

**PENGARUH PENGUNGKAPAN INFORMASI
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM LAPORAN TAHUNAN TERHADAP
EARNING RESPONSE COEFFICIENTS (ERC)
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh

**PRAMUDITO ADISUSILO
NIM. C2C006113**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Pramudito Adisusilo menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan terhadap Earning Response Coefficient (ERC) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009)”, 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 atau 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 lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 5 Desember 2011

Yang membuat pernyataan,

Pramudito Adisusilo

NIM. C2C006113

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : PRAMUDITO ADISUSILO
Nomor Induk Mahasiswa : C2C006113
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi
Judul Skripsi : PENGARUH PENGUNGKAPAN INFORMASI
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM LAPORAN TAHUNAN TERHADAP
EARNING RESPONSE COEFFICIENTS (ERC)
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun
2009)
Dosen Pembimbing : Drs. Sudarno,MSi.,Akt.,Ph.D

Semarang, 5 Desember 2011

Dosen Pembimbing

(Drs. Sudarno,MSi.,Akt.,Ph.D)
NIP. 196505201990011001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : PRAMUDITO ADISUSILO
Nomor Induk Mahasiswa : C2C006113
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi
Judul Skripsi : PENGARUH PENGUNGKAPAN INFORMASI
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM LAPORAN TAHUNAN TERHADAP
EARNING RESPONSE COEFFICIENTS (ERC)
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun
2009)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 13 Desember 2011

Tim Penguji

1. Drs. Sudarno,MSi.,Akt.,Ph.D
NIP. 196505201990011001
2. Puji Harto,SE.,MSi.,Akt
NIP. 197505272000121001
3. Surya Raharja,SE.,MSi.,Akt
NIP. 197605252006041002

ABSTRAK

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba akuntansi (*Earning Response Coefficient*, ERC). Selain dipengaruhi oleh CSR dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi *Earning Response Coefficient* antara lain profitabilitas, growth, leverage, dan size seperti yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007). Oleh karena itu tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan terhadap *earning response coefficient* (ERC) dengan profitabilitas, growth, leverage, dan size sebagai variabel kontrol.

Sampel penelitian yaitu berdasarkan metode *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, diperoleh sebanyak 39 perusahaan sebagai sampel penelitian selama satu tahun. Pengujian dilakukan dengan menggunakan regresi berganda.

Hasil pengujian ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dan negatif antara CSR terhadap ERC secara parsial. Hasil lainnya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Leverage terhadap ERC, tidak ada pengaruh yang signifikan antara PBV terhadap ERC, tidak ada pengaruh yang signifikan antara ROE terhadap ERC serta ada pengaruh yang signifikan dan positif antara Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap ERC

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Pertumbuhan, Rasio Leverage, Ukuran Perusahaan serta Earning Response Coefficient

ABSTRACT

The focus of this study was to test the effect of disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) in the company's annual report on the market response to accounting earnings (Earnings Response Coefficient, ERC). Influenced by the CSR addition of some past research suggests that there are several other factors affecting the Earnings Response Coefficient, among others, profitability, growth, leverage, and size as that of Sayekti and Wondabio (2007). Therefore, the purpose of this study is to examine the effect of disclosure of corporate social responsibility (CSR) on corporate earnings response coefficient (ERC) with profitability, growth, leverage, and size as control variables.

Study sample is based on purposive sampling method in which sampling is based on certain criteria, obtained a total of 39 companies as a sample study for one year. Research exert multiple regression.

Test results found a significant and negative effect of the partial CSR towards ERC. Other results showed that there was no significant effect of leverage on the ERC, there is no significant effect between PBV of the ERC, there was no significant effect of ROE on the ERC, and there is a significant and positive influence of company size (Size) of the ERC.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Growth, Leverage Ratio, the Company Size and Earning Response Coefficient

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Judul penelitian ini yaitu ” PENGARUH PENGUNGKAPAN INFORMASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM LAPORAN TAHUNAN TERHADAP *EARNING RESPONSE COEFFICIENTS* (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009)”.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari selama proses penyusunan skripsi ini telah banyak mendapatkan bantuan, dorongan dan bimbingan baik secara moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

- 1 Prof. Dr. Mohamad Nasir, MSi. Akt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- 2 Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si, Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang.
- 3 Prof. Dr. Arifin, M.com., Hons., Akt. sebagai dosen wali yang telah memberikan bantuan demi kelancaran perkuliahan penulis
- 4 Drs. Sudarno, MSi., Akt., Ph.D. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa sabar dan penuh keikhlasan memberikan petunjuk, bimbingan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

- 5 Bapak ibuku serta kakak dan adikku, terima kasih atas semua yang telah diberikan baik moriil maupun materiil yang tak terhingga nilainya sampai dengan studi ini selesai.
- 6 Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
- 7 Teman-teman Akuntansi Universitas Diponegoro angkatan 2006 atas kebersamaan, bantuan dan dorongannya.
- 8 Rekan-rekan dan sahabat atas motivasi serta semangat yang telah diberikan.
- 9 Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan sripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 5 Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II : TELAAH PUSTAKA	
2.1.Landasan Teori	11
2.2.Penelitian Terdahulu	20
2.3.Kerangka Pemikiran	22
2.4.Hipotesis.....	22

BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1.Variabel penelitian dan Definisi Operasional	24
3.2.Metode Pengumpulan Data	30
3.3.Populasi dan Sampel.....	31
3.4.Metode Analisis Data.....	31
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1.Data Penelitian	38
4.2.Statistik Deskriptif	38
4.3.Pengujian Distribusi Data pada Variabel Penelitian.....	40
4.4.Asumsi Klasik	41
4.5.Uji Model	47
4.6.Uji Hipotesis.....	48
4.7.Interpretasi Hasil Penelitian	51
BAB V : PENUTUP	
5.1.Kesimpulan	53
5.2.Saran-saran	53
5.3.Keterbatasan	54
5.4.Agenda Penelitian yang Akan Mendatang.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN–LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. : Sampel Penelitian Perusahaan di BEI Periode Tahun 2009.....	38
Tabel 4.2. : Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	39
Tabel 4.3. : Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	41
Tabel 4.4. : Uji Asumsi Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.5. : Uji Glejser	45
Tabel 4.6. : Uji Asumsi Autokorelasi.....	46
Tabel 4.7. : Uji Anova (Uji F).....	47
Tabel 4.8. : Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.9. : Uji Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 4.1 : Uji Asumsi Heteroskedastisitas	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini setiap perusahaan terutama perusahaan yang telah *go public* di pasar modal dituntut untuk melakukan keterbukaan. Keterbukaan perusahaan dapat berupa penyampaian informasi secara berkualitas (Hadi dan Sabeni, 2002). Menurut Sembiring (2003) informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan. Adanya informasi yang akurat, lengkap, serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh dapat sesuai dengan yang diharapkan.

Suatu informasi dikatakan informatif jika informasi tersebut dapat mengubah kepercayaan (*belief*) para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Adanya informasi baru selain laporan keuangan akan meningkatkan kepercayaan dikalangan para investor terhadap suatu perusahaan. Saat ini informasi yang banyak mendapat sorotan adalah mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan. Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM) (Susilawati, 2010)

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Darwin (2004) mengatakan bahwa Corporate Sustainability Reporting terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) praktik pengungkapan CSR merupakan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Selain itu, CSR dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecca, 1983 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Dengan menerapkan CSR diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan keuangan dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Saat ini, pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (1994), dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan

suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Saat ini penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mulai berkembang dan dengan melakukan tanggung jawab sosial, organisasi/perusahaan lebih berkomitmen dan bertanggung jawab kepada para pemegang sahamnya. Reputasi perusahaan yang telah menerapkan CSR mempengaruhi persepsi pemegang saham yang memaksa perusahaan tidak hanya mempertimbangkan kinerja keuangannya saja namun juga mempertimbangkan kinerja lingkungan dan sosial. CSR tidak hanya dikenal dalam hal tanggung jawabnya terhadap perusahaan, CSR juga berfokus pada kewajiban perusahaan kepada masyarakat dan kepeduliannya terhadap lingkungan. Para pendukung CSR mengklaim bahwa CSR mengakibatkan kinerja perusahaan secara finansial lebih baik, meningkatkan citra merek dan reputasi, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan produktivitas dan kualitas perusahaan.

Di Indonesia, tanggung jawab sosial perusahaan dikuatkan dengan adanya aturan IAI yang terdapat dalam PSAK No1 (Revisi 2009) paragraf 12 dan UU PT No 40 tahun 2007. Pemikiran yang melandasi diterapkannya CSR dalam laporan tahunan perusahaan adalah kurangnya kepekaan perusahaan terhadap dampak negatif yang dialami lingkungan dan masyarakat yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan dalam mendayagunakan sumber daya manusia dan lingkungan untuk kepentingan peningkatan kinerja perusahaan. Hidayati (2009) merumuskan triple bottom line (TBL) atau tiga faktor utama operasi perusahaan dalam kaitannya

dengan lingkungan dan manusia, yaitu faktor manusia dan masyarakat (*people*), faktor ekonomi dan keuntungan (*profit*), serta faktor lingkungan (*planet*). Maksud dari faktor yang juga terkenal dengan sebutan triple P (3P) ini adalah selain berorientasi untuk mencapai keuntungan secara ekonomi (*profit*), perusahaan bisnis juga harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia (*people*) dan terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati (*planet*).

Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan tersebut didukung dengan adanya pengesahan undang-undang perseroan terbatas No 40 tahun 2007 pasal 1 ayat (3), Isi pasal tersebut menjelaskan : “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Sebelum adanya pengesahan undang-undang perseroan terbatas tahun 2007, informasi CSR masih digolongkan sebagai *Voluntary Disclosure* (pengungkapan sukarela) karena belum ada peraturan atau ketetapan yang mewajibkan CSR diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, meskipun pada bulan Juli 2005 lalu inisiasi Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan kementerian lingkungan hidup telah menciptakan *awareness* lewat *Sustainability Report Awards*, yang isinya menyatakan bahwa :

“Sepanjang belum adanya format yang ditentukan oleh pemerintah, perusahaan dapat membuat laporan ini sebagai bagian tersendiri dalam *annual report*. Tidak perlu berlebihan, yang penting adalah kecukupan informasi tentang apa

yang telah dilakukan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya. Bentuk Laporan dapat bersifat kuantitatif dan kualitatif yang mampu menggambarkan hal yang sebenarnya.”

