

BAB II TINJAUAN LITERATUR

1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian akan pengaruh laba akuntansi terhadap *return* saham telah dilakukan oleh Setyawan, (2020), Uhus, (2021) dan Wahyudi, (2022) Dari penelitian mereka, menghasilkan hasil pengaruh yang berbeda terhadap *return* saham. Menurut Uhus, (2021) yang meneliti pada perusahaan LQ45, menghasilkan laba akuntansi mendapatkan hasil positif. Perusahaan LQ45 memang dilirik sebagai perusahaan dengan kinerja keuangan seperti laba akuntansi yang bagus. Begitupun oleh Wahyudi, (2022) dengan sampel perusahaan BUMN yang juga mendapatkan hasil positif. Akibatnya, para investor pun menjadi tertarik untuk membeli yang mana ini menyebabkan harga naik diikuti *return* juga naik. Sedangkan penelitian Setyawan, (2020) dilakukan pada perusahaan sub sektor makanan yang mana menghasilkan tidak adanya pengaruh. Ini membuktikan, bahwa sektor saham berpengaruh pada tingkat *return* oleh investor.

Kemudian penelitian akan *corporate social responsibility* (CSR) telah dilakukan oleh Sevitiana et al, (2021), Afiyenti & Putra, (2021), dan Mayangsari, (2020). CSR merupakan upaya perusahaan untuk sukarela memberi dukungan pada masyarakat dan lingkungan daripada yang melebihi tanggung jawab perusahaan dalam segi bisnis. Program CSR yang baik akan mendapatkan *image* baik bagi investor maupun masyarakat umum. Penelitian oleh Sevitiana et al, (2021) di perusahaan manufaktur dan Mayangsari, (2020) pada perusahaan perbankan mendapatkan hasil positif terhadap *return* saham. Dari hasil tersebut, kemungkinan program CSR mendapatkan perhatian investor mengingat resiko dan citra dari sub sektor perusahaan sampel. Disisi lain, penelitian Afriyenti &

Putra (2021) pada perusahaan *real estate* memberikan hasil negatif. Hasil ini diduga karena semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan CSR, semakin tinggi biaya pada pelaksanaan CSR tersebut. Sehingga mempengaruhi laba yang mana ini berpengaruh pada *return* saham.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal diartikan secara umum sebagai sinyal yang dikirim oleh perusahaan (manajer) kepada pihak ketiga (investor). Bentuk sinyalnya bervariasi dan dapat diamati langsung dan untuk menginformasikan kekuatan perusahaan kepada pihak eksternal. Terlepas dari bentuk atau isi sinyal yang dikirim, perusahaan selalu menyelipkan tujuan tertentu dengan menciptakan ekspektasi pasar untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan investasi. Oleh karenanya, pemberian sinyal haruslah memuat daya pikat terhadap informasi untuk merubah perspektif maupun penilaian pihak luar (Gumanti, 2009).

Teori sinyal secara singkat menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan berupaya memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan maupun calon investor (Jama'an, 2008). Diharapkan informasi keuangan yang dipublikasikan perusahaan semakin meningkatkan informasi serta ketertarikan para pihak penggunanya. Dengan begitu, para pengguna laporan dapat memiliki sumber informasi dan peluang yang sama digunakan dasar keputusan. Dengan begitu, diharapkan makin besar pula permintaan investasi yang mana berakibat pada kenaikan harga dan keuntungan investasi. (Wahyuliantini & Suarjaya, 2015).

2.2.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Para stakeholder dapat secara efektif mengelola atau mempengaruhi penggunaan sumber daya ekonomi perusahaan (Ardani & Mahyuni, 2020). Teori stakeholder menyatakan bahwa akuntabilitas organisasi jauh melebihi dari kinerja keuangan atau aktivitas ekonomi. Teori ini menyatakan pernyataan tentang lingkungan, kerja dan kinerja bisnis untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan yang nyata atau diakui oleh organisasi. Teori stakeholder memiliki bidang etika (moralitas) dan manajerial. Di bidang etika, setiap stakeholder harus dilakukan secara adil oleh suatu organisasi, dan manajer harus memahami bahwa mereka harus bertanggung jawab atas kepentingan semua stakeholder (Rokhlinasari, 2016).

