BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan sebagai lembaga yang berada dalam tatanan kemasyarakatan dituntut untuk memberikan kontribusi sosial bagi lingkungannya. Hal ini didasarkan kepada pendapat bahwa kegiatan perusahaan selain memberikan dampak positif juga memberikan dampak negatif bagi lingkungannya, sehingga diperlukan sebuah mekanisme untuk memberikan manfaat balik bagi lingkungan tempat perusahaan itu beraktivitas. Pemahaman inilah yang mendasari adanya pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* selanjutnya disingkat CSR). Berbagai perusahaan telah melakukan CSR secara sukarela, namun wacana ini semakin mengemuka ketika timbul desakan dari pemerintah untuk mengatur hal tersebut dalam suatu undang-undang. Terlepas dari perlunya sebuah undang-undang yang mengatur hal tersebut pengungkapan CSR dalam laporan keuangan mengalami peningkatan yang cukup pesat (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Dalam era keterbukaan informasi dewasa ini, perusahaan harus dapat lebih memberikan informasi kepada para *stakeholder*, seperti halnya informasi CSR yang telah disinggung di atas. Banyak perusahaan yang memiliki kemajuan dalam teknologi maupun ekonomi dikritik karena menciptakan permasalahan sosial. Sebagai akibatnya citra perusahaan dapat mengalami kemunduran. Dalam jangka panjang hal ini dapat mengganggu kelangsungan hidup perusahaan yang telah berjalan (Nurdiono 2007). Friedman (1962) *dalam* Sembiring (2003)

menyatakan bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial bisnis adalah untuk memaksimalkan laba, tidak lagi diterima secara universal.

Dalam perspektif ekonomi perusahaan akan mengungkapkan informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pada pandangan yang sangat tradisional informasi tersebut hanya terbatas pada laba, namun sesuai dengan uraian di atas informasi mengenai CSR menjadi suatu informasi yang perlu diungkapkan dalam laporan keuangan. Hal ini akan memberikan legitimasi sosial yang kuat yang meningkatkan nilai perusahaan jangka panjang.

Penelitian terhadap pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) termasuk penelitian terhadap CSR sudah sering dilakukan tetapi hasil penelitian yang diperoleh tidak memberikan kesimpulan yang konsisten. Sayekti dan Wondabio (2007) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa jenis informasi CSR yang diungkapkan semakin bervariasi. Informasi yang ada dalam laporan tahunan merupakan salah satu media komunikasi antara perusahaan dan investor. Healy *et al*, (2001) *dalam* Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan pengungkapan informasi dalam laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan dapat mengurangi asimetri informasi dan juga mengurang *agency problem.* Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai pengungkapan informasi keuangan dan non-keuangan berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan sosialnya, yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau dalam laporan sosial yang terpisah Guthrie dan Mathews (1985) *dalam* Sembiring (2003).

Seperti yang telah diungkapkan di atas laba akuntansi berhubungan sangat erat dengan penilaian perusahaan yang dipresentasikan dengan harga saham. Hal ini sesuai penelitian Ball dan Brown (1964) yang sering dijadikan rujukan penelitian keuangan. Penelitian ini merupakan *event study* respon pasar terhadap penerbitan laporan keuangan di mana informasi utamanya adalah laba. Penelitian dilakukan dengan melihat pergerakan harga saham beberapa hari sebelum dan sesudah penerbitan laporan keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan fluktuasi harga saham yang berbeda antara hari di sekitar penerbitan laporan keuangan dengan hari-hari lain sebelum periode tersebut. Fluktuasi ini merupakan representasi dari respon pasar terhadap harga saham sebagai dasar dari pemahaman *Earning Response Coefficient* (ERC). ERC didefinisikan sebagai variasi hubungan antara *return* saham dan laba saham (Dewi, 2003). Nilai ERC ini mengalami penurunan seiring dengan penurunan perhatian orang terhadap nilai laba dan semakin memperhatikan faktor-faktor lain di luar laba termasuk CSR. Secara sederhana penurunan nilai ERC merupakan peralihan perhatian investor dari angka laba kepada informasi lainnya.

Hasil-hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa informasi mengenai laba akuntansi direspon secara berbeda oleh pasar (Setiati, 2004). Kualitas laba dipengaruhi oleh berbagai faktor yang antara lain persistensi, pertumbuhan dan prediktabilitas laba akuntansi, risiko beta, struktur modal, ukuran perusahaan, dan pengaruh industri. Sayekti dan Wondabio (2007) meneliti perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk menganalisis pengaruh pengungkapan informasi CSR terhadap ERC. Penelitian ini menyimpulkan tingkat pengungkapan

CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Sebenarnya hasil ini telah diprediksi oleh Widyastuti (2002) sesuai dengan hipotesa penelitian tersebut namun hasil penelitian empirisnya yang justru menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC dengan memasukkan variabel kontrol BETA, Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan dan Persistensi Laba.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **.Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan mengembangkan wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).
2. Bagi kalangan akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dapat memberikan kontribusi untuk kajian akademik apakah informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah waktunya diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan atau tidak.
3. Bagi peneliti lanjutan, sebagai referensi dan sebagai bahan perbandingan khususnya dalam mengembangkan penelitian fokus kajian yang sama.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Sedangkan menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) *Corporate social responsibility* (CSR) atau tanggungjawab sosial atau perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum. CSR secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* (Mathews,1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996 dalam Sembiring, 2005) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.,* 1987 dalam Sembiring 2005).

Menurut Gray *et. al.,* (1995b) dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Pertama, *Corporate Social Responsibility Disclosure* mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan cenderung membatasi persepsi tentang *Corporate Social Responsibility* yang dilaporkan. Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang *Corporate Social Responsibility*

Disclosure dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

2.1.2. Konsep *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah suatu keyakinan bahwa keputusan-keputusan bisnis harus dibuat dan dilaksanakan dalam batasan pertimbangan-pertimbangan sosial dan ekonomi. Konsep ini dilandasi keyakinan bahwa setelah organisasi bisnis mencapai tujuan utamanya dari segi laba, perhatian organisasi sebaiknya dialihkan kepada masalah-masalah kebutuhan masyarakat, yang dapat dikembangkan sebagai kesempatan bisnis yang menguntungkan dalam jangka panjang.

Elemen-elemen dari konsep ini adalah adanya keyakinan dasar bahwa:

1. Apa yang baik bagi masyarakat adalah baik bagi organisasi bisnis tersebut.
2. Tujuan-tujuan sosial justru meningkatkan profitabilitas atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam jangka panjang
3. Perusahan-perusahaan sebaiknya bertindak dalam suatu cara yang mendukung terciptanya masyarakat yang sehat, sehingga masyarakat yang merupakan sumber penghasilan laba bagi perusahaan, akan tetap sehat di masa depan.

