

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Praktik *corporate social responsibility* perusahaan di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha maupun yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Manfaat yang akan diperoleh perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu meningkatkan citra positif perusahaan, akses modal, mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas, dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*) (Daniri, 2009). Pernyataan mengenai manfaat pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Solomon (2007) pada perusahaan di Amerika Serikat yang melakukan praktik *Corporate social responsibility*.

Kapitalisme, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Galtung & Ikeda (1995) dan Rich (1996) dalam Chwastiak (1999)].

bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Galtung & Ikeda (1995) dan Rich (1996) dalam Chwastiak (1999)].

Salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis Basamalah dan Jermias (2005). Meskipun belum bersifat *compulsory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta sudah mengungkapkan informasi mengenai *Corporate Social Responsibility Disclosure* dalam laporan tahunannya dalam kadar yang beragam (Sayekti, 2006).

*Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility Disclosure* dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan dan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Diharapkan bahwa investor mempertimbangkan informasi *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak semata-mata mendasarkan pada informasi laba saja. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*

*Disclosure*, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006).

Usaha untuk mengungkap potensi laba dalam kemampuannya untuk memprediksi keuntungan investasi di masa depan telah banyak dilakukan oleh para peneliti, dari yang menguji kandungan nilai informasi laba, kemampuan prediksi laba sampai yang berhubungan dengan *return* saham. Namun pada umumnya para peneliti melakukan pengujian pada angka laba bersih setelah pajak ataupun angka laba operasi. Seperti dinyatakan pada penelitian Daniarti dan Suhairi (2006), riset akuntansi mengenai laba terutama yang mencari hubungan angka laba dengan harga saham maupun *return* saham, selalu menggunakan angka laba operasi atau laba per saham (*Earnings Per Share*) yang dihitung menggunakan angka laba bersih dan jarang yang menggunakan angka laba kotor.

Laba operasi adalah selisih dari laba kotor dikurangi dengan biaya-biaya operasi. Biaya operasi adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan operasi sehari-hari perusahaan (Winwin dan Ilham, 2006:143).

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimumkan kemakmuran pemegang saham, selain memberi manfaat bagi pemegang saham, tujuan ini juga menjamin sumber daya perusahaan yang langka dialokasikan secara efisien dan memberi manfaat ekonomi. Mirza dan Imbuh (1999) menyatakan bahwa kekayaan atau kesejahteraan pemilik (*shareholders*) akan bertambah atau maksimum jika *Market value added* (MVA) juga bertambah atau maksimum *Market value added* yang berfungsi sebagai pengukur kinerja keuangan.

Pengukuran *Market value added* menilai dampak tindakan manajer atas kemakmuran pemegang sahamnya sejak perusahaan tersebut berdiri.

*Market value added* merupakan satu-satunya alat ukur yang paling pas untuk sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemilik (Ruky, 1999). *Market value added* adalah *market value* (total nilai pasar) semua saham dan hutang perusahaan, yang berarti berapa jumlah yang diperoleh investor jika semua investasinya berupa saham dan obligasi dijual ke pasar finansial dikurangi total modal yang diinvestasikan, Jika *Market value added* positif berarti manajer berhasil menciptakan nilai tambah bagi perusahaan sebaliknya jika *Market value added* negatif maka manajer gagal menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Husniawati 2009).

Konsep resiko tidak terlepas kaitannya dengan *return* karena investor selalu mengharapkan tingkat *return* yang sesuai atas setiap resiko investasi yang dihadapinya. Menurut Brigham et al. (1999 : 192) pengertian dari *return* adalah pengembalian yang digunakan pada suatu investasi untuk mengukur hasil keuangan suatu perusahaan. *Return saham* adalah keuntungan yang diperoleh dari kepemilikan saham investor atas investasi yang dilakukannya yang terdiri dari deviden dan *capital gain atau loss*. Deviden merupakan keuntungan perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham dalam suatu periodik tertentu. *Capital gain atau loss* dalam satu periode adalah selisih antara harga saham semula (Sinaga, 2010)

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini diberikan judul “ Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Laba Operasi dan *Market Value Added* terhadap *Return Saham* “

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap *return* saham?
2. Apakah laba operasi berpengaruh terhadap *return* saham ?
3. Apakah *market value added* berpengaruh terhadap *return* saham ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap *return* saham.
2. Untuk mengetahui laba operasi berpengaruh terhadap *return* saham.
3. Untuk mengetahui *market value added* berpengaruh terhadap *return* saham

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Berguna untuk menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang telah ditempuh selama perkuliahan yaitu untuk mewujudkan keinginannya untuk berinvestasi pada suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya *corporate social responsibility disclosure* perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

3. Bagi Investor

Dapat memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

4. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan informasi stimulasi secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku dan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

### **1.5 Kontribusi Penelitian**

Efendi dan Rahmawati (2009) dalam judulnya *Corporate social responsibility terhadap Return Saham*. Anggraini (2006) dalam judulnya *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Meythi (2006) *Pengaruh Arus kas*

operasi terhadap harga saham dengan persistensi Laba sebagai variabel intervening. Husniawati (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh *Economic Value Added*, *Market Value Added*, dan Risiko Sistematis terhadap *Return Saham* pada Perusahaan *Food and Beverages*. Sinaga (2010), dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh total arus kas, komponen arus kas dan laba akuntansi terhadap *return* saham. Sedangkan pada penelitian ini meneliti *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Laba Operasi, *Market Value Added* terkait *Return Saham* sebagai variabel dependen dengan pengukuran variabel menggunakan regresi linier berganda, sedangkan Periode pengamatan yang digunakan oleh peneliti yang sekarang mulai dari tahun 2009-2011.