Beberapa alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain (Meutia, 2008) :

- 1) *Internal decision making* : Manajemen membutuhkan informasi tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali
- 2) *Product differentiation* : manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses dari pada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
- 3) *Enlightened self interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba akuntansi (*Earning*

Response Coefficient, ERC). ERC merupakan koefisien yang mengukur respon *abnormal return* sekuritas terhadap *unexpected earning* perusahaan yang menerbitkan sekuritas (Naimah dan Utama, 2006). Korelasi *earning return* yang rendah menunjukkan bahwa informasi laba hanya sedikit memberikan informasi mengenai nilai perusahaan, atau dengan kata lain terdapat asimetri yang tinggi. Oleh karena itu dengan tujuan mengurangi asimetri informasi, pengungkapan informasi akan lebih banyak pada perusahaan yang memiliki korelasi *earning return* rendah, atau dengan kata lain korelasi *earning return* berhubungan negatif dengan luas pengungkapan (Lang dan Lundholm, 1993 dalam Widiastuti, 2002).

Beaver (1989) dalam Widiastuti (2002) mendefinisikan *Earning Response Coefficient* (ERC) sebagai “ sensitifitas perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi ”. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari tingginya ERC, menunjukkan laba yang dilaporkan berkualitas. Sebaliknya, lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya ERC, menunjukkan laba yang dilaporkan kurang atau tidak berkualitas. Meskipun ada hubungan antara laba akuntansi dengan harga saham, akan tetapi Lev (1989) dalam Maharani (2009) berpendapat bahwa korelasi antara *return* saham dan laba itu sangat lemah dan tidak stabil, bahkan kontribusi laba untuk memprediksi harga dan *return* saham itu sendiri juga sangat lemah.

Penelitian yang dilakukan Sayekti dan Wondabio (2007) memperoleh hasil bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Hal ini konsisten dengan prediksi yang dilakukan oleh Widyastuti (2002) yang memprediksi luas pengungkapan sukarela

berpengaruh negatif terhadap ERC, namun hasil penelitian empirisnya justru menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan.

Penelitian ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) yang berfokus pada pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan *go public* di Bursa Efek Indonesia yang terdaftar di *Indonesian Capital Market Direction* serta pengaruhnya terhadap *Earning Respons Coefficient*. Pengembangan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan empat variabel kontrol yang pada penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) hanya menggunakan dua variabel kontrol. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu leverage, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan size perusahaan. Menurut Scott (2006) variabel kontrol tersebut merupakan determinan ERC dan terbukti secara empiris mempengaruhi ERC.

Penelitian ini menggunakan data laporan tahun 2009. Pada penelitian Widiastuti (2002) menggunakan data laporan tahun 1995, Sayekti dan Wondabio (2007) menggunakan data laporan tahun 2005, sedangkan Maharani (2009) menggunakan data laporan tahun 2007. Pada penelitian ini tahun 2009 dipilih karena menggambarkan kondisi yang relatif baru dipasar modal Indonesia, sehingga diharapkan penelitian ini akan lebih relevan terhadap kondisi aktual di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berbagai penelitian terdahulu telah menguji perbedaan reaksi pasar terhadap pengumuman laba dengan didasarkan premis bahwa *informativeness of*

earning akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang, maka *earning response coefficient* (ERC) semakin tinggi. Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya dapat mengurangi ketidakpastiannya tersebut. Dengan demikian pengungkapan informasi akan menurunkan ERC (Wondabio dan Sayekti, 2007). Hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu belum menunjukkan hasil yang konsisten. Wondabio dan Sayekti, 2007 dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *earning response coefficient* (ERC) memiliki pengaruh negatif terhadap CSR, namun hasil penelitian Widiastuti (2002) menunjukkan pengaruh positif. Sehingga dalam penelitian ini permasalahan yang akan dikaji adalah apakah pengungkapan informasi Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap Earning Respon Coefficient (ERC) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009.

1.3. Tujuan dan Manfaat penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan terhadap *earning response coefficient* (ERC).

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman mengenai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap laporan tahunan perusahaan.
2. Memberikan masukan bagi badan penyusun standar akuntansi dan badan otoritas pasar modal mengenai relevansi dari pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan mereka dan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan.
4. Dapat memberi wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan suatu investasi sehingga investor tidak hanya terpaku pada ukuran-ukuran moneter dan mulai mempertimbangkan pengungkapan CSR dalam keputusan investasinya.

1.4. Sistematika Penulisan Penelitian

Susunan sistem penelitian skripsi yang disajikan dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai hal-hal yang akan diuraikan dalam skripsi ini. Secara garis besar, skripsi ini terdiri dari lima bab yaitu :

Bab I : Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang dipilih dalam penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian skripsi ini.

Bab II : Telaah Pustaka

Berisi penjelasan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC. Beberapa hasil penelitian yang telah ada, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang akan diuji.

Bab III : Metode Penelitian

Berisi penjelasan mengenai variabel-variabel yang akan digunakan, teknik pengumpulan data dan penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta alat analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC pada perusahaan manufaktur.

Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan

Berisi penjelasan mengenai gambaran umum dari objek penelitian. Bab ini menjelaskan secara sistematis hasil penelitian yang telah dilakukan serta menjelaskan perbandingan hasil antara penelitian ini dengan yang terdahulu.