Perusahan harus menyadari bahwa dengan mengabaikan kebutuhan-kebutuhan pihak lain, mereka justru menagbaikan kebutuhan-kebutuhan mereka sendiri dalam jangka panjang. Suatu saat perusahaan mungkin akan membutuhkan ketersediaan penduduk dari suatu daerah tertentu dalam program perluasan pabrik

perusahaan, atau mungkin perusahaan memerlukan adanya pelayanan kesehatan masyarakat yang memadai sehingga perusahan dapat mengurangi ketidakhadiran karyawan karena sakit.

Perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena menerapkan CSR antara lain: untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan; layak mendapatkan ijin untuk beroperasi (*social license to operate),* mereduksi risiko bisnis perusahaan; melebarkan akses ke sumber daya; membentangkan akses menuju market; mereduksi biaya; memperbaiki hubungan dengan *stakeholders,* memperbaiki hubungan dengan regulator; dan meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan (Wibisono, 2007).

2.1.3 Mempertahankan Legitimasi Operasi Perusahaan

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* 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; Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2008). Atau dengan kata lain perusahaan melakukan aktivitas tertentu, termasuk dalam hal pengungkapan informasi, karena dalam rangka untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Sebuah perusahaan dipandang sebagai sebuah bagian dari sistem sosial yang lebih luas dalam kelangsungan hidupnya dan kesuksesannya tergantung kepada kesesuaian aktivitas perusahaan dengan harapan masyarakat. Kegagalan sebuah perusahaan dalam memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan perusahaan tersebut mendapatkan sanksi dari masyarakat berupa pembatasan terhadap legalitas operasi perusahaan, pembatasan terhadap akses sumber daya seperti modal keuangan dan tenaga kerja, pengurangan konsumsi oleh masyarakat terhadap produk dari perusahaan tersebut.

Perusahaan yang tetap ingin mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan tersebut dalam beraktivitas harus menyesuaikan dengan nilai-nilai sosial dan memenuhi norma-norma perilaku yang umum berlaku di masyarakat. Ekspektasi masyarakat terhadap eksistensi perusahaan semakin lama semakin meluas. Masyarakat tidak hanya mengharapkan kinerja keuangannya saja tetapi sudah meluas terhadap kepedulian dan sosial perusahaan. Semakin meluasnya ekspektasi masyarakat tersebut akan membawa konsekuensi bahwa kesuksesan perusahaan tergantung bagaimana memasukkan aspek kemanusiaan, lingkungan, dan dan aspek social lainnya ke dalam aktivitas perusahaan tersebut.

Menurut Tinker dan Neinmar, (1987); Suwaldiman, (2005) dalam Hidayah (2007), masyarakat saat ini mempunyai ekspektasi tentang institusi bisnis untuk menghasilkan produk atau jasa yang mampu memperbaiki dan mencegah kerusakan lingkungan fisik , untuk menjamin kesehatan dan keselamatan konsumen, tenaga kerja dan siapa saja yang tinggal di lingkungan di mana produk atau jasa diproduksi dan sampah atau limbah dibuang.

Corporate Social Responsibility Disclosure kepada publik adalah salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi teorinya.

2.1.4. Pendekatan *Corporate Social Responsibility*

Ada berbagai macam pendekatan yang dapat dipilih perusahaan dalam merespon tuntutan masyarakat akan pelaksanaan CSR. Pendekatan ini menggambarkan sampai sejauh mana perusahaan bersedia melaksanakan CSR dan tingkat keterlibatan perusahan dalam pelaksanaan CSR.

a) Pendekatan Penolakan (*The Resistance Approach*)

Pendekatan ini memandang CSR bukanlah inti dari bisnis. Sebagai konsekuensinya, perusahaan yang memilih pendekatan ini secara aktif berusaha menghilangkan, menunda, ataupun menghindar dari segala tuntutan yang berkaitan dengan CSR. Pada prinsipnya, perusahaan-perusahaan ini melakukan seminimal mungkin aktivitas CSR dalam upaya untuk meningkatkan laba , yang sebenarnya merupakan laba jangka pendek.

b) Pendekatan Reaktif (*The Reactive Approach*)

Perusahan yang menerapkan pendekatan reaktif ini akan bereaksi setelah adanya tuntutan-tuntutan CSR dengan mengevaluasi berbagai alternatif yang ada. Tindakan yang dilakukan perusahaan hanya terbatas pada apa yang diwajibkan ataupun ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Secara jelas dapat dikatakan bahwa hal tersebut

bukan merupakan niat perusahaan yang sesungguhnya sehingga hanya dilakukan oleh perusahaan dengan usaha-usaha yang sangat minimal.

c) Pendekatan Proaktif (The Proactive Approach)

Dalam pendekatan proaktif ini, manajemen yakin bahwa kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang akan tergantung kepada kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Oleh karena itu, manajemen berusaha secara berkelanjutan untuk menciptakan kondisi tersebut dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, menemukan berbagai cara untuk membantu mereka, dan senantiasa menjalin kemitraan dengan mereka. Pihak manajemen menyadari bahwa perusahan dengan segenap sumberdayanya merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungannya sehingga apapun yang mengancam kelangsungan hidup masyarakat merupakan ancaman bagi perusahaan tersebut. Pendekatan ini mensyaratkan adanya integrasi perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat (seperti tenaga kerja, pemerintah, kelompok-kelompok agama) sangat diperlukan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Disamping itu, perusahaan juga harus mampu mengantisipasi masalah-masalah dan perubahan-perubahan yang terjadi di dalam masyarakatnya sehingga perusahaan dapat mengambil suatu langkah tepat untuk menghadapinya. Perusahaan juga harus melaksanakan peran kepemimpinan dalam masyarakat karena perusahaanlah yang memiliki mayoritas sumber daya teknis, keuangan, manajerial, dan profesional.

Corporate Social Resposibility (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 (Darwin, 2004 dalam Anggraini,2006). *Corporate Social Resposibility* (CSR) diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan *(sustainable development). Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini,2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial.

1. Kinerja Ekonomi, mempunyai pengaruh ekonomi secara langsung, meliputi pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik.
2. Kinerja Lingkungan, hal-hal yang terkait dengan lingkungan termasuk di dalamnya bahan baku, energi, air, keanekaragaman hayati (biodiversity),

emisi, sungai, sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan, dan angkutan.

3. Kinerja sosial, berkaitan dengan praktik kerja, hak-hak manusia, sosial dan tanggung jawab terhadap produk.

Sedangkan Zhegal & Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yaitu sbb.:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

Menurut Harahap (2002) dalam Irawan (2008), keterlibatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan keadaan di negara Indonesia, yaitu:

1) Lingkungan hidup, antara lain: pengawasan terhadap efek polusi, perbaikan pengrusakan alam, konservasi alam, keindahan lingkungan, pengurangan polusi suara, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerjasama dengan energi, yaitu antara lain:konservasi dan penghematan energi yang dilakukan oleh perusahaan dalam aktivitasnya.
2) Sumber daya manusia dan pendidikan, antara lain: keamanan dan kesehatan

karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan,

menambah dan memperluas hak-hak karyawan, usaha untuk mendorong partisipasi, perbaikan pensiun, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, dan peningkatan karir karyawan.

