

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Aktivitas bisnis perusahaan yang kurang bertanggung jawab dapat membawa dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan perusahaan mengutamakan keuntungan semata (*profit oriented*). Entitas bisnis hanya mementingkan kepentingan *shareholder* dan *bondholder* tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat (*stakeholder*). Akibatnya, terjadi hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan masyarakat. Dunia usaha sekarang tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan (*triple bottom line*). Sinergi dari ketiga elemen tersebut merupakan kunci dari konsep pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) (Siregar, 2007)

Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Namun saat ini, saat perubahan sedang melanda dunia, kalangan usaha juga tengah dihimpit oleh berbagai tekanan, mulai dari kepentingan untuk meningkatkan daya saing, tuntutan untuk menerapkan *corporate governance*, hingga masalah kepentingan *stakeholder* yang makin meningkat. Oleh karena itu, dunia usaha perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing.

Upaya tersebut secara umum dapat disebut sebagai *corporate social responsibility* atau *corporate citizenship* dan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, sehingga pada

akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha.

Isu yang berkaitan dengan CSR merupakan isu yang aktual hingga saat ini. Penelitian terhadap isu tersebut sangat penting karena secara kontekstual, banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan kurang atau bahkan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat sekitar dimana perusahaan hanya mengutamakan profit belaka. Menurut Achda dalam Suranta (2008), entitas bisnis hanya mementingkan kepentingan *shareholder* dan *bondholder* tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat (*stakeholder*) lainnya. Akibatnya, terjadi hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan masyarakat setempat yang diwarnai berbagai konflik dan ketegangan, misalnya tuntutan atas ganti rugi kerusakan lingkungan. Sebagai upaya perusahaan dalam menghadapi semakin meluasnya tuntutan masyarakat akibat dampak negatif atas krisis lingkungan dan sosial yang diakibatkan dari aktivitas bisnis perusahaan, maka dalam beberapa tahun terakhir banyak perusahaan yang mulai menerapkan program tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kajian *corporate social responsibility* (CSR) semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat. Pentingnya CSR, telah mendapat perhatian pemerintah dan perusahaan yang ada di Indonesia. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (pasal 74 ayat 1a) mewajibkan perusahaan yang usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melakukan CSR dimana baru diwajibkan bagi perusahaan bidang tertentu saja terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim (Utama 2007).

Manfaat ekonomi CSR tersebut didukung dengan beberapa hasil studi empiris. Studi Ariyani (2008) melaporkan bahwa CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap profitabilitas laba operasi dan *abnormal return* saham perusahaan. Sementara Monica (2010) melaporkan bahwa CSR berpengaruh positif secara signifikan meningkatkan nilai tambah ekonomik (*economic value*

*added/EVA*) dan nilai tambah pasar sekuritas perusahaan (*market value added/MVA*). Sementara penelitian Puspitasari (2010) melaporkan bahwa investor merespon positif secara signifikan terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang peduli CSR dibandingkan dengan perusahaan yang kurang peduli. Bukti tersebut diperkuat dengan penelitian Astuti (2010) yang melaporkan bahwa nilai laporan keuangan dari perusahaan yang peduli CSR jauh lebih besar dari perusahaan yang kurang peduli CSR. Penelitian McGuire *et al* (1988) dalam Gozali, How dan Verhouven (2003), mengemukakan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini berimbas pada membaiknya hubungan perusahaan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan. Dengan hubungan yang baik tersebut maka akan berpengaruh kepada keuntungan ekonomi perusahaan.

Dalam *signaling theory* (teori sinyal), peningkatan kinerja ekonomi perusahaan yang biasanya ditunjukkan dengan peningkatan profitabilitas perusahaan merupakan sinyal positif bagi investor. Secara tidak langsung, CSR yang dapat meningkatkan kinerja ekonomi merupakan suatu *good news* bagi investor. Investor mempunyai harapan yang besar bahwa perusahaan yang melakukan CSR akan mengalami peningkatan kinerja ekonomi dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian pasar akan merespons informasi-informasi yang berkaitan dengan pengungkapan CSR.

Penelitian yang berkaitan dengan reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan yang mengandung informasi CSR telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Sayekti dan Wondabio (2007) melakukan studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Jakarta yang menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR memiliki dampak positif dan signifikan terhadap reaksi pasar.

Peneliti lainnya yaitu Aryani (2008) menguji pengaruh CSR terhadap profitabilitas dan reaksi pasar, dari pengujian analisis Manova dengan memasukkan operating profit margin (sebagai proksi profitabilitas) dan abnormal return (sebagai proksi reaksi pasar) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan reaksi pasar. Penelitian Cheng dan Jogi (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan

terhadap *abnormal return* yang menandakan bahwa investor mempertimbangkan informasi CSR untuk membuat keputusan.