Bab V : Penutup

Berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Pada bab ini juga dijelaskan keterbatasan dari penelitian serta saran-saran yang bisa digunakan sebagai acuan bagi peneliti-peneliti lain dimasa yang akan datang.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Signaling

Teori signaling dalam ilmu komunikasi yang digunakan dalam disiplin ilmu akuntansi digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi pola perilaku komunikasi manajer kepada publik. Teori signaling dalam akuntansi berfungsi untuk menilai adanya informasi privat. Dalam pasar modal, pelaku pasar melakukan keputusan ekonomi dengan dasar informasi publikasi, pengumuman dan konferensi pers (Jaswadi, 2003).

Investor memerlukan informasi mengenai prospek perusahaan yang akan dipilihnya sebagai tempat menanam dana. Akan tetapi, sebagai pihak luar investor tidak mengetahui seluruh informasi perusahaan sebanyak yang diketahui manajemen (Brigham dan Houston, 2001). Oleh karena itu, manajemen perusahaan sebagai pihak yang memiliki informasi lebih baik memberikan tanda atau sinyal kepada investor tentang prospek perusahaan dimasa mendatang.

Teori signaling mengindikasikan bahwa pelaporan keuangan oleh emiten merupakan suatu sinyal yang dapat mempengaruhi nilai saham mereka. Dengan adanya sinyal dari perusahaan menyebabkan investor melakukan antisipasi untuk menentukan antisipasi yang tepat. Dengan demikian apabila manajemen menyampaikan informasi ke pasar, umumnya pasar akan merespon sebagai suatu

sinyal terhadap adanya suatu peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Manajer pada umumnya mempunyai motivasi untuk menyampaikan informasi yang baik (*good news*) mengenai perusahaannya kepada pihak luar secepat mungkin. Informasi tersebut diharapkan dapat memberikan sinyal yang meyakinkan sehingga publik akan terkesan dalam hal ini akan terefleksi pada harga saham sekuritas. Contoh penyampaian informasi melalui signaling yaitu pencapaian informasi laba dan informasi-informasi dalam laporan tahunan perusahaan khususnya informasi mengenai pengungkapan CSR yang diharapkan dapat memberikan informasi mengenai prospek perusahaan dimasa depan pada investor.

Informasi tentang pengungkapan CSR merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena CSR terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang. *Acceptability* dan *sustainability* juga terkait dengan resiko bagi investor, karena perusahaan bertanggung jawab pada dampak sosial dan lingkungan, termasuk didalamnya tanggung jawab terhadap tenaga kerja dan keamanan produk bagi konsumen memiliki resiko terjadinya konflik sosial dan lingkungan yang lebih rendah dibanding perusahaan yang tidak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya. Sementara sinyal perusahaan berupa laba lebih mengkomunikasikan kinerja perusahaan untuk jangka pendek. Laba akuntansi yang berkualitas adalah laba akuntansi yang mempunyai sedikit atau tidak mengandung gangguan

persepsian (*perceived noise*) di dalamnya dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya. Laba akuntansi dikatakan berkualitas apabila elemen-elemen yang membentuk laba tersebut dapat diinterpretasikan dan dipahami secara memuaskan oleh pihak yang berkepentingan. Laba perusahaan yang tinggi merupakan *good news* bagi investor, namun laba yang tinggi saja tidak cukup dijadikan acuan untuk memprediksi prospek perusahaan dimasa datang sehingga dibutuhkan informasi tambahan seperti informasi CSR.

2.1.2. Teori Stakeholder

“Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi harapan atau permintaan *stakeholders*. Namun demikian, perusahaan tetap melakukan identifikasi atas stakeholder dengan menilai mana yang memberikan pengaruh lebih besar serta yang paling penting mengganggu kelangsungan hidup perusahaan jika harapannya tidak terpenuhi sehingga pengungkapan akan dilakukan berdasarkan harapan *stakeholders* tersebut” (Meutia, 2008).

Meutia (2008) mengungkapkan bahwa teori *stakeholders* menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*, dan memiliki 2 cabang yaitu :

1. *Ethical dan normative* menyatakan bahwa semua *stakeholders* memiliki hak yang sama untuk diperlakukan secara adil, dan isu kekuasaan *stakeholders* tidak relevan dalam hal ini. Pandangan ini merefleksikan kerangka pertanggung jawaban yang dilakukan oleh Gray *et al.*, dalam Meutia yang

menyatakan bahwa organisasi bertanggung jawab kepada semua *stakeholders* untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.

2. Cabang *positive* menjelaskan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* bagi organisasi semakin besar usaha yang dilakukan untuk mengelola hubungan tersebut.

Ulmann dalam Meutia, 2008 menyimpulkan bahwa pengungkapan sosial merupakan strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholders* dengan mempengaruhi level permintaan yang berasal dari *stakeholders* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* itu bagi kesuksesan organisasi, semakin besar kemungkinan organisasi akan memenuhi permintaannya. Dapat disimpulkan, Teori Stakeholder akan mempengaruhi pelaksanaan dan pengungkapan CSR sesuai dengan permintaan stakeholder inti (stakeholder yang paling mempengaruhi perusahaan), sedangkan penganut *teory ethic* akan melakukan CSR secara adil untuk semua *stakeholders*. Sehingga mungkin akan ditemui adanya perbedaan fokus dalam pelaksanaan dari masing-masing kelompok perusahaan sesuai dengan pandangan masing-masing perusahaan.