3) Praktek bisnis yang jujur, antara lain: memperhatikan hak-hak karyawan wanita, jujur dalam iklan, kredit, *service*, produk, jaminan, mengontrol kualitas produk, pemerintah, universitas, dan pembangunan lokasi rekreasi.
4) Membantu masyarakat lingkungan antara lainnya: memanfaatkan tenaga ahli

   perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, sekolah, rumah ibadah, perbaikan desa atau kota, sumbangan kegiatan sosial masyarakat, perbaikan perumahan desa, bantuan dana, perbaikan sarana pengangkutan pasar.
5) Kegiatan seni dan kebudayaan, antara lain: membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat dalam seni dan olah raga.

6) Hubungan dengan pemegang saham, antara lain: sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial.
7) Hubungan dengan pemerintah, antara lain: menaati peraturan pemerintah, mengontrol kegiatan politik perusahaan, membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijakan pemerintah, meningkatkan produktivitas sektor informal, pengembangan dan inovasi manajemen.

Model atau pola CSR yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia (Said dan Abidin, 2004 dalam Irawan, 2008) sebagai berikut:

a) Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.
b) Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.

c) Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

d) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

2.1.5. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan

Hendriksen (1991:203) dalam Nurlela dan Islahuddin, (2008) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Dalam interpretasi yang lebih luas, ungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communications*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang

kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan di masa mendatang, prakiraan keuangan dan operasi, serta informasi lainnya (Wolk dan Tearney, 1997 dalam Widiastuti, 2002). Perusahaan memiliki keleluasaan dalam melakukan pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan sehingga menimbulkan adanya keragaman atau variasi luas ungkapan sukarela antar perusahaan.

Setiap unit/pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) Paragraf kesembilan:

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

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Glouter; Utomo (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam wacana Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial adalah:

1. Kemasyarakatan

Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

2. Ketenagakerjaan

Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekruitmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya.

3. Produk dan Konsumen

Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain keguanaan durability, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

4. Lingkungan Hidup

Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

2.2. Koefisien Respon Laba (ERC)

2.2.1. Dasar Pemikiran ERC

Dasar pemikiran ERC adalah bahwa investor memiliki perhitungan ekspektasi laba jauh hari sebelum laporan dikeluarkan. Periode peramalan laba dapat mencapai 1 tahun sebelum diumumkannya angka laba perusahaan. Menjelang saat-saat dikeluarkannya laporan keuangan, investor akan lebih memiliki banyak informasi dalam membuat analisis terhadap angka laba periodik. Hal ini dapat terjadi karena seringnya terdapat kebocoran informasi menjelang dikeluarkannya laporan keuangan. Pada waktu perusahaan mengumumkan laba

tahunan, bila laba aktual lebih tinggi dibandingkan dengan hasil prediksi laba yang selama ini mereka buat, maka yang terjadi adalah *Good News* (GN), sehingga investor akan melakukan revisi ke atas terhadap laba dan kinerja perusahaan di masa yang akan datang serta memutuskan membeli saham perusahaan. Sebaliknya, jika hasil prediksi lebih tinggi dari aktualnya, yang berarti *Bad News* (BN), maka investor akan melakukan revisi ke bawah dan segera menjual saham perusahaan tersebut karena kinerja perusahaan tidak sesuai dengan yang diperkirakan.

Secara teoritis, volume saham akan berubah segera setelah perusahaan melaporkan labanya. Bila investor yang merasakan GN lebih banyak daripada investor yang merasakan BN, maka akan ada kenaikan harga pasar dari saham perusahaan yang bersangkutan, sebaliknya bila BN lebih banyak dari GN akan ada penurunan harga pasar karena banyaknya investor yang melakukan penjualan atas saham perusahaan tersebut. Kenaikan dan penurunan harga saham tersebut akan terakumulasi pada Cummulative Abnormal Return (CAR) masing-masing saham perusahaan.

Ekspektasi laba di masa yang akan datang dapat menggunakan informasi tentang tingkat laba saat ini, namun ketepatan prediksinya tergantung dari perilaku laba. Bila laba sat ini dan di masa lalu mengalami lonjakan yang cukup besar dan hal ini merupakan kejadian yang tidak diprediksi sebelumnya, maka timbul komponen yang disebut komponen yang tidak terduga (unexpected component) atau dikenal dengan earning shocks. Earning Shocks ini akan memacu lonjakan pembelian dan penjualan saham di sekitar waktu penerbitan laporan keuangan

(Conrad, 2002). Dalam membuat penilaian nilai saham, investor salain memeprhatikan laba, juga memperhatikan informasi lain tentang perusahaan yang dipublikasikan. Informasi perusahaan yang dipublikasikan memberikan manfaat pada investor sehingga dapat membuat prediksi berdasarkan informasi tersebut dan tidak hanya menggantungkan penilaian pada akuntan saja, walaupun mereka tetap memakai jasa akuntan untuk melakukan perhitungan hasil dan prospek perusahaan. Investor akan menggunakan semua informasi yang tersedia di pasar untuk melakukan analisis terhadap kinerja perusahaan dan untuk membuat prediksi (Scott, 1977).

Penelitian mengenai *market response* menggunakan asumsi bahwa investor melakukan proyeksi atas laba yang diharapkan. Proyeksi dibuat berdasarkan semua data informasi yang dipublikasikan baik menyangkut tindakan perusahaan, harga pasar sekarang maupun laba perusahaan interim yang dimumukan. Meskipun sumber data yang digunakan untuk melakukan proyeksi sama, yaitu berdasarkan informasi yang dipublikasikan, hasil proyeksi terhadap laba antara satu investor dengan investor lain diasumsikan tidak akan sama karena faktor perbedaan kemampuan, pendidikan dan pengalaman dalam menginterpretasikan inforasi terutama untuk memprediksikan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, baik saat ini maupun di masa yang akan datang.

2.2.2. Definisi Koefisien Respon Laba (ERC)

Laba diyakini sebagai informasi utama yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan (Lev,1989, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Pertanyaan

seberapa jauh kegunaan laba bagi para pengguna laporan keuangan menjadi hal yang penting baik bagi para peneliti, praktisi, dan juga otoritas pembuat kebijakan. Banyak model *equity valuation* yang hanya menggunakan *expected earnings* sebagai variabel eksplanatori. Namun demikian, *earnings* itu sendiri memiliki keterbatasan yang mungkin dipengaruhi oleh asumsi perhitungan dan juga kemungkinan manipulasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, sehingga dibutuhkan informasi lain selain laba untuk memprediksi *return* saham perusahaan.