Puspitasari (2010) menguji reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan yang memuat informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan luas pengungkapan yang berbeda. Luas pengungkapan ini dibagi berdasarkan banyak atau sedikitnya informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan yang dipublikasi. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan ada perbedaan reaksi pasar yang signifikan terhadap publikasi laporan keuangan yang mengungkapkan informasi CSR lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR lebih sedikit. Selain itu Caroline (2011) melakukan studi kasus pada dua perusahaan besar yang melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan yaitu PT Astra International dan PT Uniliver. Hasil dari studi kasus tersebut yaitu pasar bereaksi positif secara signifikan terhadap aktivitas CSR yang dilakukan oleh PT Astra International, namun hal sebaliknya pasar bereaksi negatif terhadap aktivitas CSR yang dilakukan PT Unilever. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak semua aktivitas CSR direspon positif oleh pasar

Penelitian ini akan menguji isu tentang reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan yang mengandung informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan luas pengungkapan yang berbeda. Perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan periode waktu pengamatan selama 3 tahun untuk mengatasi keterbatasan pada penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan waktu pengamatan yang lebih sempit. Selain itu peneliti juga ingin menguji reaksi pasar dengan melihat pertumbuhan laba pada perusahaan yang menerapkan CSR dan mengungkapkannya pada laporan keuangan banyak atau sedikit dengan laba meningkat atau menurun. Peneliti menggunakan laba meningkat atau menurun untuk melihat reaksi pasar terhadap informasi *good news* lain selain CSR, yaitu informasi mengenai laba. Dan peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai informasi *good news* mana yang diutamakan oleh investor dalam merespon informasi CSR dan laba secara bersamaan.

Selain itu, pada penelitian ini memasukkan informasi laba meningkat dan menurun, karena pada penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan hal tersebut menunjukkan hasil bahwa pasar bereaksi terhadap pengumuman laba. Penelitian-penelitian tersebut misalnya yang dilakukan oleh Telaumbanua dan Sumiyana (2008), Lako (2002), dan Sadikin (2000). Penelitian-penelitian terhadap publikasi laporan keuangan yang mengandung informasi CSR menunjukkan hal yang serupa dimana pasar bereaksi terhadap hal tersebut. Hal ini mengundang peneliti untuk melihat apakah pasar bereaksi hanya terhadap pengungkapan laporan keuangan yang mengandung informasi CSR perusahaan atau pengumuman laba perusahaan yang menerapkan CSR juga menyebabkan reaksi pasar.

Penelitian ini menekankan pada pengujian reaksi pasar terhadap suatu peristiwa (*event study*), yaitu dampak dari pelaporan laporan keuangan yang memiliki pengungkapan informasi CSR. Menurut Hartono (1998) *even study* dapat digunakan untuk menguji kandungan informasi dari suatu pengumuman dan untuk menguji efisiensi bentuk pasar setengah kuat. Jika pengumuman mengandung informasi, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada saat pengumuman tersebut diterima pasar. Reaksi pasar tersebut dapat ditunjukkan dengan adanya perubahan harga sekuritas dan diukur dengan menggunakan *return* sebagai perubahan harga. Peneliti berupaya untuk melakukan penelitian *even study* yang berkaitan dengan abnormal return pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berdasarkan publikasi laporan keuangan yang mengandung Informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini berjudul **“Reaksi Pasar Terhadap Publikasi Laporan Keuangan yang Memiliki Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Yang Berbeda dengan Laba Meningkat dan Menurun : Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak?
2. Bagaimana reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit?
3. Bagaimana reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak dengan laba kejutan meningkat?
4. Bagaimana reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak dengan laba kejutan menurun?
5. Bagaimana reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit dengan laba kejutan meningkat?
6. Bagaimana reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit dengan laba kejutan menurun?
7. Apakah ada perbedaan reaksi pasar antara publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki luas pengungkapan informasi CSR banyak dengan luas pengungkapan CSR sedikit?
8. Apakah ada perbedaan reaksi pasar antara publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak dengan laba kejutan meningkat dan menurun?
9. Apakah ada perbedaan reaksi pasar antara publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit dengan laba kejutan meningkat dan menurun?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumuan masalah, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Untuk meneliti reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak?
2. Untuk meneliti reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit?
3. Untuk meneliti reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak dengan laba kejutan meningkat?
4. Untuk meneliti reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak dengan laba kejutan menurun?
5. Untuk meneliti reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit dengan laba kejutan meningkat?
6. Untuk meneliti reaksi pasar terhadap publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit dengan laba kejutan menurun?
7. Untuk meneliti perbedaan reaksi pasar antara publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki luas pengungkapan informasi CSR banyak dengan luas pengungkapan CSR sedikit?
8. Untuk meneliti perbedaan reaksi pasar antara publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR banyak dengan laba kejutan meningkat dan menurun?
9. Untuk meneliti reaksi pasar antara publikasi laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pengungkapan informasi CSR sedikit dengan laba kejutan meningkat dan menurun?

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan teori-teori dan menyempurnakan teori - teori tentang reaksi harga saham terhadap aktivitas-aktivitas CSR.

### 2. Manfaat praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta kontribusi kepada para pelaku praktik akuntansi untuk menyadari pentingnya penerapan tanggung jawab social dan lingkungan yang akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan. Selain itu bagi para investor melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan dalam pengambilan keputusan dan dapat menyerap kandungan informasi CSR yang dipublikasikan dalam laporan keuangan perusahaan.

## 1.5 Kerangka Pikir Penelitian

