

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DALAM LAPORAN TAHUNAN
TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA AKUNTANSI
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LIST DI BEI 2007-
2008)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :
ERLYN NUR FITRIANA
NIM. C2C007034

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : **Erlyn Nur Fitriana**

Nomor Induk Mahasiswa : **C2C007034**

Fakultas/Jurusan : **Ekonomi/Akuntansi**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM LAPORAN TAHUNAN TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA AKUNTANSI (Study Empris pada Perusahaan Manufaktur yang list di BEI 2007-2008)**

Dosen Pembimbing : **DR. H. Sugeng Pamudji, Msi, Akt**

Semarang 10 Juni 2011

Dosen Pembimbing

(Dr. H. Sugeng Pamudji, Msi, Akt)

NIP. 19490124 198001 1 001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Erlyn Nur Fitriana
No Induk Mahasiswa : C2C007034
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
CIAL RESPONSIBILITY DALAM LAPORAN
TAHUNAN TERHADAP KOEFISIEN RESPON
LABA AKUNTANSI
(Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang
List di BEI 2007-2008)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 Juni 2011

Tim Penguji

1. Dr. H. Sugeng Pamudji, Msi, Akt. (.....)
2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, Msi, Akt. (.....)
3. Dwi Cahyo Utomo, SE, MA, Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Erlyn Nur Fitriana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lainseolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelardan ijazah yang telah diberikan Universitas batal saya terima.

Semarang, 10 Juni 2011

Yang membuat pernyataan,

(Erlyn Nur Fitriana)

(NIM : C2C007034)

ABSTRACT

The aim of this research is to empirically examine the influence of the term *Corporate Social Responsibility* toward *Earning Response Coefficient* with *Unexpected Earning* as moderating variable and BETA and price to book value as a control variable in companies listed in Bursa Efek Indonesia. The population of this research is manufacture companies listed in BEI, They are 56 companies where the samples are determined purposively, they are companies that expose *Corporate Social Responsibility* report in their annual report, as well as active companies that sold their shares in 2007 and 2008 the hypothesis tested in the statement of *corporate social responsibility* in annual report has negative influences toward *Earning Response Coefficient* with BETA and Price to Book value as controlling variable tested by using F and T test.

The result of the research simultaneously shared that *Corporate Social Responsibility* has negative influences toward *Earning Response Coefficient* significantly it means it proves the hypothesis correctly meanwhile BETA and Price to Book Value particaly test t shows it doesn't have any significant influence toward *Earning Response Coefficient*

Keyword : *Corporate Social Responsibility, Earning Response Coefficient, CAR, BETA and Price to Book Value*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris apakah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient* dengan *Unexpected Earning* sebagai variabel pemoderasi dan BETA dan *Price to Book Value* sebagai variabel kontrol pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yakni 56 perusahaan dengan sampel yang ditentukan secara *purposive* yaitu perusahaan yang mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* dalam annual report dan perusahaan yang aktif memperdagangkan sahamnya selama tahun 2007 dan 2008. Hipotesis yang diajukan adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* dengan BETA dan *Price to Book Value* sebagai variabel kontrol diuji dengan menggunakan uji F dan Uji t.

Hasil penelitian secara simultan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* secara signifikan dan ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sedangkan BETA dan *Price to Book Value* secara parsial uji t menunjukkan bahwa tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Earning Response Coefficient*, CAR, BETA dan *Price to Book Value*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa selalu memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan judul *“ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KOEFISIEN RESPON LABA AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR PERIODE 2007-2008”*. Karena kekuatan yang diberikan oleh Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terdapat banyak kelemahan dari penulis sehingga tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, unstuck itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Diponegoro Prof. Dr. Sudharto PH, MES, Ph.D
2. Dekan Fakultas Ekonomi UNDIP Prof. Drs. H. Mohammad Nasir, Akt, Ph.D
3. Ketua Jurusan Akuntansi FE-UNDIP Prof. Dr. H. M Syafrudin Msi. Akt.
4. Dosen Pembimbing Dr. H. Sugeng Pamudji, Msi. Akt yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
5. Dosen Wali, Surya Rahardja, SE, Msi, Akt terima kasih atas pengarahannya selama ini.
6. Semua pendidik, dosen dan segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan wawasan bagi penulis.
7. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan semangat, didikan, dan perhatian yang tak ternilai harganya sehingga menjadikan penulis seperti sekarang ini.
8. Pakde dan Bude Soebowo yang menjadi orang tua kedua selama penulis menempuh studi di UNDIP Semarang, terima kasih atas perhatian dan nasehat yang diberikan.
9. Kakak-kakakku, Agustien Prasetya Ningrum dan Faisal Reza tetaplah semangat dalam bekerja dan berikan yang terbaik untuk kedua orangtua kita.

10. Andi Shannaz FS, Hana Yustiana, I Gusti Ayu P.Shita, Rahma Prafinta Sari yang selalu menjadi sahabat terbaik selama ini, selalu memberikan motivasi dan tempat cerita bagi penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka penulis membutuhkan saran dan kritik untuk penyempurnaan karya ini dan sebagai saran untuk penyempurnaan penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya para pembaca pada umumnya.

Semarang, 10 Juni 2011
Penulis

Erlyn Nur Fitriana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil,
tetapi berusahalah menjadi manusia yang berguna (Einstein)*

SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN KEPADA

**Kedua orang tuaku yang selalu menjadi penerang dan
Penyemangatku, kakak-kakakku dan sahabat- sahabat
Ku aku menyayangi kalian.**

Almamater tercinta

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan teori dan penelitian terdahulu.....	8
2.1.1 Teori Legitimasi	8
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	9
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.3 <i>Earning Response Coefficient</i>	15
2.4 <i>Earning Response Coefficient</i> dan pengungkapan informasi dalam lapo ran tahunan	18
2.5 Kerangka Pemikiran	22
2.6 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	25
3.1.1 Variabel Dependen.....	25
3.1.1.1 <i>Earning Response Coefficient</i>	25
3.1.2 Variabel Independen.....	28
3.1.2.1 <i>CSR Indeks</i>	28
3.1.3 Variabel Moderating.....	30
3.1.3.1 <i>Unexpected Earning</i>	30
3.1.4 Variabel Kontrol.....	31