Earning Respon Coefficient (ERC) didefinisikan sebagai efek koefisien setiap dolar *unexpected earning* terhadap *return saham*, dan biasanya diukur dengan slope koefisien dalam regresi *abnormal return* saham dan *unexpected earning* (Cho dan jung, 1999) dalam Widiastuti (2002). Dengan kata lain, ERC merupakan koefisien sensitifitas laba akuntansi, atau sensitifitas perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi (Beaver, 1998) dalam Widiastuti (2002).

Menurut Cho dan Jung (1991) dalam Etty Murwaningsari (2008) koefisien respon laba didefinisikan sebagai efek setiap dolar *unexpected earnings* (pendapatan tak terduga) terhadap return saham, dan biasanya diukur dengan *slopa koefisien* dalam regresi abnormal return saham dan *expected earnings* (pendapatan terduga).

Scott (1997) koefisien respon laba (ERC) didefinisikan sebagai ukuran tingkat *abnormal return* sekuritas dalam merespon komponen *unexpected return* yang dilaporkan dari perusahaan yang mengeluarkan sekuritas tersebut.

Scott (2000) menyatakan bahwa ERC mengukur seberapa besar return saham dalam bereaksi tehadap komponen kejutan pada laba yg dilaporkan perusahaan degan kata lain ERC mengukur tanggapan return abnormal tehadap laba kejutan.

Banyak ahli yang berargumen bahwa hubungan antara *return* dan laba (rugi) yang tidak terduga tersebut membentuk suatu persamaan regresi. *Slope* koefisien dari persamaan regresi tersebut dikenal sebagai *Earnings Response Coeficient* (ERC). ERC dapat didefinisikan sebagai efek satu satuan mata uang dari laba yang diharapkan pada *return* saham dan menggambarkan reaksi investor terhadap pengumuman laba/ rugi tersebut.

ERC menunjukkan kuat lemahnya reaksi pasar terhadap pengumuman laba, sehingga bisa digunakan untuk memprediksi kandungan informasi laba dihasilkan oleh laporan laba tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi ERC adalah kualitas laporan keuangan itu sendiri. Jika investor mempunyai persepsi bahwa informasi keuangan itu memiliki tingkat kredibilitas tinggi (rendah), maka ia akan bereaksi terhadap laporan keuangan tersebut secara kuat (lemah). Hal itu akan tercermin dari nilai ERC yang tinggi (rendah). Reaksi yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya ERC tergantung dari "*Good News*" atau "*Bad News*" yang terkandung dalam laba (Sri Ambarwati, 2008).

2.2.3. Alasan Perbedaan Respon Pasar (ERC)

Fenomena yang menyatakan bahwa perubahan harga saham bergerak sesuai dengan kepercayaan investor, sejalan dengan *Eficient Market Theory* yang menyatakan bahwa pasar akan bereaksi cepat terhadap informasi baru, sehingga sesaat sebelum dan sesudah laporan keuangan dikeluarkan, informasi mengenai angka laba yang dipublikasikan akan mempengaruhi perilaku investor di pasar saham. Disi lain, efek return saham abnormal terhadap pengumuman laba ditemukan oleh Ball dan Brown (1968) bersifat rata-rata. Artinya, baik perusahaan yang memiliki *Good News* (GN) maupun *Bad News* (BN) menikmatik positif abnormal return secara rata-rata. Dengan adanya nilai rata-rata tersebut berarti terdapat perbedaan (variasi) pada ERC antara satu perusahaan yang menjadi obyek penelitian. Perusahaan dapat memiliki abnormal return di atas rata-rata atau di bawah rata-rata, dan hal ini menimbulkan pertanyaan mengapa suatu perusahaan dapat memberikan respon kuat terhadap BN dan sedangkan pada perusahaan lain tidak demikian.

Berbagai hasil penelitian mengungkapkan bahwa sebab-sebab terjadinya perbedaan respon pasar terhadap *unexpected laba* suatu perusahaan antara lain dipengaruh oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Beta

Semakin besar risiko perusahaan semakin tidak pasti return dimasa yang akan datang sehingga semakin rendah nilai perusahaan tersebut di mata investor. Bagi investor yang memiliki diversifikasi saham, ukuran risiko bagi sahamnya adalah beta. Karena investor melihat laba sekarang sebagai indikator dari

kemampuan menghasilkan laba dan return masa depan, semakin berisiko return masa depan maka semakin rendah reaksi investor terhadap unexpected earnings. Hal ini telah diteliti oleh Collin dan Kothari (1989) serta Easton dan Zmijewski (1989)

2. Struktur Modal

Perusahaan yang memiliki tingkat hutang yang tinggi, maka laba akan mengalir lebih banyak pada kreditur sehingga *Good News* pada laba yang akan diberikan kepada kreditur dibanding pemegang saham. Risiko gagal bayar juga akan dialami oleh perusahaan yang bila terjadi terus menerus dapat menyebabkan terjadinya resiko kebangkrutan. Karena hal tersebut ERC pada perusahaan yang hutangnya besar akan lebih rendah daripada perusahaan dengan sedikit hutang atau tidak memakai hutang sama sekali. Hal ini telah diteliti oleh Dhaliwal, Lee dan FArgher (1991)

3. Persistensi

Berdasarkan definisi ERC, koefisien yang rendah menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan tidak informatif terhadap investor, kemungkinan penyebabnya karena laporan dianggap memiliki banyak komponen transitory atau kompon yang belum tentu terjadi kembali dimasa yang akan datang. SEbaliknya koefisien ERC yang besar menunjukkan bahwa hargar saham sangat berhubungan dengan laba menunjukkan bahwa laba memiliki komponen yang relatif permanen. PErsistensi dapat dilihat berdaarkan keseluruhan laporan keuangan ataupun diukur berdasarkan komponen laporan keuangan.

Perisistensi menurut Ramakrishnan dan Thomas (1991) terbagi menjadi 3 komponen yang berbeda sebagai berikut:

a. Komponen permanen, diharapkan terjadi secara pasti (*Expect to persist indefinitely*)
b. Komponen transitory, mempengaruhi laba di tahun yang bersangkutan, tetapi tidak berpengaruh ke masa yang akan datang
c. *Price irrelevant*, tidak memiliki persistensi sama sekali (*persistence to zero*)

Bila terdapat persitensi yang besar pada laba perusahaan maka ekspektasi laba di masa yang akan datang akan lebih pasti dibanding bila perusahaan yang memiliki persistensi rendah.