Menurut teori stakeholders, stakeholder memiliki dampak yang kompleks dan dinamis pada visi dan lingkungan organisasi. Ini berlaku untuk tujuan utama stakeholder dimana tujuan tersebut terkait langsung dengan akuntabilitas di mana stakeholder dan organisasi saling mempengaruhi. Hal ini tercermin dalam hubungan sosial baik dalam bentuk tanggung jawab maupun akuntabilitas organisasi kepada stakeholdernya (Fuadah & Hakimi, 2020)

2.2.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi erat kaitannya dengan teori stakeholders. Menurut teori legitimasi, organisasi masih mencari cara untuk memastikan bahwa operasinya mengikuti aturan dan norma masyarakat. Berdasarkan teori legitimasi yang paling mendasar, bisnis secara bertahap akan melaporkan aktivitasnya begitu mereka menyadari bahwa manajemen dibutuhkan oleh publik. Teori legitimasi didasarkan pada asumsi bahwa ada "kontrak sosial" antara perusahaan dan masyarakat di

mana ia beroperasi. Dengan kata lain, organisasi harus terus menunjukkan bahwa mereka konsisten dengan nilai-nilai sosial mereka. Lintasan sosial sering dibuat dengan memasukkannya ke dalam proses bisnis. Organisasi dapat menggunakan informasi manajemen tentang masalah sosial dan untuk menginformasikan publik tentang potensi masalah dengan kegiatan organisasi (Rokhlinasari, 2016).

Teori stakeholder mempertimbangkan posisi pemangku kepentingan yang dianggap kuat. Ketika akan mengungkapkan atau tidak mengungkapkan informasi dalam laporan keuangannya, tergantung dari keputusan para stakeholder (Fuadah & Hakimi, 2020). Perbedaan paling menonjol dari teori legitimasi ini yang berfokus akan sudut pandang akan suatu keharusan dan komitmen guna memberi kontribusi sosial serta mendapatkan pengakuan publik pada pelaporan hasil operasi bisnis

2.2.3 Laba Akuntansi

Laba akuntansi adalah perolehan laba dari hasil pengurangan biaya, beban, dan pajak (Iswadi & Yunia, 2006). Sebagai salah satu komponen utama dalam laporan keuangan, laba akuntansi merupakan laporan utama untuk melaporkan suatu perusahaan selama periode waktu tertentu. Seperti ujar Ikatan Akuntan Indonesia (PSAK, 2009), biasanya, laba akuntansi disimpan dalam satuan moneter. Karena tujuan utama dari sebuah bisnis adalah untuk memaksimalkan keuntungan, keberhasilan perusahaan dapat diturunkan dari keuntungan utama perusahaan itu sendiri (Styawan, 2020).

Laba akuntansi bagi investor, yakni mengukur kinerja pada sesuatu industri. Tidak hanya itu, laba akuntansi juga dapat memprediksi arus kas berdasarkan waktu. dan indikator lain mengenai kondisi perusahaan. Investor,

sebagai individu yang mencari *return* saham, cenderung memperhatikan ukuran nilai laba akuntansi. Secara lebih spesifik, terdapat beberapa macam laba akuntansi, seperti laba usaha, laba kotor, laba sebelum pajak, dan laba setelah pajak.

2.2.4 Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) sendiri adalah sebuah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkesinambungan guna menaikkan kualitas lingkungan, karyawan, komunitas lokal dan warga luas (Mayangsari, 2020). Tujuan utama perusahaan sebagai bagian dari upaya pemajuan manusia, sejatinya memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi pada lingkungan sosial. Darwin, (2004) menegaskan jika pelibatan perusahaan dengan lingkungan sosial lebih penting dari hanya sekedar interaksi kepada stakeholder semata. Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan semakin penting saat ini, karena mempengaruhi keputusan investasi dimasa depan. Laporan ini berguna sebagai pemberi citra baik perusahaan sebagai pihak yang bertanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Manfaat bagi perusahaan yang mempraktikkan CSR adalah menciptakan citra publik yang lebih baik. Akibatnya, perusahaan dapat mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat umum, memudahkan proses pengembangan produk dan layanan baru. Selain masyarakat, penerapan CSR juga dapat membantu pemerintah dalam menerapkan strategi bisnis bebas curang seperti penyelewengan hukum (Ardani & Mahyuni, 2020). Standar dari CSR sendiri menurut Laksono et al, (2022) harus didasarkan pada standar GRI (Global Reporting. Initiatives). Yang mana standar ini mencakup masalah ekonomi, ekologi, dan sosial.

2.2.5 Return Saham

Return saham atau besarnya pengembalian dari investasi saham adalah selisih sumber pendapatan total yang dihasilkan dari seluruh aktivitas investasi (Styawan, 2020). Secara sederhana *return* adalah besarnya keuntungan yang diperoleh investor dari suatu investasi. Bagi investor, *return* juga merupakan dasar dari kesediaan seorang investor untuk berinvestasi (Nursita, 2021).

