

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perusahaan didirikan bukan hanya untuk mencapai kinerja keuangan saja, namun perusahaan didirikan juga untuk memperhatikan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan disekitar akibat kegiatan operasi perusahaan yang memberikan dampak positif dan negatif bagi lingkungan. Ketika perusahaan banyak melakukan pengeplorasian lingkungan yang mengakibatkan kerusakan pada lingkungan dan dapat berdampak pada terjadinya bencana alam. Bencana alam tersebut dapat terjadi karena beberapa perusahaan tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan. Kerusakan itu dapat diatasi apabila perusahaan bisa bertanggungjawab atas pengaruh yang ditimbulkan oleh aktivitas yang dilakukan perusahaan dengan baik.

Menurut Daniri dalam Permanasari (2010), perusahaan saat ini tidak lagi ditekankan pada tanggung jawab *single bottom line* yaitu pada nilai perusahaan yang dapat dilihat dari ukuran keuangan saja tetapi juga berpijak pada *tripel bottom line* yang terdiri dari nilai keuangan, sosial dan lingkungan. Ukuran keuangan tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) tanpa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan daerah sekitar.

Menurut Elkingto dalam Rahajeng (2010) jika perusahaan ingin bertahan maka perlu memperhatikan 3P, yakni bukan hanya *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Oleh sebab itu diperlukan mekanisme untuk memberikan manfaat balik bagi lingkungan di sekitar perusahaan. Menurut Irene dalam Rinaldy (2011), peningkatan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan nilai etika menjadi isu yang cukup fenomenal. Pemahaman inilah yang mendasari adanya pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* yang disingkat CSR).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah pernyataan umum yang menunjukkan kewajiban perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya ekonomi di dalam kegiatan usahanya demi menyediakan dan memberikan kontribusi kepada para *stakeholders* internal dan eksternal (Kok dalam Rinaldy, 2011). Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahny kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Banyaknya perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan, maka pemerintah membuat peraturan yaitu Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas diterbitkan dan mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-undang No. 40 tahun 2007 (Pasal 66 ayat 2c) mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan tiap perusahaan. Pelaporan tersebut merupakan cermin bahwa diperlukannya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para *stakeholders* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. *Corporate Sosial Responsibility* dalam undang-undang tersebut (Pasal 1 ayat 3) dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Nurkhin, 2009).

Berkembangnya tanggung jawab sosial perusahaan membuat pemerintah membentuk peraturan tentang tanggung jawab sosial dan laporan tahunan sebagai salah satu media potensial bagi perusahaan untuk mengakomodasikan kepada *stakeholder* tentang informasi yang dihasilkan dari transaksi yang dilakukan perusahaan. Keterbukaan informasi dari perusahaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *stakeholders* dalam pengambilan keputusan (Almilia dan Retrinasari dalam Rini, 2010). Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Informasi dikatakan *Informative* jika informasi tersebut mampu mengubah kepercayaan investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Basamalah *et al* dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Informasi yang sering diminta dalam perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Maka dari itu setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menerapkan praktik CSR dalam manajemen perusahaan dan mulai mengungkapkan CSR ke dalam laporan keuangan.

Laporan keuangan merupakan alat yang digunakan pihak manajemen untuk melakukan pertanggungjawaban kinerja ekonomi perusahaan kepada para investor, kreditur, dan pemerintah. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews dalam Sembiring, 2005).

Dengan menerapkan pengungkapan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan dalam Sayekti dan Wondabio, 2007), dan diharapkan bahwa investor mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak semata-mata mendasarkan pada informasi laba saja.

Banyak investor yang beranggapan bahwa perusahaan besar memiliki laba yang besar pula, padahal suatu ukuran perusahaan tidak menjamin jika

perusahaan tersebut memiliki total aktiva atau laba yang besar. Sebuah perusahaan yang kaya tidak hanya di nilai dari segi ukuran perusahaan saja, namun juga dilihat dari segi sumber daya manusia, kinerja pegawai, dan juga laporan keuangan perusahaan. Penelitian Suropto dalam Susilawati (2008) meneliti bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan secara statistis signifikan, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pengungkapan yang dilakukan perusahaan.

Ada berbagai penelitian yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap ERC (*Earning Response Coefficient*). Penelitian Chaney dan Jeter dalam Sulistiawati (2008) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang berpengaruh positif terhadap ERC. Candrarini dalam Sulistiawati (2008) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi positif secara statistis yang konsisten dengan penelitian terdahulu Chaney dan Jeter dalam Sulistiawati (2008). Proksi ukuran perusahaan yang digunakan untuk setiap penelitian dipilih sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Total aktiva perusahaan dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan jika tujuan penelitian mengukur ekonomi nilai perusahaan.

Hasil penelitian empiris mengenai hubungan antara *returns/earnings* menunjukkan bahwa meskipun informasi laba digunakan investor, tetapi kegunaan dari informasi laba tersebut bagi investor sangat terbatas (Lev dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Investor harus lebih memahami mengenai

informasi yang terkandung dalam laporan keuangan (laporan tahunan) perusahaan.

Berbagai penelitian yang terkait dengan ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) menunjukkan keanekaragaman hasil. Prediksi penelitian ini terdapat adanya luas pengungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC dan juga ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap ERC. Suropto dalam Susilawati (2008), menguji pengaruh ukuran perusahaan dan pengungkapan sukarela terhadap ERC, dan hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan dan pengungkapan sukarela maka semakin tinggi ERC.

Adanya tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak dari bisnisnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Banyak perusahaan besar maupun kecil kurang memperhatikan kegiatan operasi perusahaannya sehingga berdampak pada lingkungan sekitar. Diharapkan perusahaan untuk lebih mengutamakan kepentingan pihak yang lebih luas daripada kelompok pemegang saham dan kreditur dan menyediakan informasi CSR di dalam laporan keuangan. Utama dalam Nurkhin (2007), mengungkapkan bahwa saat ini tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR di Indonesia masih relatif rendah. Oleh sebab itu penelitian ini akan menguji kembali penelitian yang dilakukan Sayekti dan Wondabio (2007) dengan menambahkan satu variabel independen yaitu ukuran perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini mengangkat dan membahas permasalahan dengan judul ***“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Earning Response Coefficient”***. Penelitian ini merupakan replikasi Sayekti dan Wondabio (2007). Penelitian ini memiliki perbedaan periode penelitian yaitu 2010 dan juga penambahan satu variabel independen yaitu ukuran perusahaan.

B. Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang akan diuji dalam penelitian ini adalah

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap informasi laba, yang diukur dengan *Earning Response Coefficient* (ERC).

2. Memberikan bukti empiris apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai hubungan variabel-variabel yang dalam hal ini adalah ukuran perusahaan (Size) dan *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRI) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan *Unexpected Earning* sebagai variabel interaksi. Hal ini selanjutnya dapat menjadi masukan dalam mempertimbangkan apakah informasi CSR sudah waktunya diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan atau tidak.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi bagi badan penyusun standar akuntansi dan badan otoritas pasar modal mengenai relevansi dari pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan teori di masa mendatang.