4. *Growth Opportunities* (Peluang Pertumbuhan)

Peluang pertumbuhan dari informasi dilihat dari berhasilnya perusahaan menghasilkan laba sekarang. Rate of return yang normal adalah tingkat return yang sama dengan investasi yang berisiko di dalam infustri yang kompetitif sedangkan pertumbuhan (growth) adalah tingkat pertumbuhan di atas rate of return yang normal. Laba di masa yang akan datang akan lebih besar bilai terjadi peluang pertumbuhan sehingga ERCF akan berhubungan positif dengan pertumbuhan. Bila *Good News* (GN) yang terjadi sekarang dalam laba memberikan peluang pertumbuhan maka ERC akan naik. Bukti bahwa ERC akan lebih besar untuk perusahaan di mana pasar merespon adanya pertumbuhan ditunjukkan oleh Collins dan Kothari (1989) mereka memakai rasio market value of equity value to book value (nilai pasar ekuotas terhadap nilai buku ekuitas) untuk mengukur peluang pertumbuhan, dan menemukan

hubungan yang positif antara ukuran tersebut dan ERC masing-masing perusahaan.

5. Informasi Harga

Telah dikemukakan bahwa dibeberapa penelitian terdahulu bahwa harga pasar merupakan sebagian informasi dari nilai perusahaan yang akan datang. Hal ini disebabkan karena seluruh informasi mengenai harga pasar pada perusahaan go publik, tidak hanya sekedar informasi akuntasi saja. Semakin besar informasi tentang harga saham, semakin sedikit isi informasi mengenai laba akuntasi pasa saat ini.

Sebagai bentuk ukuran lain dari informasi tentang harga pasar adalah ukuran perusahaan (*firm size*), semakin besar ukuran perusahaan semakin besar informasi yang terkandung didalamnya. Namun demikian Easton dan Zmijewski (1989) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. Hasil ini kemungkinan disebabkan karena ukuran perusahaan dapat diukur dengan karakteristik perusahaan yang lain seperti risiko dan pertumbuhan, atau informasi harga per lembar saham. Sebagai variabel kontrol, beberapa penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ERC. Collins dan Kothari (1989) menggunakan ukuran perusahaan untuk menjelaskan return sekuritas pada periode jendela, lebih tepat terjadi pada perusahaan besar. Hal ini secara substansial memperbaiki model hubungan antara perubahan earning perusahaan dengan return saham, dengan argumen bahwa pasar mengantisipasi

perubahan laba pada perusahaan besar, sehingga ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC.

2.2.3. Pengukuran ERC

Dari penelitian terdahulu ditemukan bahwa *respon abnormal* perubahan return dari saham saat menerima GN atau BN berbeda untuk setiap perusahaan dan hal ini menimbulkan pertanyaan mengapa respon pasar pasar dapat berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lain (Espahbodi, 2001). Bila pertanyaan ini dapat dijawab maka akuntan dapat memperbaiki pemahaman dan penyajiannya informasi akuntansi seperti apa yang berguna bagi investor. Sehingga dengan demikian dapat diperoleh penyiapan laporan keuangan yang lebih baik. Pengukuran respon pasar berdasarkan hubungan antara kandungan informasi dalam laba dan abnormal return dihitung dengan slope model linier dibawah ini :

$$CAR_{it} = a + b\ Ux_{it} + e_{it}$$

Dimana CAR_{it} adalah pengukuran risk adjusted return untuk saham (i) yang diakumulasi sampai periode tertentu (t), Ux_{it} adalah variabel pengukuran *unexpected earnings*, *slope* koefisien b dikenal dengan *Earning Response Coefficient*. Perhitungan ERC dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

1. *Cross Sectional* dikenal juga dengan pool regression. ERC akan sama untuk semua perusahaan biasanya dalam satu industri.

2. *Time series* dikenal juga dengan firm specific ERC (Teets and Wasley, 1996). Tiap perusahaan memiliki satu angka ERC yang diperoleh dari forecast tahun-tahun sebelumnya.

Time series membutuhkan data dalam rentang waktu yang cukup lama. Di banyak penelitian, metode ini menunjukkan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan *pool regression* (Teets and Wasley, 1996). Perhitungan UE (*Unexpected Earning*) untuk periode yang lebih lama ke belakang membuat perhitungan ERC menggunakan metode ini memerlukan lebih banyak sampel dengan rentang periode yang panjang. Untuk lebih mempermudah dapat digunakan juga ramalan analis untuk memprediksi kinerja perusahaan sebelum dikeluarkannya laporan keuangan. Hasil yang diperoleh dengan memakai ramalan analisis dapat menjadi lebih baik karena memakai keahlian expert dan memasukkan kejadian-kejadian non akuntansi oleh analisis (Brown et. all, 1987). Masalahnya data dari analisis ini jarang didokumentasikan dari tahun ke tahun sehingga penyulitkan pemakai untuk mendapatkannya sebagai data penelitian (Collins dan Kothari, 1989).

2.3. Pengaruh *CSR terhadap ERC*

Secara umum, 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) dan kinerja pasar perusahaan (Lang & Lundholm, 1993 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Laporan tahunan adalah 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, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007).

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 dalam Sayekti, dan Wondabio 2007). 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 Lang dan Lundholm (1993, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007) 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, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007) menggunakan korelasi laba dan *return* saham perusahaan sebagai proksi asimetri informasi. Hal ini konsisten dengan motif *adverse selection* (Lang et al, 1993 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). 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, dalam Sayekti

dan Wondabio, 2007) menyatakan adanya hubungan negatif antara korelasi *earnings/returns* (ERC) dengan tingkat pengungkapan.

2.3. Review Penelitian Terdahulu

Easton dan Zmijewski (1989) dalam Harahap (2004) penelitiannya berfokus pada koefisien yang berhubungan dengan kejutan (informasi baru) pada pengumuman laba akuntansi untuk *abnormal stock return*. Hasil dalam penelitian tersebut mengindikasikan variasi *cross sectional* yang dapat diprediksi dalam ERC. Bukti ini mengindikasikan sebuah hubungan positif antara ERC dengan koefisien revisi (koefisien yang menghubungkan laba sekarang ke laba masa depan), sebuah hubungan negatif antara ERC dengan risiko sistematik dan sebuah hubungan positif antara ERC dengan ukuran perusahaan.

Sayekti dan Wondabio (2007), melakukan pengujian empiris atas pengaruh CSR *disclosure* terhadap ERC. Dengan menggunakan sampel 108 perusahaan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005, serta memasukkan variabel beta (sebagai proksi resiko) dan *price to book value* (sebagai proksi growth opportunities). Hasil penelitian ini mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa informasi CSR dalam laporan tahunan peusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Etty Murwaningsari (2008) melakukan penelitian dengan judul Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient (ERC). Penelitian menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang didapat sebanyak 60 perusahaan, selama 4 tahun berturut-turut dari tahun 2003 – 2006. Teknik analisis

menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menemukan bahwa terdapat pegaruh negatif antara leverage terhadap *Earning Response Coeficient* (ERC) dan berpengaruh positif terhadap pengungkapan sukarela. Hasil penelitian juga menemukan bahwa luas pengungkapan sukarela berpengaruh positif terhadap ERC, ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap ERC. Sementara pengaruh *size* terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan tidak ditemukan hasil yang signifikan, namun ketepatan waktu pelaporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap ERC.