2.1.3. CSR

Pemikiran yang melandasi Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai 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 diatas. 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 Islahudin, 2008).

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai :

“ Corporate Social Responsibility is the commitment of business to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life “

Komisi Uni Eropa (dikutip oleh Dahl sud, 2006) menerjemahkan CSR sebagai suatu konsep dimana perusahaan mengintegrasikan tema-tema sosial dan lingkungan dalam kegiatan operasional di dalam menjalin interaksi dengan stakeholder mereka. Sedangkan pengertian dari pengungkapan sosial menurut Gray *et al.* (1987) (dikutip oleh Rashid dan Lodh, 2008) adalah :

“ The process of communicating the social and environmental effects of organizations economic actions to particular interest group within society and to society at large “

Deegan dan Rankin (1996) dalam Mutia (2008) menjelaskan pengungkapan CSR sebagai interaksi antara organisasi dan lingkungan sosial yang didalamnya antara lain terdapat pengungkapan mengenai *human resources, community involvement, the natural environment, energy*. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR merupakan sebuah alat untuk

mengkomunikasikan aktivitas sosial lingkungan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Di dalam PSAK No.1 (Revisi 2009) paragraph 12 dinyatakan bahwa:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan. “

2.1.4. Earning Response Coefficient (ERC)

Cho dan Jung (1991) dalam Naimah dan Utama (2006) mendefinisikan *Earning Response Coefficient* (ERC) sebagai efek setiap dolar dari laba kejutan terhadap *return* saham. Hal ini menunjukkan bahwa ERC adalah reaksi atas laba yang diumumkan perusahaan. ERC disebut juga koefisien sensitifitas laba akuntansi yaitu ukuran perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi. Scott (2006) mendefinisikan *earning 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”

Menurut Scott (2006) ada beberapa hal yang mempengaruhi respon pasar yang berbeda-beda terhadap laba yaitu persistensi laba, beta, struktur permodalan perusahaan, kualitas laba, *growth opportunities*, dan *informativeness of price*.

Nilai ERC diprediksi lebih tinggi jika laba perusahaan lebih persisten dimasa depan, serta jika kualitas laba semakin baik. Apabila Beta yang mencerminkan resiko sistematis semakin tinggi, maka ERC akan semakin rendah (Scott, 2006). Hal tersebut disebabkan karena investor akan menilai laba sekarang untuk memprediksi laba dan *return* dimasa yang akan datang. Jika *future return* tersebut semakin beresiko, maka reaksi investor terhadap *unexpected earning* (UE) perusahaan juga semakin rendah. Struktur permodalan perusahaan juga berpengaruh terhadap ERC. Peningkatan laba (sebelum bunga) bagi perusahaan *high levered* berarti bahwa perusahaan semakin baik bagi pemberi pinjaman dibandingkan bagi pemegang saham. Oleh sebab itu, perusahaan yang *high levered* memiliki ERC yang lebih rendah dibanding dengan perusahaan yang *low levered* (Scott, 2006). Perusahaan yang memiliki *growth opportunities* diharapkan akan memberikan profitabilitas yang tinggi dimasa datang dan diharapkan lebih persisten. Dengan demikian, ERC akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki *growth opportunities* (Scott, 2006). Faktor lain yang juga mempengaruhi respon pasar terhadap laba adalah *informativeness* dari harga pasar itu sendiri. Biasanya *informativeness* dari harga pasar tersebut diproksi dengan ukuran perusahaan, karena semakin besar perusahaan maka semakin banyak informasi publik yang tersedia mengenai perusahaan tersebut. 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, 2006).

2.1.5. *Earning Response Coefficient* (ERC) dan Pengungkapan Informasi dalam Laporan Tahunan

Secara umum, hubungan tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Menurut Lang dan Lundlon (1993) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) secara teoritis ada hubungan positif antara pengungkapan (termasuk pengungkapan sukarela) dan kinerja pasar perusahaan. Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investornya. Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi dan juga mengurangi *agency problems* (Healy *et al.*, 2001).

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.

Secara umum, hubungan antara tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat berharga. Gelb dan Zarowin (2000) dalam Widiastuti (2002) menguji antara luas pengungkapan sukarela dan keinformatifan harga saham. Mereka menyatakan bahwa pengaruh keinformatifan ungkapan terhadap *current* ERC mungkin positif atau mungkin juga negatif. Menurutnya, pengaruh luas ungkapan terhadap *current* ERC mungkin positif, karena biasanya perusahaan yang banyak mengungkapkan informasi (*high disclosure firm*) adalah perusahaan yang memiliki kabar baik (*good news*).

Widiastuti (2002) menguji perbedaan ERC terhadap pengumuman laba dengan didasarkan pada premis bahwa *informativeness of earning* akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian prospek perusahaan di masa datang, maka ERC semakin tinggi. Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya dapat mengurangi ketidakpastian tersebut, sehingga akan menurunkan ERC.

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, 2002). 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.

2.2. Penelitian Terdahulu

Setiawan dan Darmawan (2011) dengan judul *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance : Evidence from the Firms Listed in LQ45 of the Indonesian Stock Exchange Market*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ERC.