3.1.4.1	Beta Saham.....	31
3.1.4.2	PBV.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Pengujian Hipotesis.....	36
3.5.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	36
3.5.2.1	Uji Heterokedastisitas.....	36
3.5.2.2	Uji Normalitas.....	37
3.5.2.4	Uji Multikolinearitas.....	37
3.5.2.5	Uji Autokorelasi	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
4.2	Analisis data dan pengujian Hipotesis.....	43
4.2.1	Pengujian Asumsi Klasik.....	43
4.2.1.1	Uji Normalitas.....	43
4.2.1.2	Uji Multikolinearitas.....	47
4.2.1.3	Uji Heterokedastisitas.....	48
4.2.1.4	Uji Autokorelasi.....	50
4.2.2	Pengujian Hipotesis.....	51
4.2.2.1	Analisis Regresi Berganda.....	51
4.2.2.2	Koefisien Determinasi.....	53
4.2.2.3	Uji-F.....	54
4.2.2.4	Uji-t.....	55
4.3	Pembahasan.....	56
BAB V	PENUTUP.....	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3	Saran.....	60
	DAFTAR PUSTAKA.....	61
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Langkah Penentuan Sampel.....	40
Tabel 4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4.3	Uji Normalitas Univariate.....	44
Tabel 4.4	Uji Normalitas Univariate Setelah Mengeluarkan Outlier One -Sample Kolmogorov-Smirnov test.....	45
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.7	Uji Autokorelasi.....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi.....	52
Tabel 4.9	Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.9	Uji Statistik F.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1	Uji Normalitas Residual.....	46
Gambar 4.4	Uji Heterokedastisitas.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era Globalisasi saat ini perkembangan pasar saham sangatlah pesat. Pasar saham menjadi sesuatu yang sangat penting dalam suatu perusahaan, sehingga kinerja perusahaan akan dipengaruhi oleh kinerja pasar modal. Pasar modal merupakan salah satu instrument pembentukan modal perusahaan. Selain sebagai pembentuk modal perusahaan, pasar modal menjadi indikator kualitas perusahaan melalui harga saham perusahaan.

Para *stakeholder* merupakan pihak terpenting dalam penyampaian laporan keuangan perusahaan, karena stakeholder merupakan pihak yang menggunakan laporan keuangan perusahaan untuk pengambilan keputusan investasi, keputusan pemberian kredit, ataupun keputusan lain yang berhubungan dengan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha sebaik mungkin melakukan berbagai hal agar keputusan yang diambil para stakeholder sesuai dengan harapan manajemen perusahaan, yaitu keputusan yang menguntungkan perusahaan. Tidak terkecuali dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Para *stakeholder* memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap aktivitas perusahaan. Dan juga pandangan terhadap pasar modal. Para pemangku kepentingan perusahaan memiliki pandangan yang berbeda-beda tentang pasar modal, di satu sisi pasar modal merupakan penghalang utama perusahaan untuk

melaksanakan kegiatannya sesuai dengan tanggung jawab sosial perusahaan, di sisi lain pasar modal dipandang sebagai suatu kesempatan besar dalam terbentuknya kegiatan yang sesuai dengan keberadaan tanggung jawab sosial perusahaan (Murray et al., 2006).

Pasar Modal menjadi tempat perusahaan untuk menarik minat investor dalam menanamkan investasi dalam perusahaan. Keputusan Investor untuk menanamkan modal tidak terlepas ekspektasi investor terhadap laba yang dapat diperoleh dari investasi yang dilakukan. Tujuan utama investor adalah memperoleh dividen atau *capital gain* yang sebesar-besarnya.

Di sisi lain perusahaan dituntut untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaannya. Pengungkapan tersebut menjadi suatu faktor potensial dalam menciptakan suatu peraturan dalam pengungkapan laporan keuangan perusahaan di pasar modal yang sesuai dengan aktivitas sosial tanggung jawab sosial perusahaandapat menjadi informasi bagi para stakeholder (Murray et al., 2006). Oleh sebab itu pasar modal menjadi suatu pendorong yang besar bagi pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Pada kenyataannya, Perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masihlah rendah. Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan hanya dilihat sebagai kewajiban yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang PT. No. 40 tahun 2007 yang hanya mewajibkan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui laporan CSR yang di publikasikan.

Penelitian yang dilakukan dalam satu dekade terakhir ini berfokus pada hubungan antara CSR, social reporting, dan harga saham. Tetapi dalam penelitian-penelitian yang dilakukan, hasil yang didapat secara relatif tidak meyakinkan dan belum mampu menerangkan hubungan antara CSR, harga saham dan ERC (Richardson et al., 1999). Murray *et al.* (2006) telah memperoleh fakta bahwa perilaku investor menunjukkan suatu peningkatan permintaan terhadap pengungkapan CSR, akan tetapi dari data tersebut tidak terdapat fakta yang membuktikan adanya hubungan antara sensitivitas harga saham dengan data CSR.

Lutfi, dalam Zuhroh *et al.*, 2003 tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara praktik pengungkapan laporan sosial dan lingkungan terhadap harga saham. Hasil ini konsisten dengan Indah, 2001, dan Rasmiati, 2002 (dalam Zuhroh *et al.*, 2003) yang juga tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari

pengungkapan sosial dengan volume perdagangan saham. Namun, penelitian ini menemukan hubungan yang positif yang mengindikasikan bahwa informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan direspon baik oleh investor. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa belum ada keyakinan dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian tentang pengaruh antara Pengungkapan CSR terhadap koefisien respon laba akuntansi yang diukur dengan menghitung besarnya kekuatan harga saham dalam merespon laba akuntansi menarik untuk dilakukan. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Yosefa Sayekti dan Wondabio. (2007) dengan sampel lain yaitu perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI.