Pengembalian modal investasi dari *return* dapat dibagi menjadi pengembalian yang direalisasikan dan pengembalian yang diharapkan. Realisasi keuntungan adalah keuntungan yang direalisasikan dengan berinvestasi dalam model investasi investor. Mengenai realisasi keuntungan, semua itu kembali dari bagaimana investor mengatur profil risiko dari portofolio sahamnya. Prinsip dalam berinvestasi adalah "High Risk, High Return" yang mana ini, kembali pada investor mengelola risiko portofolio dengan tingkat *return* yang diharapkan (Putra & Ariyenti, 2021). *Return* saham dapat dibagi menjadi dua kategori, menurut Jogyanto (2009: 109), yaitu *return* yang diharapkan dan realisasi aktual. Kategori *return* yang diharapkan merujuk pada ekspektasi akan besaran *profit* di masa depan. Sedangkan tingkat realisasi aktual, yaitu *capital gain* merupakan *profit* selisih harga peroleh dan pasar terbaru. Sedangkan

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Informasi Laba Akuntansi terhadap Return Saham

Dalam pemahaman yang paling dasar, teori sinyal didefinisikan sebagai sinyal yang dikirim oleh internal perusahaan (manajer) kepada pihak eksternal (investor) (Gumanti, 2009). Bukan tanpa tujuan, manajer memberi sinyal positif khususnya pada komponen laba di laporan keuangan sebagai upaya memancing ketertarikan

para investor untuk memborong saham mereka. Sehingga menurut Jama'an, (2008) perusahaan yang menarik minat investor cenderung mempercantik pencantuman laporan laba akuntansi dalam laporan keuangannya.

Uhus (2021) melalui penelitiannya pada perusahaan LQ45 tentang dampak laba akuntansi pada *return* saham telah menghasilkan hasil yang positif. Memang, perusahaan LQ45 dianggap sebagai perusahaan yang didukung oleh kinerja keuangan seperti laba buku yang luar biasa. Akibatnya, investor juga tertarik untuk membeli, dan ketika harga naik mereka akan mendapatkan *return* yang besar. Penelitian ini menggunakan sub sektor Perbankan yang berdasarkan grafik harga IDX Banking cenderung mengalami kenaikan pasca pandemi (Investing.com). Fluktuatif harga indeks disebabkan oleh faktor pandemi yang meningkatkan efek kepanikan pasar, sehingga saham sub sektor perbankan mengalami penurunan laba. Namun pada tahun 2022, harga indeks kembali naik setelah pemulihan ekonomi pasca pandemi. Oleh karena itu, investor diduga peka terhadap kondisi kinerja perbankan yang juga kembali naik. Akibatnya, informasi laba dapat berpengaruh pada kenaikan *return* sub sektor perbankan yang diindikasikan pada kenaikan harga sahamnya.

H1 : Penerapan Informasi Laba akuntansi berpengaruh terhadap *return* saham.

2.3.2 Pengaruh Informasi Corporate and Social Responsibility terhadap

Return Saham

Astika & Saputra, (2013) menuturkan jika para pengungkapan CSR dapat menjadi suatu kepentingan khusus terhadap keberlangsungan perusahaan di masa depan. Oleh karenanya, pihak manajer akan berusaha melaporkannya sebagai sinyal positif bagi para pihak investor. Alasan sebuah perusahaan mengungkapkan atau

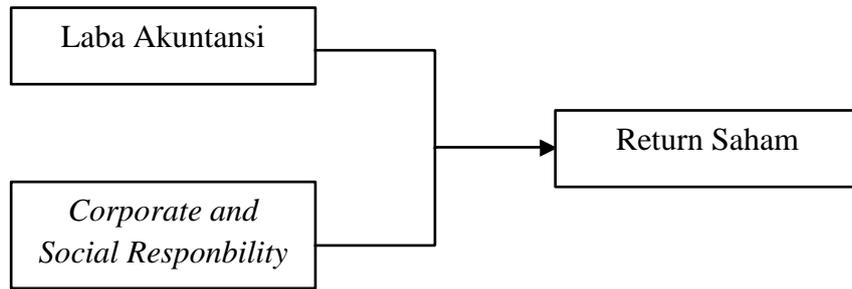
tidak mengungkapkan CSR berdasarkan teori legitimasi adalah karena perusahaan mengandalkan premis bahwa ada “kontrak sosial” antara perusahaan dan masyarakat sekitar. Dengan kata lain, perusahaan diwajibkan secara konsisten beroperasi berdasarkan nilai sosial (Rokhlinasari, 2016).

Program CSR yang baik menciptakan citra yang baik bagi investor dan masyarakat umum. Sebuah studi oleh Sevitiana et al, (2021) di perusahaan Manufaktur dan perbankan oleh Mayangsari, (2020) memiliki hasil positif pada *return* saham. Corporate Social Responsibility (CSR) bertujuan untuk meningkatkan *return* pemegang saham perusahaan serta menarik investor untuk bersedia menanamkan modal (Mayangsari, 2020). Dalam hal ini, Potensi aktivitas CSR untuk menarik perhatian investor dengan mempertimbangkan risiko, khususnya jenis sub sektor perusahaan perbankan yang sudah mendapatkan citra bagus sangatlah tinggi. Dengan demikian, berita akan citra tersebut membuat berita yang diterima investor mampu mempengaruhi harga saham di pasar modal (Juniarti & Sidharta, 2015).

H2 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap *return* saham.

2.4 Kerangka Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh informasi laba akuntansi dan informasi CSR perusahaan terhadap *return* saham. Berdasarkan judul penelitian dan pembahasan tersebut, maka penetapan kerangka penelitian yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