Zahroh Naimah (2008) melakukan penelitian tentang Pengaruh Risiko Perusahaan dan *Leverage* terhadap Relevansi Nilai Laba Akuntansi. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang pada akhir tahun 1994 sudah terdaftar di Bursa Efek Jakarta dan masih terdaftar sampai dengan akhir tahun 2002 dengan jumlah sampel sebanyak 122 perusahaan. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan model regresi dengan variabel independen yang terdiri dari laba akuntansi dan nilai buku ekuitas serta faktor-faktor yang mempengaruhi koefisien respon laba akuntansi dan koefisien respon nilai buku ekuitas dan harga saham yang telah disesuaikan dengan kemungkinan adanya pasar yang tidak efisien sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik laba akuntansi maupun nilai buku ekuitas mempunyai relevansi nilai. Hasil penelitian ini memberi dukungan kuat atas pengaruh risiko perusahaan dan struktur modal terhadap koefisien respon laba akuntansi. Hasil penelitian ini memperkuat bukti bahwa koefisien respon laba merupakan fungsi terbalik dari risiko perusahaan (Collins dan Kothari, 1989; Easton dan Zmijewski, 1989; dan Kothari dan

Zimmerman, 1995). Saham perusahaan yang berisiko rendah akan mempunyai ERC yang tinggi. Bukti juga menunjukkan bahwa koefisien respon laba akuntansi lebih rendah pada perusahaan yang memiliki struktur modal yang tediri dari lebih banyak hutang, konsisten dengan Dhaliwal et al (1991), Dhaliwal dan Reynold (1994) dan Billings (1999). Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien respon laba hasil regresi yang disesuaikan secara signifikan lebih besar dibandingkan dengan koefisien respon laba hasil regresi yang tidak disesuaikan.

2.4. Pengembangan Hipotesis

ERC dalam penelitian ini diukur dengan koefisien *unexpexted earning* terhadap *Cummulative Abnormal Return* (CAR) yaitu selisih antara tingkat keuntungan aktual dengan keuntungan yang diharapkan. Variabel ini diproksikan sebagai asimetri informasi. Semakin rendah nilai abnormal return, menunjukkan bahwa return aktual dengan return yang diharapkan, sehingga dalam kondisi ini tingkat asimetri informasi cukup rendah, karena laba yang dilaporkan telah memberikan informasi yang cukup untuk memprediksikan return (terdapat hubungan kuat antara laba dan return). Sebaliknya ketika nilai *Cummulative Abnormal Return* menunjukkan adanya perbedaan antara return yang diharapkan dengan return actual, sehingga dalam kondisi ini terjadi asimetri informasi yang tinggi (karena laba yang dilaporkan kurang berkorelasi dengan return saham sehingga terjadi *abnormal return*).

Jika terjadi asimetri informasi maka return yang yang diharapkan akan rendah sehingga informasi laba hanya memberikan sedikit informasi tentang nilai

perusahaan yang menunjukkan bahwa masih terdapat asimetri informasi yang tinggi. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* bertujuan mengurangi asimetri informasi. Dengan demikian, pengungkapan CSR yang tinggi akan mengurangi asimetri informasi atau berhubungan negatif dengan ERC. Hal ini sesuai dengan pendapat Sayekti dan Wondabio, (2007) yang menyatakan adanya hubungan negatif antara korelasi *earnings/returns* (ERC) dengan tingkat pengungkapan.

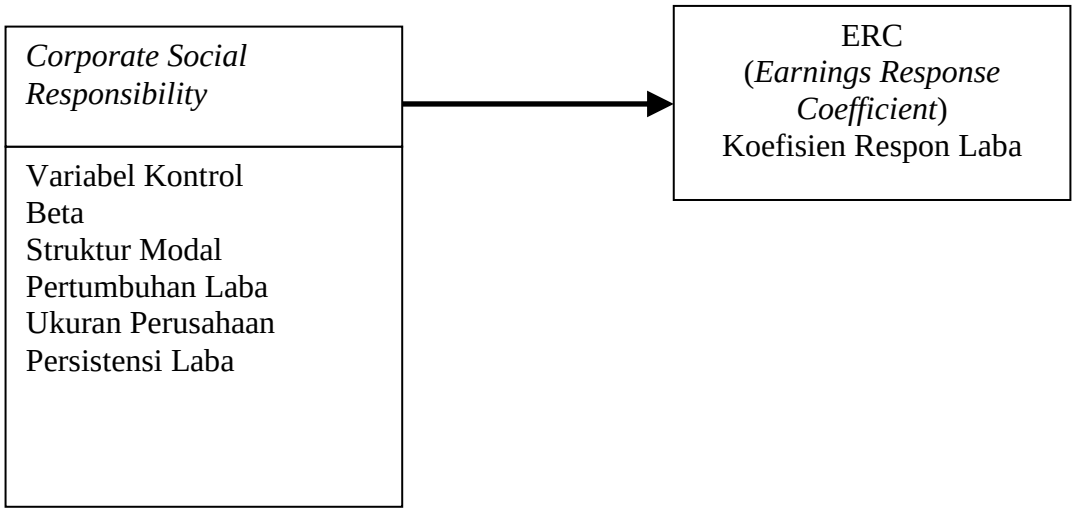
Informativeness of earnings akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa datang (Widiastuti, 2006). Diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunannya akan dapat mengurangi ketidakpastian tersebut. Dengan demikian pengungkapan informasi CSR tersebut akan menurunkan ERC. Hal ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan perusahaan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan investasinya.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah :

H_1:Tingkat *Corporate Social Responsibility Disclosure* dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

2.5. Kerangka Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap ERC dengan variabel kontrol Beta, Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan, Persistensi Laba terhadap ERC. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di BEI pada periode 2007-2009, dan menerbitkan laporan keuangan tahunan dalam bentuk *annual report* auditan yang mengungkapkan program CSR perusahaan selama periode pengamatan penelitian yaitu dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2009, serta memiliki data-data lengkap yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini. Data diperoleh dari database laporan keuangan Pojok BEJ Universitas Islam Indonesia.

Perusahaan manufaktur 2007-2009	152
Perusahaan yang tidak menerbitkan CSR	70
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap	62
Final data yg diambil	20

Data yang dipakai 20 x 3 tahun penelitian= 60

Data yang dipakai dalam penelitian 3 tahun	60
Data yang di eliminasi	28
Final Data yang dipakai dalam penelitian 3 tahun	32

3.2. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan keuangan (*annual report*) dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) untuk periode 2007-2009, tanggal publikasi laporan keuangan, data pasar dan emiten yang terdiri dari harga saham, dan IHSG.