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya, perbedaannya terletak pada pemilihan populasi, waktu dan tempat penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang list di BEI tahun 2007-2008

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap koefisien Respon laba akuntansi (ERC), yang dapat mempengaruhi keputusan investor dalam investasi. Penelitian ini dilakukan untuk melihat konsistensi serta memperjelas penelitian-penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan CSR menjadi perhatian dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini karena perusahaan selama ini identik dengan tujuan yang berorientasi mencari keuntungan atau laba sebanyak- banyaknya tanpa memperhatikan kegiatan lain terutama yang berhubungan dengan kegiatan sosial dan lingkungan.

Hasil dari pengungkapan CSR ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan adanya pelaporan tersebut, *stakeholder* akan menilai perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap tanggung jawabnya terhadap sosial maupun lingkungannya. Di samping itu, perusahaan juga akan mendapat legitimasi dari *stakeholder*.

Berbagai penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor determinan yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR telah banyak dilakukan. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi positif dengan pengungkapan informasi CSR (Haniffa et al, 2005; Cowen et al, 1997; Trotman et al, 1981; Kelly, 1981; Sembiring, 2003; Sembiring, 2005; Sayekti, 2006; McGure et al, 1988; Roberts, 1992, Utomo 2000, dan Angraini, 2006). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa tingkat *leverage* juga berkorelasi dengan tingkat pengungkapan informasi CSR, meskipun hasilnya beragam. Roberts (1992) menemukan korelasi yang positif, sedangkan Sembiring (2003) dan Sayekti (2006) menemukan korelasi yang negatif. Selanjutnya, Haniffa et al (2005) dan Sembiring (2005) tidak menemukan korelasi antara tingkat *leverage* dan pengungkapan CSR.

Lutfi (2001, dalam Zuhroh et al, 2003) tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari praktek pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap perubahan harga saham. Hasil ini konsisten dengan Indah, 2001, dan Rasmiati, 2002 (dalam Zuhroh et al, 2003) yang juga tidak menemukan hubungan yang signifikan antara pengungkapan sosial dengan volume perdagangan saham seputar publikasi laporan tahunan.

Berdasarkan hal tersebut, maka masalah yang akan diuji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap koefisien respon laba akuntansi (ERC)?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana pengaruh pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur terhadap *Earning Response Coefficient* atau koefisien respon laba akuntansi.

1.3 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi, yaitu menjadi literatur bagi mahasiswa dalam mempelajari pengaruh CSR terhadap kinerja saham suatu perusahaan.
2. Memberikan kontribusi praktik penyajian CSR perusahaan yang terdaftar dalam BEI, perusahaan harus mengungkapkan laporan CSR untuk meningkatkan kinerja saham perusahaan dalam pasar modal.
3. Penelitian ini juga berguna untuk memberikan wawasan bagi investor untuk dapat mempertimbangkan informasi CSR dalam pengambilan keputusan investasi, yaitu keputusan investasi diambil

dengan mempertimbangkan laporan CSR perusahaan sebagai salah satu indikator kinerja perusahaan yang baik.

1.4 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi adalah suatu kondisi dimana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari sistem sosial masyarakat dimana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat (Lindbolm, 1993)

Teori Legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ulman, 1982; dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat eksplisit dan implisit (Deegan, 2000).

Perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan kegiatan CSR. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya (2007). Pengungkapan Informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Pengambilan keputusan Investasi dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya adalah image yang baik dari perusahaan. 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 (Warta Ekonomi, 2006). Dengan pertimbangan tersebut maka investor cenderung akan melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik karena investor yakin bahwa reputasi yang baik dapat diperoleh jika perusahaan tersebut telah memiliki kinerja ekonomi yang baik pula. Semakin baik kinerja yang ditunjukkan dalam laporan keuangan maka semakin banyak pula investor yang akan menanamkan modal sahamnya pada perusahaan tersebut dan peningkatan penanaman modal perusahaan akan meningkatkan harga saham tersebut.

2.1.2 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan stakeholder theory artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Teori *stakeholder* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al., 2002 dalam Waryanti, 2009). Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus

memberikan manfaat bagi *stakeholder* nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Waryanti, 2009). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009) *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power *stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2007). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan

cara-cara yang memuaskan keinginan stakeholder” (Ullman 1982, hal. 552 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Atas dasar argument di atas, teori stakeholder umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk memanager stakeholder nya (Gray, et al., 1997 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa et al, 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindbolm, 1994, dalam Haniffa et al, 2005). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan parker, 1990). Penelitian Basamalah et al (2005) yang melakukan review atas *social and environmental reporting and auditing* dari dua perusahaan di Indonesia, yaitu PT Freeport Indonesia dan PT Inti Indorayon, mendukung prediksi teori legitimasi tersebut.

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya

adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamalah et al, 2005).

Pengungkapan informasi CSR itu sendiri merupakan suatu hal yang bersifat *endogeneous* (Core, 2001; Healy dan Palepu, 2001). Berbagai penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor determinan yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR telah banyak dilakukan. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi positif dengan pengungkapan informasi CSR (Haniffa et al, 2005; Cowen et al, 1997; Trotman et al, 1981; Kelly, 1981; Sembiring, 2003; Sembiring, 2005; Sayekti, 2006; McGure et al, 1988; Roberts, 1992, Utomo 2000, dan Anggraini, 2006). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa tingkat *leverage* juga berkorelasi dengan tingkat pengungkapan informasi CSR, meskipun hasilnya beragam. Roberts (1992) menemukan korelasi yang positif, sedangkan Sembiring (2003) dan Sayekti (2006) menemukan korelasi yang negatif. Selanjutnya, Haniffa et al (2005) dan Sembiring (2005) tidak menemukan korelasi antara tingkat *leverage* dan pengungkapan CSR.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut

1. *Basic responsibility* (BR)

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility (OR)*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan "Stakeholder" seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses (SR)*

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan

lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap return saham perusahaan sudah dilakukan meskipun belum terlalu banyak dan hasilnya beragam. Penelitian empiris awal sudah dilakukan oleh spicer (1978) yang meneliti mengenai hubungan antara *investment value* dari saham perusahaan dan kinerja sosial perusahaan. Spicer (1978) menemukan bukti empiris yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua hal tersebut meskipun tingkat hubungan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Hasil penelitian empiris ini konsisten dengan persepsi investor bahwa ada hubungan antara investment value dari saham perusahaan dengan kinerja sosialnya. Spicer (1978) menyarankan untuk dilakukan penelitian lanjutan agar dapat dilakukan generalisasi atas hasil penelitian ini.

