

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis secara global telah diikuti oleh peningkatan kesadaran publik akan tanggungjawab perusahaan, terutama dalam 40 tahun terakhir (Tresnawati, 2008). Hal ini disebabkan karena keberadaan perusahaan dalam masyarakat selain memiliki dampak positif juga memiliki dampak negatif. Di satu sisi perusahaan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat serta membantu dalam mengurangi pengangguran dan mengentaskan kemiskinan, namun di sisi lain aktivitas bisnis perusahaan tidak jarang berdampak buruk bagi kehidupan masyarakat terutama masyarakat disekitarnya. Banyak kasus ketidakpuasan publik bermunculan, baik yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, perlakuan tidak adil terhadap tenaga kerja, kaum minoritas dalam hal ini misalnya kaum perempuan, hak dan status karyawan, keselamatan kerja, penyalahgunaan wewenang, rendahnya keamanan dan kualitas produk serta pengeksploitasian secara besar-besaran terhadap sumber daya alam. Ditambah lagi dengan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Investor di berbagai negara lebih cenderung mengarahkan pandangan pada perusahaan yang memiliki nilai lebih. Salah satu cara untuk menambah nilai perusahaan adalah dengan adanya tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Sosial Responsibility ( CSR )*, (Cahyaningrum, 2009).

*Corporate Social Responsibility (CSR)*, merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

*Corporate social responsibility (CSR)* merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan. *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga

menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007). Di Indonesia, kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan tersebut diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Sekarang ini banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Survey global yang dilakukan oleh The Economist Intelligence Unit menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Sayekti dan Wondabio, 2007). Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983, dalam Basamalah et al, 2005). Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Perusahaan semakin menyadari peran CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Owen (2005) dalam Anggraini (2006), isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen resiko dan keunggulan kompetitif diduga telah menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan atas aktifitas pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat. Verrecchia (1983)

dalam Basamalah dkk (2005) menyatakan bahwa dengan mengungkapkan CSR perusahaan diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial sehingga dapat memaksimalkan kekuatan perusahaan dalam jangka panjang.

Pengungkapan (*disclosure*) secara harfiah dapat diartikan sebagai tidak menutupi atau menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, *disclosure* berarti memberikan data yang bermanfaat kepada yang membutuhkan. Sedangkan jika dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai segala hasil aktivitas suatu unit usaha. Dengan demikian informasi tersebut harus lengkap, jelas dan dapat menggambarkan secara tepat kejadian – kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi perusahaan. Tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan meliputi pengungkapan yang cukup (*adequate*), wajar (*fair*) dan lengkap (*full*). Sedangkan yang paling umum digunakan dari ketiga konsep tersebut adalah yang bersifat *adequate* atau cukup.

Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib adalah pengungkapan harus dilakukan perusahaan sebagai bentuk *intervensi* atau campur tangan pemerintah untuk mengatasi adanya potensi kegagalan pasar. Informasi yang wajib diungkapkan dalam laporan tahunan adalah ikhtisar data keuangan penting, analisis dan pembahasan umum oleh manajemen, laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan manajemen. Hal ini sesuai dengan keputusan BAPEPAM No. Kep-38/PM/1996. Sedangkan pengungkapan sukarela adalah

perwujudan dari pengungkapan yang diperluas dan merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan itu sendiri dengan mempertimbangkan faktor biaya dan manfaat (Chairiri dan Ghozali, 2003). Pengungkapan sukarela muncul karena adanya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar. Keberhasilan perusahaan tidak hanya pada laba saja tetapi juga ditentukan pada kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya (Rahma Yuliani, 2003).

Ikatan Akutansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2004) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Dari pernyataan PSAK di atas, menunjukkan kepedulian akuntansi terhadap masalah-masalah sosial yang merupakan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Belum adanya standar baku yang merinci peraturan mengenai pengungkapan sosial mengakibatkan perusahaan memiliki keleluasaan dan kebebasan untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut. Namun dengan adanya PSAK No 1 (revisi 2004) diharapkan menambah kesadaran perusahaan untuk melaporkan kegiatan sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev,1989 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Pertanyaan seberapa jauh kegunaan laba bagi para pengguna laporan keuangan menjadi hal yang penting baik bagi para peneliti, praktisi, dan juga otoritas pembuat kebijakan. Banyak model *equity valuation* yang hanya menggunakan *expected earnings* sebagai variabel eksplanatori (Lev, 1989). Namun demikian, *earnings* itu sendiri memiliki keterbatasan yang mungkin dipengaruhi oleh asumsi perhitungan dan juga kemungkinan manipulasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, sehingga dibutuhkan informasi lain selain laba untuk memprediksi *return* saham perusahaan. Scott (2000), Cho dan Jung (1991) menyatakan bahwa *ERC* mengukur seberapa besar *return* saham dalam merespon angka laba yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut. Dengan kata lain *ERC* adalah reaksi atas laba yang diumumkan (*published*) oleh perusahaan. Reaksi ini mencerminkan kualitas dari laba yang dilaporkan perusahaan. Dan tinggi rendahnya *ERC* sangat ditentukan kekuatan responsif yang tercermin dari informasi (*good/ bad news*) yang terkandung dalam laba.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan untuk meneliti pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *ERC* telah banyak dilakukan. Sayekti dan Wondabio (2007) menemukan pengaruh negatif *CSR Disclosure* (bagian pengungkapan sukarela) terhadap *ERC*. Cahyaningrum (2009) yang juga meneliti pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *ERC* pada perusahaan properti dan konstruksi juga menemukan bahwa pengungkapan informasi *CSR (CSR Disclosure)* berpengaruh negatif terhadap *ERC*. Berlatarbelakang dari dua penelitian sebelumnya diatas

maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *CSR Disclosure* pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah pada skripsi ini adalah :

Apakah pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang listing di BEI mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* perusahaan-perusahaan manufaktur yang listing di BEI
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang listing di BEI

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, akan memperluas wawasan, pengetahuan dan pemahaman mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure* dalam laporan tahunan perusahaan terutama pengaruhnya terhadap *Earning Response Coefficient*
2. Bagi para investor atau calon investor akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi dan dapat dijadikan acuan untuk menganalisa informasi dalam bursa efek, sehingga tidak semata-mata mengambil keputusan hanya berdasarkan informasi laba saja.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan referensi dalam meneliti *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure*

#### 1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) serta penelitian Cahyaningrum (2009). Sayekti dan Wondabio (2007) menguji pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*. Penelitian ini akan mengkhususkan penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) dengan menyempitkan sampel hanya untuk perusahaan manufaktur saja. Sedangkan pada penelitian Cahyaningrum (2009) yang merupakan replikasi dari penelitian Sayekti dan Wondabio (2007), objek penelitiannya pada perusahaan yang termasuk dalam sektor properti dan rekonstruksi bangunan yang terdaftar dalam BEI.