3.3. Definisi operasional variabel penelitian

1. Variabel Independent

Corporate Social Responsibility (X_1) didefinisikan sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor (Ebert, 2003, dalam Rosmasita, 2007). Pada penelitian ini pengungkapan sosial di ukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item CSR sesuai daftar item *(check list).*

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item CSR sesuai daftar item *(check list).*

Daftar pengungkapan sosial dikelompokkan dalam tujuh kategori: (1) lingkungan, (2) energi, (3) Ketenagakerjaan, (4) lain-lain tenaga kerja,

(5) produk (6) Maryawakat dan (7) umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne, 1996 Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 78 item pengungkapan.

Formulir pengisian CSR didasarkan pada item-item sebagai berikut:

LINGKUNGAN

1 Mengikuti pengendalian polusi, dan riset pengurangan polusi
2 Telah memenuhi ketentuan hukum dan paraturan polusi.
3 Operasi telah atau akan dikurangi.
4 Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, reklamasi daratan atau reboisasi
5 Konvervasi, sumber alam misalnya mendaur ulang
6 Penggunaan material daur ulang
7 Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan
8 Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
9 Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
10 Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
11 Pengolahan limbah.
12 Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan
13 Perlindungan lingkungan hidup

ENERGI

14 Meliputi menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
15 Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
16 Menggunakan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
17 Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
18 Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk.
19 Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
20 Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

TENAGA KERJA

21 Mengurangi polusi, iritasi, atau risiko, dalam lingkungan kerja.
22 Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
23 Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
24 Mentaati peraturan standart kesehatan dan keselamatan kerja.
25 Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
26 Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
27 Melaksanakan riset untuk meringankan keselamatan kerja.
28 Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.

LAIN-LAIN TENAGA KERJA

29 Perekrutan atau memanfatakan tenaga kerja wanita/orang cacat.
30 Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat
31 Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat
32 Progran untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
33 Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu ditempat kerja.

34 Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
35 Mendirikan suatu pusat pelatihan kerja.
Mengungkapkan bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses
36 pengunduran diri
37 Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
38 Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
39 Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
40 Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
41 Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
42 Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
43 Mengungkapkan disposisi staf, mas kerja, dan kelompok usia mereka.
44 Mengungkapkan jumlah staf, masa kerja, dan kelompok usia mereka.
45 Mengungkapkan statistik tenaga kerja misal penjualan tenaga kerja.
46 Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
47 Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
48 Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja meningkatkan kepuasan
49 kerja.
Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan
50 perusahaan.
51 Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
52 Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
53 Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja.
54 Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasi.
55 Peningkatan kondisi kerja secara umum.
56 Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
57 Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
PRODUK
Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan termasuk
58 pengemasannya.
59 Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
60 Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
61 Pengungkapan bahwa produk memenuhi standart keselamatan.
62 Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
63 Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
64 Pengungkapan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan produk.
65 Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
66 Penerimaan penghargaan atas mutu produk
67 Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat.
MASYARAKAT
68 Sumbangan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidIkan dan seni.
69 Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar.
70 Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
71 Membantu riset medis.
72 Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
73 Membiayai program beasiswa.

74 Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
75 Mensponsori kampanye nasional.
76 Mendukung pengembangan industri lokal.
UMUM
Pengungkapan kebijakan perusahaan berkaitan dengan tanggungjawab sosial
77 kepada masyarakat.
Infomasi berhubungan dengan tanggungjawab sosial perusahaan selain yang
78 disebutkan diatas.

Selanjutnya, untuk skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI (Hannifa, 2005) adalah sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\Sigma Xij}{nj}$$

Keterangan:

CSRIj : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

nj : jumlah item untuk perusahaan j, nj ≤ 78

Xij : dummy variable: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

2. Variabel Kontrol:

a. Beta (*risk*)

Merupakan risiko sistematik perusahaan yang diestimasi dengan model pasar (Hartono, 2000). Beta ditunjukkan dari *slope* regresi pada persamaan return perusahaan dengan return pasar sampai sehari sebelum tanggal publikasi.

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_i R_{mt} + e_i$$

Dalam hal ini:

R_{it} adalah *return* perusahaan i perioda t
R_{mt} adalah *return* pasar pada perioda t
β_i adalah beta sekuritas ke-i
α_i adalah nilai ekspektasi dari *return* sekuritas yang independen terhadap *return* pasar.

b. Struktur modal (*leverage*)

Merupakan rasio total hutang dengan total ekuitas perusahaan (Dhaliwal dkk, 1991 dalam Jaswadi, 2004).

c. Pertumbuhan laba (*growth*)

Merupakan variabel yang menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Variabel ini dihitung dan diukur dari - *market-to-book value ratio* (Collins dan Kothari, 1989) masing-masing perusahaan pada perioda akhir perioda laporan keuangan.

$$\textit{Market-to-book ratio} = \frac{\textit{MarketCapitalization}}{\textit{BookValueOfEquity}}$$

Market capitalization = Price per share X # of share

$$\textit{\# of share} = \frac{\textit{NetIncome}}{\textit{EPS}}$$

***d.* Besaran perusahaan (*size*)**

Merupakan variabel yang diukur dengan Log natural total asset (Collins dan Kothari, (1989) dalam Sri Mulyani, (2007).

e. **Persistensi Laba**

Merupakan properti laba yang menjelaskan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan jumlah laba yang diperoleh saat ini sampai masa mendatang. Persistensi akan diukur dari *slope* regresi atas perbedaan laba saat ini dengan laba sebelumnya (Lipe, 1990; Chandrarin, 2002).

$$X_{it} = \alpha + \beta X_{it-1} + \varepsilon_I$$

Dalam hal ini:

X_{it} = Laba perusahaan i periode t

X_{it-1} = Laba perusahaan i periode t-1.

3. Variabel Dependen

Earnings response coeffisient **(ERC)**

Earning response coefficient (ERC) merupakan respon atas laba yang diperoleh investor yang diukur dari perubahan return periode sebelumnya dengan return saat ini. ERC diukur dengan periode pengamatan sebanyak 11 hari, yaitu 5 hari sebelum, pada saat dan 5 hari sesudah publikasi laporan keuangan.

$$ERC = \sum_{-5}^{+5} \left(\frac{Ri_{t-1} - Ri_t}{n} \right)$$

ERC = *Earning Response Coefficient*

Ri_{t-1} = Return periode sebelumnya

Ri_t = Return periode t

n = jumlah periode pengamatan (11 hari)

3.4. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan agar koefisien regresi antar variabel independen yang dihasilkan tidak mengalami bias, maka dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengindikasikan bias atau tidak antar variabelnya. Dalam pengujiannya terhadap koefisien respon laba diindikasikan tidak ada bias anatar variabel independennya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi positif antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variable independen. Jika *VIF* lebih besar dari 10, maka variabel tersebut dikatakan mempunyai multikolinieritas dengan variabel lainnya (Ghozali, 2006).