Penelitian Sayekti (2007), melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient* dan hasilnya membuktikan bahwa investor mengapresiasi informasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan ini artinya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak yang positif bagi perusahaan, dan menyimpulkan bahwa informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negative terhadap *Earning Response Coefficient* yang artinya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan dapat meningkatkan nama baik perusahaan.

Zuhroh dan Sukmawati (2003) melakukan pengujian empiris untuk mengetahui pengaruh dari luas pengungkapan sosial terhadap reaksi investor yang dicerminkan melalui volume perdagangan saham perusahaan yang dikategorikan dalam industri *high profile*. Zuhroh et al (2003) menemukan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*.

Lutfi (2001, dalam Zuhroh et al, 2003) tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari praktek pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap perubahan harga saham. Hasil ini konsisten dengan Indah, 2001, dan Rasmiati, 2002 (dalam Zuhroh et al, 2003) yang juga tidak menemukan hubungan yang signifikan antara pengungkapan sosial dengan volume perdagangan saham seputar publikasi laporan tahunan. Namun demikian, penelitian ini menemukan angka korelasi yang bernilai positif yang mengindikasikan bahwa informasi sosial yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan direspon baik oleh investor.

2.3 Koefisien Respon Laba Akuntansi (*Earning Response Coefficient*)

Dewasa ini studi-studi akuntansi yang mendasarkan diri pada mekanisme pasar lebih difokuskan pada studi koefisien respon laba akuntansi (*earning response coefficient*, disingkat ERC) dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya).

ERC digunakan untuk mengukur besarnya *abnormal return* saham dalam merespon komponen dari laba yang dilaporkan perusahaan. Beberapa hasil penelitian menunjukkan tidak adanya variasi ERC (Kormendi dan Lipe, 1987), dengan kata lain ERC relative stabil. Sebaliknya, hasil penelitian Easton dan

Zmijewski (1989), serta Collins dan Kothari (1989) menunjukkan bahwa respon pasar terhadap laba bervariasi tergantung jenis perusahaan serta rentang waktu.

ERC oleh Cho dan Jung (1991) diartikan sebagai pengaruh nilai laba bukan ekspektasi (unexpected Earning) dengan return saham, yang secara umum ERC merupakan slope koefisien dalam sebuah regresi return saham abnormal pada pengukuran laba yang surprise.

Beberapa penelitian tentang kualitas laba atau ERC ini, dengan berbagai faktor lain, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Teets (1992), yang menguji apakah regulasi terhadap perusahaan elektrik yang terkena regulasi, dengan perusahaan elektrik yang tidak terkena regulasi. Hasil pengujian Teets tersebut ternyata menunjukkan bahwa ERC kedua kelompok perusahaan elektrik ini memiliki ERC yang berbeda dan hasilnya adalah konsisten yaitu bahwa regulasi terhadap perusahaan elektrik akan menyebabkan perubahan ekspektasi aliran kas dimasa yang akan datang.

Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev,1989). 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.

Secara singkat, penelitian-penelitian tentang analisis berbagai macam faktor yang mempengaruhi kualitas laba atau ERC, menunjukkan bahwa reliabilitas dan prediktabilitas laba sangat berpengaruh terhadap ERC dan ketidakpastian disekitar nilai-nilai dasar perusahaan juga terkait dengan perubahan-perubahan ERC.

Scott (2000) mendefinisikan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai berikut:

An earnings response coefficient measures the extent of a security's abnormal market return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security. (Scott, 2000, p. 152)

Permodalan perusahaan juga berpengaruh terhadap ERC. Peningkatan laba (sebelum bunga) bagi perusahaan yang *high levered* berarti bahwa perusahaan semakin baik bagi pemberi pinjaman dibandingkan bagi pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan yang *high levered* memiliki ERC yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang *low levered*. (Scott, 2000). Perusahaan yang memiliki *growth opportunities* diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa datang, dan diharapkan laba lebih persisten. Dengan demikian, ERC akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki *growth opportunities* (Scott, 2000). Faktor lain juga mempengaruhi respon pasar terhadap laba adalah *informativeness* dari harga pasar itu sendiri. Biasanya *informativeness* harga pasar tersebut diproksi dengan ukuran perusahaan, karena semakin besar perusahaan semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan

tersebut relatif terhadap perusahaan kecil. Semakin tinggi *informativeness* harga saham, maka kandungan informasi dari laba akuntansi semakin berkurang, oleh karena itu ERC akan semakin rendah jika *informativeness* harga saham meningkat (Scott, 2000).

Penelitian yang menguji mengenai pengaruh pengungkapan dalam laporan tahunan terhadap ERC dilakukan oleh Widiastuti (2002) yang melakukan pengujian empiris atas pengaruh luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Penelitian ini tidak menunjukkan hasil yang konsisten dengan prediksi tentang pengaruh luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan terhadap ERC. Prediksi penelitian ini adalah bahwa ada luas pengungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC. Namun demikian, pengujian empiris justru menemukan adanya pengaruh positif signifikan dari luas pengungkapan sukarela terhadap ERC. Kemungkinan penjelasan atas hasil penelitian ini karena investor tidak cukup yakin dengan informasi sukarela yang diungkapkan manajemen sehingga investor tidak menggunakan informasi tersebut sebagai dasar untuk merevisi kepercayaan (Widiastuti, 2002).

