading> | Rabu, 5 Agustus 2009)

Pergerakan IHSG jelang tahun baru Imlek terus menguat. Meski data inflasi bulanan sesungguhnya bisa dikatakan tinggi namun, karena masih di bawah 1% maka terlihat seperti investor mengabaikan faktor tingginya inflasi tersebut. Selain itu, belum adanya respon dari Gubernur BI mengenai posisi BI rate pasca dirilisnya data inflasi tidak membuat investor surut untuk melakukan transaksi saham. Kemarin tercatat penurunan volume dan nilai total transaksi saham. Begitu pun dengan transaksi beli asing yang juga turun dari sehari sebelumnya. Meski nilai transaksi jual asing mengalami kenaikan namun, masih bisa mencatatkan net buy walau tercatat lebih rendah dari sebelumnya.

(Sumber: <http://finance.detik.com/read/2011/02/04/072001/1559815/1015/indosurya-securities-ihsg-bisa-menguat-sesaat> | Jumat, 4 Februari 2011)

Investor asing mencatatkan nett buy dengan penurunan nilai transaksi beli dan jual. Investor domestik masih mencatatkan nett sell . Pergerakan nilai tukar Rupiah menguat terhadap US\$ yang ditutup di Rp 8.660 dibandingkan sebelumnya di Rp 8.690 per US\$. Penguatan dipicu oleh derasnya aliran dana asing ke pasar dan naiknya harga obligasi. Selain itu, didukung oleh deflasi di Maret.

(Sumber: <http://finance.detik.com/read/2011/04/05/073138/1608607/1015/indosurya-koreksi-ihsg-bisa-berlanjut> | Selasa, 5 April 2011)

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) kemarin anjlok 48 poin akibat aksi ambil untung investor lokal di hari pertama Kabinet Kerja Presiden Joko Widodo (Jokowi). Dana asing masuk lantai bursa sekitar Rp 600 miliar.

(Sumber: <http://finance.detik.com/read/2014/10/28/084907/2731498/6/ihsg-diprediksi-masih-melemah> | Selasa, 28 Oktober 2014)

Indeks Harga Saham Gabungan diproyeksikan kembali bergerak variatif dengan potensi kenaikan di tengah bayang-bayang tekanan ambil untung investor dan pelaku pasar.

(Sumber:

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/02/25/084553926/IHSG.Coba.Lanjutkan.Pemecahan.Rekor>. | Rabu, 25 Februari 2015)

Respon pasar terhadap laba masing-masing perusahaan dapat bervariasi, baik antar perusahaan maupun antar waktu. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien respon laba tidak konstan. Respon yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan perusahaan. Kuatnya respon pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya ERC, menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Demikian sebaliknya, lemahnya respon pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya ERC, menunjukkan laba yang dilaporkan kurang atau tidak berkualitas. Perbedaan koefisien respon laba dipengaruhi oleh karakteristik atau nilai perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba sangat beragam yaitu Struktur modal (*Leverage*), Persistensi Laba, *Timeliness*, Resiko Sistematis (Beta), Kesempatan bertumbuh, Ukuran Perusahaan (*Size*), Pengungkapan sukarela (*Voluntary Disclosure*) dan Kualitas auditor.

Sebelum abad kedua puluh satu, persepsi umum di dalam maupun di luar dunia bisnis menyatakan bahwa satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah meraup laba sebesar-besarnya, sementara pembangunan masyarakat dan pelayanan publik merupakan tanggung jawab pemerintah (Sri Urip, 2014:33).

Perusahaan juga harus memiliki Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Yang dimaksudkan disini dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat

dimana perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya, baik masyarakat disekitar tempat usaha atau masyarakat luas.

Berdasarkan sifatnya, pengungkapan tanggung jawab sosial dibagi menjadi 2, yaitu : pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi yang berlaku secara wajib yang diisyaratkan oleh ketentuan dan standar akuntansi yang berlaku. Sedangkan pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diikat oleh peraturan yang berlaku. Untuk jenis pengungkapan ini perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan yang dipandang relevan untuk membantu proses pengambilan keputusan. Menurut Cheng dan Christiawan (2011), Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib (*mandatory*) bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa : Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dan Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*voluntary*).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC. Keputusan investor untuk menanamkan sahamnya pada sebuah perusahaan adalah melihat besarnya laba yang didapat dari investasi tersebut.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondabio (2007) dengan judul “Pengaruh CSR *Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta)”. Objek penelitian ini adalah pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Perusahaan pertambangan dipilih agar ke depannya pertambangan Indonesia semakin maju karena Indonesia kaya akan barang tambang hanya saja pengelolaannya kurang oleh Indonesia. Selain itu merupakan salah satu jenis perusahaan yang banyak mempunyai pengaruh/dampak khususnya lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik mengambil judul :
“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* TERHADAP *EARNING RESPONSE COEFFICIENT* (Studi Pada Perusahaan *Coal Mining* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Bagaimana *Earning Response Coefficient* pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui *Earning Response Coefficient* pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan subsektor *Coal Mining* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah :

- Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu akuntansi, yaitu menjadi *literature* bagi mahasiswa dalam mempelajari CSR.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Penulis

- Sebagai sarana untuk melengkapi dan menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan.
- Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan khususnya perusahaan subsektor pertambangan tentang program CSR dan penerapannya secara berkelanjutan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan subsektor pertambangan terhadap lingkungan sekitar.

c. Bagi Investor

Memberikan pengetahuan ilmiah terhadap pengambilan keputusan untuk perusahaan dalam berinvestasi agar tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

d. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh CSR terhadap ERC serta dapat memberikan sumbangan pengeluaran bagi peneliti lainnya mengenai CSR yang saat ini masih belum banyak dibahas oleh dunia akademis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan data sekunder yaitu data atau informasi yang telah diolah yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dari perusahaan-perusahaan pada subsektor pertambangan periode 2009-2013 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data tersebut dapat diperoleh dengan mengunduh laporan keuangan dalam website resmi BEI dan sumber lainnya yang diperoleh dari <http://finance.yahoo.com>.