Hidayati dan Murni (2009) dengan judul *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Earnings Response Coefficient pada Perusahaan High Profile*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap ERC.

Utamingtyas (2010) dengan judul *The Relationship between Corporate Social Responsibility and Earning Response Coefficient : Evidence from Indonesian Stock Exchange*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ERC.

Hossain *et al.*, (2006) yang merupakan peneliti dari Australia melakukan penelitian tentang hubungan antara pengungkapan CSR dan karakteristik perusahaan negara berkembang dengan mengambil sampel negara Bangladesh. Penelitian ini menggunakan *indeks disclosure* untuk mengukur perluasan pengungkapan CSR yang diungkapkan perusahaan dalam *annual report*. Karakteristik perusahaan mempertimbangkan *size* (yang diproksi dengan penjualan asset), profitabilitas (ROE), tipe industri dan hubungan internasional dengan *audit fee*, menggunakan sampel 107 perusahaan dengan 60 item disclosure indeks, ternyata perusahaan di Bangladesh masih sedikit yang mengungkapkan CSR.

Muwarningsari (2008) menguji pengaruh *voluntary disclosure* terhadap ERC secara simultan dengan menguji 60 perusahaan manufaktur yang terdaftar di JSX dan menerbitkan laporan keuangan selama tahun 2003 sampai dengan 2006. Dengan menggunakan *structural equation model* (SEM), penelitian ini memberikan hasil bahwa *voluntary disclosure* berpengaruh positif terhadap ERC.

Naimah dan Utama (2006) menginvestigasi pengaruh ukuran, pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan terhadap koefisien respon laba dan koefisien nilai buku entitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bukti bahwa laba akuntansi berhubungan dengan harga saham, karena laba akuntansi memberikan informasi yang bermanfaat dalam penelitian sekuritas. Sedangkan ukuran, pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC.

Sayekti dan Wondabio (2007) melakukan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap ERC. Bukti empiris yang dilakukan dalam penelitian ini mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

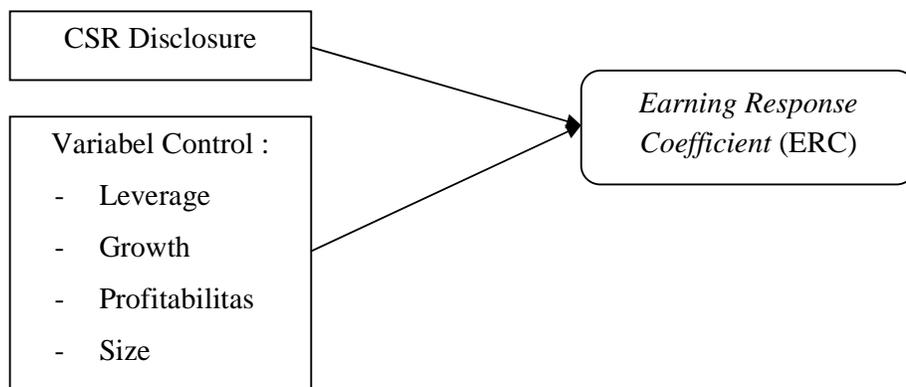
Widiastuti (2004) berusaha menguji pengaruh luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan terhadap *earning response coefficient* (ERC) dengan menggunakan sampel 67 laporan tahunan dari perusahaan yang terdaftar di JSX pada bulan desember 1995 yang menghipotesiskan bahwa luas ungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC, tetapi hasilnya tidak signifikan dengan

penelitiannya. Hal ini dikarenakan secara keseluruhan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa luas ungkapan sukarela berpengaruh positif terhadap ERC.

2.3. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian



2.4. Hipotesis

Hasil penelitian empiris tentang pengaruh CSR disclosure terhadap ERC yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengindikasikan adanya apresiasi pasar pada informasi CSR terhadap ERC masih jarang dilakukan dan belum menunjukkan hasil yang konsisten. Bukan itu saja, banyak ditemukan pengungkapan CSR yang lebih luas pada perusahaan yang memiliki korelasi *earning return* yang lemah dengan tujuan untuk menurunkan tingkat asimetri informasi yang ditimbulkan oleh ERC yang merupakan kualitas dari laba perusahaan.

Penelitian ERC lain yang menguji perbedaan reaksi pasar (ERC) terhadap pengumuman laba menemukan bahwa *value relevance* informasi laba

akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian prospek perusahaan dimasa mendatang. Semakin tinggi ketidakpastian proses perusahaan dimasa mendatang, semakin tinggi juga keinformatifan laba (ERC) (Sayekti dan Wondabio, 2007). Penelitian yang dilakukan Sayekti dan Wondabio (2007) memperoleh hasil bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Hal ini konsisten dengan prediksi yang dilakukan oleh Widyastuti (2002) yang memprediksi luas pengungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC, namun hasil penelitian empirisnya justru menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Ha : CSR Disclosure memiliki pengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel penelitian dan Devinisi Operasional

3.1.1. Variabel Independen : *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan perusahaan yang diukur dengan Corporate Social Responsibility Indeks (CSRI). Mengacu pada penelitian Hanifa *et al.*, (2005), maka pengukuran 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) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) 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.

Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan instrumen yang digunakan pada GRI Indicators (2010), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori: Ekonomi (9 Item), Lingkungan (30 Item), Tenaga kerja (13 Item), HAM (9 Item), Sosial (8 Item), dan Produk (9 Item). Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen

penelitian diberi nilai 1 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 perhitungan CSRI adalah sebagai berikut (Haniffa *et al.*, 2005) :

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

Keterangan:

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

n_j : Jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

$\sum X_{ij}$: *Dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

3.1.2. Variabel Dependen : *Earnings Response Coefficient (ERC)*

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah ERC. Untuk mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient (ERC)*, yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. Pengertian Koefisien Respon Laba (*Earnings Response Coefficient*) menurut Cho dan Jung (1991) dalam Widiastuti (2008) adalah sebagai berikut :

Koefisien Respon Laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar unexpected earnings terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan slopa koefisien dalam regresi abnormal returns saham dan unexpected earning.

Berdasarkan definisi diatas, maka ERC dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it} + \square$$

Keterangan :

CAR_{it} = *Cumulative Abnormal Return* perusahaan i pada waktu t

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada waktu t

α = Konstanta

β = Koefisien yang menunjukkan ERC

\square = Error

Estimat ERC dalam penelitian ini merupakan slopa koefisien yang diperoleh dari regresi *cross sectional* antara *Cummulative Abnormal Return* (CAR) sebagai proksi harga saham dengan *Unexpected Earning* (UE). Menurut Jogiyanto (2003) lamanya jendela (*window*) pengamatan *return* tergantung dari peristiwanya. Untuk peristiwa pengumuman laba, CAR dihitung pada periode sektor tanggal pengumuman laporan tahunan untuk melihat bagaimana reaksi pasar terhadap informasi tersebut. *Window* yang terlalu panjang dapat menyebabkan pengukuran yang bias mengenai kontribusi informasi yang diungkapkan perusahaan (Lev, 1989 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

Pada penelitian ini CAR diperoleh dengan menggunakan *window* (*time interval*) yang mengacu pada penelitian Mayangsari (2002) yaitu 5 hari sebelum, 1 hari pengumuman *annual report*, dan 5 hari setelah pengumuman *annual report* perusahaan. Hal ini didasarkan dengan alasan bahwa periode *window* 11 hari merupakan *window* yang tidak terlalu pendek dan juga tidak terlalu panjang,

sehingga diharapkan investor telah bereaksi terhadap pengumuman laba tersebut. Pengukuran *abnormal return* dalam penelitian ini menggunakan *Market adjusted models* yang mengasumsikan bahwa pengukuran yang terbaik adalah return indeks pasar (Pincus, 1993 dalam Widiastuti, 2002) sehingga tidak perlu menggunakan periode estimasi untuk membentuk model estimasi, karena return sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan return indeks pasar pada periode yang sama. Dalam hal ini, *return* indeks pasar menggunakan *return* dari indeks harga saham gabungan (IHSG). Berikut adalah rumus untuk menghitung *abnormal return* :

$$CAR = \sum AR_{it}$$

$$AR_{it} : R_{it} - R_{mt}$$

$$R_{it} : \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

$$R_{mt} : \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan :

AR_{it} = *Abnormal Return* untuk perusahaan *i* pada hari ke- *t*

R_{it} = *Return* harian perusahaan pada hari ke- *t*

R_{mt} = *Return* indeks pasar pada hari ke- *t*

P_{it} = Harga saham perusahaan *i* pada waktu ke- *t*

P_{it-1} = Harga saham perusahaan *i* pada waktu *t-1*

$IHSG_t$ = Indeks harga saham gabungan pada waktu ke- *t*

$IHSG_{t-1}$ = Indeks harga saham gabungan pada waktu *t-1*

Sementara *Unexpected Earning* (UE) dihitung sebagai perubahan 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 saham per lembar saham pada akhir periode sebelumnya (Kothari & Zimmerman, 1995; Billings, 1999 dalam akuntansi yang direalisasikan terhadap laba akuntansi (Widiastuti, 2002), atau dapat digambarkan dengan rumus berikut:

$$UE_{it} = \frac{E_{it} - E_{i,t-1}}{|E_{i,t-1}|}$$

Dalam hal ini :

UE_{it} = *Unexpected Earning* perusahaan i pada periode t

E_{it} = laba akuntansi perusahaan i pada periode t

$E_{i,t-1}$ = laba akuntansi perusahaan i pada periode t-1

3.1.3. Variabel Kontrol

Dalam penelitian ini digunakan beberapa variabel kontrol yang diprediksi berpengaruh pada ERC, penggunaan variabel control growth, leverage, dan size pada penelitian ini mengacu pada variabel control yang digunakan dalam penelitian Widiastuti (2002), sedangkan variabel control profitabilitas pada penelitian ini mengacu pada variabel control yang digunakan dalam pada penelitian Naimah (2006). Adapun pengukuran masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut :

- **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan rasio laba terhadap nilai buku entitas/ Return on Common Equity (ROE) yang dapat mencerminkan hasil penggunaan sumber daya perusahaan (Naimah dan Utama, 2006). Profitabilitas pada penelitian ini diperoleh dari nilai ROE masing-masing perusahaan yang terdapat dalam ICMD 2010.