Penelitian Lang dan Lundholm (1993) mengenai pengungkapan sukarela menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang lebih tinggi berasosiasi dengan kinerja pasar yang lebih baik (yang diukur dengan *return* saham). Lang et al (1993) menggunakan korelasi laba dan *return* saham perusahaan sebagai proksi asimetri informasi. Hal ini konsisten dengan motif *adverse selection* (Lang et al, 1993). Korelasi laba dan *return* saham yang rendah mengindikasikan bahwa

informasi laba hanya memberikan sedikit informasi tentang nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa masih terdapat asimetri informasi yang tinggi. Pengungkapan tersebut bertujuan mengurangi asimetri informasi terutama pada perusahaan yang memiliki korelasi *earning/returns* yang rendah. Dengan demikian, Lang et al (1993) menyatakan adanya hubungan negatif antara korelasi *earnings/returns* (ERC) dengan tingkat pengungkapan.

Penelitian yang lain tentang ERC ini, yaitu penelitian Teoh dan Wong (1993) yang menguji apakah ERC perusahaan yang diaudit oleh kantor akuntan publik *the Big Eight* (BB) berbeda dengan ERC perusahaan yang diaudit oleh kantor akuntan *non-the Big Eight* (NBB). Dengan demikian penelitian ini kualitas auditor dihipotesakan sebagai variabel yang berpengaruh terhadap kualitas laba (ERC), dan hasilnya ternyata menunjukkan bahwa ukuran auditor merupakan proksi untuk mengukur kredibilitas auditor artinya secara signifikan ERC perusahaan yang diaudit oleh *the Big Eight* (BB) nilainya lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang diaudit oleh *non-the Big Eight* (NBB). Demikian pula hasil dari penelitian Lee dan Sami (1996) menunjukkan bahwa terdapat penurunan yang signifikan terhadap nilai ERC perusahaan-perusahaan dengan jumlah pembiayaan untuk Riset dan Development (R&D) dan periklanan yang lebih besar, akan semakin tinggi gangguan terhadap informasi akuntansinya.

2.4 *Earning Response Coefficient* dan Pengungkapan Informasi dalam Laporan Tahunan

Hubungan antara tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Secara teoritis, ada hubungan positif antara pengungkapan termasuk pengungkapan sukarela, pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dan kinerja pasar perusahaan (Lang & Lundholm, 1993). Laporan tahunan merupakan salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investor. Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi dan juga mengurangi *agency problems* (Healy et al, 2001).

Berbagai penelitian telah menguji perbedaan ERC terhadap pengumuman laba dengan didasarkan pada premis bahwa *informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa datang (Widiastuti, 2006). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang, maka ERC semakin tinggi. Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya dapat mengurangi ketidakpastian tersebut. Dengan demikian pengungkapan informasi akan menurunkan ERC.

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap *return* saham perusahaan sudah dilakukan meskipun belum terlalu banyak dan hasilnya masih beragam. Penelitian empiris awal sudah dilakukan oleh Spicer (1978) yang meneliti mengenai asosiasi antara *investment value* dari saham perusahaan dan kinerja sosial perusahaan. Spicer (1978) menemukan bukti empiris yang menunjukkan adanya asosiasi yang signifikan

antara kedua hal tersebut meskipun tingkat asosiasi dari tahun ke tahun menurun. Hasil penelitian empiris ini konsisten dengan persepsi investor bahwa ada asosiasi antara *investment value* dari saham perusahaan dan kinerja sosialnya. Spicer (1978) menyarankan untuk dilakukan penelitian lanjutan agar dapat dilakukan generalisasi atas hasil penelitian ini.

Penelitian empiris awal lainnya dilakukan Alexander dan Buchhloz (1978) yang meneliti mengenai hubungan antara tingkat CSR dan kinerja *stock market*. Penelitian ini tidak menemukan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Alexander et al (1978) mengemukakan bahwa salah satu kemungkinan penjelasan atas hasil penelitian tersebut adalah pasar modal yang sudah efisien, sehingga semua informasi sudah langsung tercermin dalam harga saham. Pengukuran tingkat CSR yang digunakan oleh Alexander adalah dengan ranking yang diberikan oleh pelaku usaha dan mahasiswa.

Epstein dan Freedman (1994, dalam Anggraini, 2006) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan. Informasi tersebut mencakup keamanan dan kualitas produk, etika, dan hubungan dengan karyawan dan masyarakat.

Lajili dan Zeghal (2006) menemukan bahwa perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi *human capital* (yang juga merupakan bagian dari CSR) memiliki kinerja pasar yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang lebih sedikit mengungkapkan informasi tersebut. Pendekatan yang digunakan untuk mengukur *information value* dari informasi *human capital* dalam penelitian tersebut adalah *financial portfolio performance approach*.

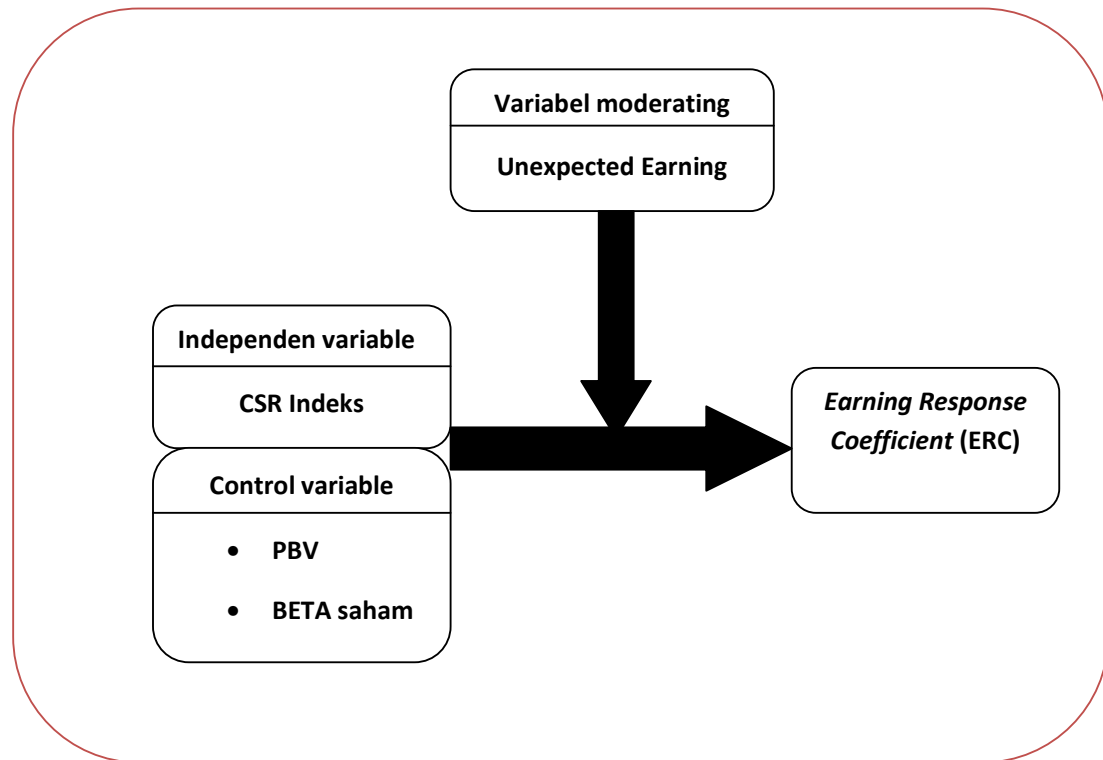
Penelitian yang menguji mengenai pengaruh pengungkapan dalam laporan tahunan terhadap ERC dilakukan oleh Widiastuti (2002) yang melakukan pengujian empiris atas pengaruh luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Penelitian ini tidak menunjukkan hasil yang konsisten dengan prediksi tentang pengaruh luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan terhadap ERC. Prediksi penelitian ini adalah bahwa ada luas pengungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC. Namun demikian pengujian empiris justru menemukan adanya pengaruh positif signifikan dari luas pengungkapan sukarela terhadap ERC. Kemungkinan penjelasan atas hasil penelitian ini karena investor tidak cukup yakin dengan informasi sukarela yang diungkapkan perusahaan tidak cukup memberikan informasi tentang *expected future earnings* sehingga investor tetap akan menggunakan informasi laba sebagai proksi *expected future earning*.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC dengan UE sebagai variabel pemoderasi serta BETA saham dan PBV sebagai variabel kontrol dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.2 Hipotesis

Berbagai penelitian telah menguji perbedaan ERC terhadap pengumuman laba dengan didasarkan pada premis bahwa *informativeness of earnings* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa datang (Widiastuti, 2006). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang, maka ERC semakin tinggi. Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunan akan mengurangi ketidakpastian tersebut dengan demikian pengungkapan informasi akan menurunkan ERC Sehingga dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut :

**HA : Semakin tinggi tingkat CSR indeks dan Unexpected Earning maka
Akan menurunkan ERC.**

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI terhadap *earning response coefficient* atau koefisien respon laba akuntansi.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel independen dan satu variabel dependen dan satu variabel moderating. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Earning Response Coefficient* (ERC). Sedangkan variabel independennya adalah *CSR disclosure* indeks dan variabel moderating dalam penelitian ini adalah *Unexpected Earning*. Untuk memperjelas lingkup penelitian maka diperlukan pendefinisian variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Sehingga terdapat pembatasan dalam pengertian variabel-variabel tersebut. Pembatasan tersebut bertujuan agar dalam memahami variabel dapat lebih fokus dalam satu pengertian dan tidak keluar dari batas permasalahan yang ada di luar definisi yang diuraikan.

Adapun definisi operasional dari variabel-variabel tersebut adalah :

3.1.1 Variabel dependen

Earning Response Coefficient (ERC)

ERC merupakan pengukur seberapa besar return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan, dengan kata lain terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan return saham (Scott, 2000).

Untuk menghitung ERC diukur dengan menghitung CAR, dengan menggunakan *window (time interval)* untuk mengukur *cummulative abnormal return* (CAR) saham perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Jika terlalu pendek, maka ukuran CAR tidak akan dapat menangkap reaksi pasar yang mungkin terjadi di luar window tersebut, misalnya karena reaksi investor yang kurang cepat (Lev, 1989). Dan begitu pula sebaliknya jika time interval yang digunakan terlalu panjang, maka dapat memberikan pengukuran yang bias mengenai kontribusi informasi yang diungkapkan oleh perusahaan (Lev, 1989). Maka mengakibatkan penelitian akan tidak fokus dan menyebabkan ketidak konsistenan pada hasil penelitian. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menggunakan berbagai macam time interval untuk mengukur CAR. Collin dan Kothari (1989, dalam Lev, 1989) melakukan pengujian mengenai “*optimal window*” dengan melakukan regresi perubahan laba tahunan terhadap *return* dengan *window* dua tahun. Dalam penelitiannya, Collins et al (1989, dalam Lev, 1989) menemukan bahwa yang paling optimal adalah perhitungan return dalam jangka waktu 15 bulan. Collins et al tidak memberikan penjelasan baik yang bersifat teoritis maupun institusional mengenai hal ini.

cummulative abnormal return (CAR) yang dihitung secara harian. Pengukuran *abnormal return* dalam penelitian ini menggunakan *market-adjusted model* yang mengacu pada penelitian Brown dan Warner (1980,1985), Pincus

(1993) dan Chandrarin (2001). Brown dan Warner (1980) menyimpulkan bahwa metode sederhana yang didasarkan pada model pasar secara *relative powerfull* dan *well specified* dibawah berbagai kondisi yang luas dan dalam kasus khusus meskipun metodenya lebih sederhana namun mempunyai kinerja yang baik. Kumulatif abnormal return (*CAR*) pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dengan metode studi peristiwa yang menggunakan jendela (*Window*) periode pendek yaitu 5 hari sebelum (-5) dan sesudah (+5) tanggal publikasian laba akuntansi (Brown dan Beaver 1980,1985 dan Chandrarin 2001) tentang abnormal return dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$AR_{i,h} = R_{i,h} - R_{mh} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan ;

$AR_{i,h}$ = Abnormal return untuk perusahaan i dan pada hari H

$R_{i,h}$ = Return saham harian perusahaan I pada hari h

R_{mh} = Return pasar pada hari h

Sehinngga kumulatif Abnormal return (*CAR*) dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$CAR_{ih} = CAR_{j,(-5+5)} = \sum_{t=-5}^{t5} AR_{i,h} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

CAR_{jih} = Abnormal return kumulatif perusahaan i selama 5 hari

Sebelum dan 5 hari sesudah laba akuntansi dipublikasikan.