- **Pertumbuhan Perusahaan**

Penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai pengukur pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan menunjukkan apakah kemampuan laba akuntansi perusahaan yang tidak atau dalam proses bertumbuh merupakan laba akuntansi yang dapat digunakan untuk menunjukkan prospek perusahaan dimasa mendatang (Azis, 2003). Pertumbuhan perusahaan pada penelitian ini diperoleh dari nilai PBV masing-masing perusahaan yang terdapat dalam ICMD 2010.

- **Leverage**

Leverage dapat diartikan sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau beban tetap atau leverage adalah pinjaman sejumlah uang yang dibutuhkan untuk berinvestasi dalam sesuatu. Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Leverage yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan

rasio *Debt to Equity*. Leverage pada penelitian ini diperoleh dari nilai DER masing-masing perusahaan yang terdapat dalam ICMD 2010.

- **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Konsekuensinya semakin informatif harga saham maka semakin kecil pula muatan informasi *earnings* sekarang. Size pada penelitian ini diperoleh dengan Log Natural dari Total Asset masing-masing perusahaan yang terdapat dalam ICMD 2010.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu laporan tahunan emiten. Indonesian Capital Market Directory, database BEJ dan data pasar. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan studi dokumentasi terhadap laporan tahunan perusahaan, laporan keuangan dan data pasar serta sumber data lain yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan. Data indeks pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Untuk memperoleh indeks ungkapan sukarela, peneliti mengamati dan menilai setiap item pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan. Data profitabilitas, growth, leverage, dan size diperoleh dari laporan tahunan dan ICMD tahun 2010. Selanjutnya, data pasar berupa harga saham, *return* perusahaan, serta *return* pasar diperoleh dari situs Bursa Efek Jakarta (www.idx.co.id).

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *go public* dan terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009. Dengan menggunakan populasi yang relatif baru diharapkan akan lebih relevan untuk memahami kondisi yang aktual di Indonesia (Januarti dan Apriyanti, 2005)

Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposing sampling*, dengan kriteria pemilihan perusahaan berdasar kriteria sebagai berikut :

- Perusahaan manufaktur yang pada tahun 2009 telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Memiliki laporan tahunan dan laporan keuangan yang lengkap (annual report) tahun 2009.
- Perusahaan *go public* yang mengungkapkan pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR) dalam laporan tahunannya periode 2009.

3.4. Metode Analisis

1. Uji Outlier

Apabila distribusi data pada data penelitian tidak normal, maka salah satu cara untuk mengubah distribusi data tidak normal menjadi normal yaitu dengan menghilangkan data outlier (data pengganggu) dengan melihat nilai Z skor yang lebih besar dari ± 3 (Ghozali, 2009).

2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dinilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varians, maximum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewnes (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2009). Alat yang digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan adalah rata-rata (*mean*), maximum, minimum, dan standar deviasi.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan analisis deskripsi berganda, harus dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dalam pengujian persamaan regresi, terdapat beberapa asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Asumsi-asumsi tersebut adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009) :

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multi Kolinearitas bertujuan apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel *independen* (Ghozali,2009). Multi kolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya Multi Kolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* >10 (Ghozali, 2009).

Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dalam persamaan regresi dilakukan dengan meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antara

variabel independen dengan menggunakan *tolerance value* atau *Varians inflation faktor (VIF)*. Jika VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas. Selain itu apabila *tolerance value* $< 0,1$ maka terdapat multi kolinearitas. Apabila terdapat multikolinearitas dalam proses regresi maka untuk mengatasinya ada beberapa cara yaitu :

1. Melakukan transformasi log (*log transformation*)
2. Melakukan transformasi variabel dalam bentuk *first difference*
3. Melakukan satu atau lebih variabel bebas yang mempunyai korelasi yang tinggi dari model regresi

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola-pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali,2009)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji statistik dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan tingkat signifikansi diatas 5%, maka disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas. Namun, bila tingkat signifikansi dibawah 5%, maka ada gejala heterokedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji auto korelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari auto korelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya auto korelasi, dengan menggunakan alat uji Durbin Watson (DW). Uji Durbin Watson dihitung berdasarkan jumlah selisih kuadrat nilai taksiran faktor gangguan yang berurutan.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2007). Pengujian data dilakukan dengan menggunakan uji kormogorov smirnov test, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Jika variabel memiliki tingkat signifikansi diatas 5%, maka semua data dapat terdistribusi secara normal.

Selain itu, dapat juga dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada *normal p-plot of regression standardized residual* dari variabel independen, dimana :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Model

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan bahwa apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan demikian, uji ini dilakukan untuk melihat fit atau tidaknya model regresi. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$$H_0 = b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) adalah tidak semua parameter secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$$H_a = b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah pertama, bila diperoleh nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5 % atau dengan kata lain, hipotesis yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen diterima. Kedua, jika nilai F dihitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (Ghozali, 2007)

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2007).

5. Pengujian Hipotesis

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Hipotesis yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_1) sama dengan nol, atau :

$$H_0 = b_1 = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_A = B_1 \neq 0$$

Artinya, Variabel tersebut merupakan penjelas yang cukup signifikan terhadap variabel dependen.

Bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan 5 %, maka H_0 yang menyatakan $b_1 = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut), atau dengan kata lain hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen diterima. Berdasar perbandingan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel, jika hasil nilai statistik t lebih tinggi

dibanding nilai tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2007).