Dan return saham harian dihitung dengan cara :

$$R_{i,h} = (P_{i,h} - P_{i,h-1}) / P_{i,h-1} \dots \dots \dots (3)$$

Dimana :

$R_{i,h}$ = return saham perusahaan i pada hari h

$P_{i,h}$ = harga saham penutupan (*closing price*) perusahaan i pada Hari h

$P_{i,h-1}$ = harga saham penutupan perusahaan i pada hari sebelum h (h-1)

Dan Return pasar harian dihitung dengan cara :

$$R_{mh} = (IHS_{Gh} - IHS_{Gh-1}) / IHS_{Gh-1}$$

Dimana :

IHS_{Gh} : Indeks Harga Saham pada hari h

IHS_{Gh-1} : Indeks Harga Saham pada hari h-1

3.1.2 Variable Independen

3.1.2.1 CSR Indeks

Untuk mengukur variabel CSRI menggunakan content analysis yang mengukur variety dari CSRI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-

penelitian sebelumnya. Lindenmann (1983) mendefinisikan *content analysis* sebagai berikut :

A means for taking messages that are conveyed as part of the communication process, coding and classifying them as precisely and objectively as possible and then summarizing and explaining them quantitatively.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument CSR dalam penelitian diberi nilai satu jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan, rumus penghitungan CSRI adalah sebagai berikut : (Haniffa et al, 2005)

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1

Jika tidak diungkapkan diberi nilai nol.

3.1.3 Variabel Moderating

Variabel moderating merupakan variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Variabel moderating yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.1.3.1 *Unexpected Earning*

Ukuran *unexpected earning (UE)* dalam riset ini, merupakan proksi laba akuntansi per saham yang menunjukkan hasil kinerja keuangan perusahaan selama periode tertentu. Laba akuntansi per saham menunjukkan kinerja internal (intrinsic) dan harga saham (return) menunjukkan kinerja pasar. Pengukuran *Unexpected Earnings* dihitung dengan menggunakan random walk (Chandrarin, 2001) yang dapat dihitung dengan rumus *simple unexpected earnings (UE)* berikut ini :

$$UE_{i,t} = (E_{i,t} - E_{i,t-1}) / E_{i,t-1}$$

Keterangan :

$UE_{i,t}$ = *Simple unexpected earnings* untuk perusahaan i pada tahun t

$E_{i,t}$ = Laba per saham perusahaan i pada tahun t

$E_{i,t-1}$ = Laba per saham perusahaan i pada periode sebelum Tahun t

Dengan asumsi *random walk*, variabel UE dihitung sebagai perubahan dari laba per saham perusahaan sebelum pos luar biasa tahun sekarang dikurangi dengan laba per saham perusahaan sebelum pos luar biasa tahun sebelumnya, dan diskalakan dengan harga per lembar saham

pada akhir periode sebelumnya (Kothari & Zimmerman, 1995; Billings, 1999; Widiastuti, 2002). Jadi, dalam penelitian ini unstuck menghitung variabel UE tahun 2008 dihitung dari laba per lembar saham (sebelum pos luar biasa) tahun 2008 dikurangi dengan laba per saham perusahaan sebelum pos luar biasa) tahun 2007, dan dibagi dengan per lembar saham pada 31 desember 2007, sedangkan untuk menghitung variabel UE tahun 2007 dihitung dari laba per saham tahun 2007 dikurangi laba per saham tahun 2006 dan dibagi dengan laba per saham tahun 2006.

3.1.4 Variabel Kontrol

3.1.4.1 Beta Saham

Return dan risiko merupakan dua hal yang tidak terpisahkan, karena pertimbangan suatu investasi merupakan *trade-off* dari kedua faktor ini. Return dan risiko mempunyai hubungan yang positif, semakin besar risiko yang harus ditanggung, semakin besar return yang dikompensasikan (Jogiyanto, 1998). Hal seperti inilah yang menjawab pertanyaan mengapa tidak semua investor hanyaberinvestasi pada asset yang menawarkan tingkat return yang paling tinggi.

Risiko sistematis merupakan hal penting yang dipertimbangkan investor sebelum melakukan keputusan investasi, sehingga informasi yang akurat mengenai risiko sistematis. Hal ini penting karena merupakan dasar untuk memperkirakan besarnya risiko maupun return investasi dimasa depan. Dengan memperkirakan perilaku koefisien Beta dari waktu ke waktu, maka investor dapat memperkirakan besarnya risiko sistematis dimasa depan. Oleh

karena itu secara implisit dapat dikatakan bahwa beta saham merupakan parameter kondisi keuangan suatu perusahaan, apakah perusahaan itu sehat atautah perusahaan itu mendekati kegagalan bursa (*delisting*). Karena jika emiten di-delist dari bursa maka investor merupakan pihak yang paling dirugikan. Investor akan menanggung risiko jika menyusun portofolio investasinya melibatkan saham yang berpotensi gagal, sebab investor tidak dapat lagi memperjualbelikan sahamnya. Dengan kata lain akan timbul kerugian akibat salah investasi. Jadi selain memperhatikan return yang tinggi, investor juga harus memperhatikan tingkat risiko yang harus ditanggung.

3.1.3.2 PBV (*Price to Book Value*)

PBV atau Pertumbuhan perusahaan menunjukkan apakah kemampuan laba akuntansi perusahaan yang tidak dalam proses bertumbuh atau dalam proses bertumbuh, merupakan laba akuntansi tahun berjalan (sebagai berita baik /buruk) dapat digunakan untuk menunjukkan prospek pertumbuhan dimasa yang akan datang (Chandrarin, 2001).

Perusahaan yang mempunyai kesempatan bertumbuh koefisien respon laba akuntansinya (ERC) akan lebih tinggi daripada perusahaan yang tidak mempunyai kesempatan bertumbuh (Collins dan Kothari 1989). Pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan rasio antara nilai pasar dengan nilai buku ekuitas (Collins dan Kothari 1989, Bae dan Sami 1996, Chandrarin 2001).

Price to book value selama 2007-2008 dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$PBV : \frac{HS \text{ it}}{NBE \text{ it/lbr saham}}$$

HS it = Harga Saham perusahaan i pada tahun t

NBE it/lb shm = Nilai buku ekuitas perusahaan i pada tahun t per lembar Saham

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Jakarta (BEI) yang diperoleh dari data *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) tahun 2007-2008 di maksi Undip. Prosedur pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan oleh peneliti, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasinya. Dengan kriteria tertentu perusahaan yang dapat mewakili populasi.

Pertimbangan-pertimbangan tersebut antara lain :

- a) Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEI) tahun 2007-2008, yang menerbitkan laporan tahunan per 31 Desember dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2008.
- b) Perusahaan manufaktur yang sahamnya aktif diperdagangkan selama periode pengamatan yaitu dari tanggal 1 Januari 2008 sampai dengan 31 Maret 2010.
- c) Perusahaan sampel harus tersedia data tentang tanggal pengumuman laba per 31 Desember 2008, dan harga saham harian selama periode pengamatan juga harga penutupan saham.

- d) Dapat diidentifikasi ke dalam kategori kelompok informasi CSR yang terdiri dari lingkungan, kinerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Berdasarkan kriteria diatas maka sampel yang digunakan dalam dalam penelitian ini berjumlah 56 perusahaan dari 146 sampel akhir perusahaan yang terdaftar di BEI, karena hanya 56 perusahaan yang memenuhi kriteria-kriteria diatas.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data sekunder perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Yang diperoleh dari pojok BEI yang diantaranya adalah :

- a) Data akuntansi yang terdiri dari laba after tax, nilai pasar dan nilai buku, ekuitas, rasio leverage dan jumlah jumlah saham yang beredar diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* tahun 2008 di maksu Undip
- b) Data harga penutupan saham (closing price) dan indeks harga saham gabungan (IHSG) harian tahun diperoleh dari data yang tersedia di pojok BEI Undip.
- c) Data tentang CSR diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang list di BEI pada tahun 2007-2008 Peneliti mempunyai beberapa alasan mengapa dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu :
 1. Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) hanya diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Penggunaan laporan tahunan yang didalamnya terdapat laporan keuangan auditan yang diaudit akuntan publik menandakan data yang ada dapat dipercaya dan dapat teruji keabsahannya.
3. Sangat mudah memperoleh data tersebut.
4. Tidak membutuhkan biaya yang cukup besar untuk mendapatkan data tersebut.

3.4 Metode pengumpulan data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi data sekunder berupa data pasar modal untuk menghitung *cumulative abnormal return* (CAR), data tanggal publikasi laporan tahunan per 31 Desember, data harga saham, data Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) diperoleh di Pojok BEI Universitas Diponegoro, data pendekatan pengungkapan informasi CSR diperoleh dari Annual Report tahun 2007-2008 yang didapat dengan mendownload di situs www.jsx.co.id), daftar laba untuk menghitung Unexpected Earning diperoleh dari laporan keuangan perusahaan tahun 2007-2008 dibagi dengan jumlah saham yang beredar tahun 2006 dan 2007.

3.5 Metode Analisis data

Untuk menguji pengaruh variabel independen dan dependen menggunakan alat statistik Regresi Berganda dengan model interaksi (Moderated Regression Analysis)

Data penelitian ini dianalisis dan diuji dengan beberapa uji statistik yang terdiri dari statistik deskriptif dan uji statistik untuk pengujian hipotesis.

statistik ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang profil data sampel. Dalam hal ini peneliti menggunakan statistik deskriptif yang terdiri atas rata-rata, deviasi standar, minimum dan maksimum

3.5.1 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang akan dilakukan adalah menguji apakah tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan memiliki pengaruh terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi (*Earning Response Coefficient*).

3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik

Agar dalam penelitian ini diperoleh hasil analisis data yang memenuhi syarat pengujian, maka dalam penelitian dilakukan pengujian asumsi klasik untuk pengujian statistik.

3.5.1.1 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen/terikat dengan residualnya. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola bergelombang, melebar, kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas/tertentu (titik-titik yang menyebar diatas dan

dibawah o pada sumbu Y), maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, hal 77).

3.5.1.2 Uji Normalitas

Untuk menguji apakah dalam model Regresi, variabel dependen dan variabel independennya mempunyai distribusi normal ataukah tidak, maka diperlukan uji normalitas. Cara yang digunakan adalah dengan melihat *Normal P-P Plot of regression Stand* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal, jika hasilnya membentang pola diagonal dari kiri ke kanan atas, maka berarti dapat diasumsikan berdistribusi normal.

3.5.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam persamaan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Konsekuensi yang sangat penting bagi model regresi yang mengandung multikolinieritas adalah bahwa kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar, dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar, akibatnya,

model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel independen (Algifari, hal 84).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat digunakan dengan melihat nilai R^2 dan matrik korelasi (r) variabel-variabel independen dari hasil output SPSS *Regression Linear*, menurut Ghozali (2001:63) nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi regresi empiris cukup tinggi, tetapi secara partial banyak variabel independen yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen. Dan jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), oleh Ghozali ditegaskan, maka hal ini juga merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Tetapi pada data dan model yang digunakan dalam penelitian uji autokorelasi tidak dilakukan karena data yang digunakan adalah data *crosssectional* (silang waktu) yang relatif jarang terjadi.

Setelah dapat dipastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memiliki varian yang sama, kemudian dilakukan uji t sampel independen dengan berdasarkan standar deviasi dan standar error, akan dianalisis apakah pengaruh

pengungkapan CSR dalam laporan tahunan terhadap koefisien respon laba akuntansi (*ERC*) tersebut memang nyata ataukah tidak secara statistik.