3.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel CSR dan variabel kontrol terhadap ERC. Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini:

$$\mathbf{ERC}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \mathbf{CSR}_{it} + \beta_2 \mathbf{BETA}_{it} + \beta_{it} \mathbf{LEV}_{it} + \beta_4 \mathbf{EG}_{it} + \beta_5 \mathbf{SIZE}_{it} + \beta_6 \mathbf{PL}_{it}$$

Dalam hal ini:

ERC_{it} = adalah koefisien respon laba perusahaan i pada perioda t
CSRit = *Corporate Social Responsibility*
$BETA_{it}$ = adalah beta perusahaan i pada perioda t

LEV_{it} = adalah leverage perusahaan i pada perioda t
EG_{it} = adalah pertumbuhan laba perusahaan i pada perioda t
$SIZE_{it}$ = adalah ukuran perusahaan i pada perioda t
PL_{it} = adalah persistensi laba i pada periode t
ε_{it} = adalah komponen *error* perusahaan i pada perioda t

Pengujian terhadap hipotesis penelitian pengaruh CSR terhadap ERC, dengan variable kontrol variabel independen beta (B_{it}), Leverage (L_{it}), pertumbuhan laba (EG_{it}), ukuran perusahaan ($SIZE_{it}$), dan persistensi laba (PL_{it}). Dalam pengujian ini, apabila β_1 negatif dan signifikan, yaitu jika nilai *coefficient* regresi negatif dan nilai sig < alpha (0,05), maka hipotesis tersebut terdukung.

4.7. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian ini digunakan uji t. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai sig-t dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

   Ho : b1 $\geq$ 0 : variabel CSRI tidak berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

   Ha : b1 < 0 : variabel CSRI berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)

2. Kriteria pengujian :

   a. Jika sig-t < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima

   b.Jika sig-t > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul. Data yang telah dikumpulkan tersebut berupa laporan tahunan dari perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2007 – 2009. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan variabel kontrol beta, struktur modal, pertumbuhan laba, ukuran perusahaan dan persistensi laba.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis statistik merupakan analisis yang mengacu pada perhitungan data penelitian yang berupa angka-angka yang dianalisis dengan bantuan komputer melalui program SPSS. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Sedangkan analisis deskriptif merupakan analisis yang menjelaskan gejala-gejala yang terjadi pada variabel-variabel penelitian untuk mendukung hasil analisis statistik.

4.1. Analisis Deskriptif

Berikut akan dijelaskan analisis deskriptif yaitu menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian. Hasil deskriptif terhadap variabel penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	Skewness
CSR	32	0.25	0.71	0.4672	0.10672	-0.25557	0.440144
BETA	32	-0.34	1.57	0.5281	0.61097	-1.2344	0.325232
LEV	32	0.12	3.18	1.3991	0.89409	-0.99675	0.420806
EG	32	0.35	4.1	1.4353	1.01533	0.526065	1.1591
SIZE	32	5.4	7.95	6.4997	0.66226	-0.1122	0.928739
PL	32	-2.91	2.31	0.0631	1.1685	1.424208	-0.67783
ERC	32	-0.01191	0.01665	0.000283	0.00593	2.701336353	0.825914456
Valid N (listwise)	32						

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan analisis deskriptif, Variabel tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) memiliki data yg tersebar atau heterogen karena memiliki nilai <0 yaitu sebesar -0,25557. Tetapi memiliki data yg cukup bagus atau terdistribusi normal berdasarkan nilai skewnessnya yg mendekati nilai 0 yaitu 0,440144. Nilai rata-ratanya sebesar 0,4672. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan Manufaktur tergolong dalam kriteria yang cukup dengan persentase sebesar 46,72% dari seluruh pengungkapan laporan secara penuh. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,10672 berarti ukuran penyebaran data dari tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebesar 0,10672 dari 32 kasus yang terjadi.

Berdasarkan statistik deskriptif di atas, beta memiliki data yg tersebar atau heterogen karena memiliki nilai kurtosis sebesar -1,2344. Tetapi memiliki data yg cukup bagus atau terdistribusi normal berdasarkan nilai skewnessnya yg memiliki nilai 0,325232 dan nilai rata-rata beta dari ke 32 observasi adalah 0,5281. Hal ini berarti rata-rata risiko saham adalah positif yang menunjukkan bahwa perubahan return saham dan return pasar adalah searah, namun angkanya cukup rendah menunjukkan bahwa ketidakpastian return cukup rendah. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,61097 menunjukan bahwa variasi data beta cukup tinggi, didukung dengan nilai minimum dan nilai maksimum sebesar -0,34 sampai dengan 1,57.

Hasil deskriptif untuk variabel *Leverage* menunjukkan memiliki data yg tersebar atau heterogen karena memiliki nilai kurtosis sebesar -0,99675. Tetapi memiliki data yg cukup bagus atau terdistribusi normal berdasarkan nilai skewnessnya yg memiliki nilai 0,420806. Dan memiliki nilai rata -rata sebesar 1,3991 dan standar deviasi sebesar 0,89409. Hasil ini berarti rata-rata perusahaan menggunakan sumber dana eksternal yang berasal dari hutang jauh lebih besar dibandingkan nilai modal sendiri yang dimiliki yaitu sebesar 1,3991 kali dari equitynya dengan variasi data sebesar 0,89409 dan nilai minimum dan maksimum Leverage antara 0,12 sampai dengan 3,18 kali.

Hasil deskriptif untuk variabel pertumbuhan laba menunjukkan nilai kurtosis sebesar 0,526065 yg berarti datanya tersebar atau heterogen. Dan memiliki data sedikit terdistribusi kesebelah kanan atau memiliki nilai 0,440144 pada nilai skewnessnya. Rata -ratanya sebesar 1,4353 dan standar deviasi sebesar

1,01533. Hasil ini berarti rata-rata perusahaan memiliki pasar ekuitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya yaitu sebesar 1,4353 kali. Ditinjau standar deviasi yang jauh dibawah nilai rata-ratanya menunjukkan variasi terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan satu dengan perusahaan lain cukup homogen didukung dengan nilai terendah dan tertinggi yaitu sebesar 0,35 sampai dengan 4,10.

Hasil deskriptif terhadap ukuran perusahaan yang diproxikan dengan log total asset menunjukkan nilai kurtosis sebesar -0,1122 berarti memiliki data yg tersebar atau. Tetapi memiliki data yg cukup bagus atau terdistribusi normal berdasarkan nilai skewnessnya yg memiliki nilai 0,928739. Nilai rata-ratanya sebesar 6,4997 dan standar deviasi sebesar 0,66226. Hal ini berarti rata-rata perusahaan yang diteliti dalam sampel penelitian ini telah memiliki ukuran yang cukup besar.

Sedangkan hasil deskriptif terhadap persistensi laba, yang merupakan nilai slope dari hubungan laba tahun sekarang dengan laba sebelumnya memiliki rata-rata positif sebesar 0,0631 dan standar deviasi sebesar 1,16850. Hasil ini menunjukkan bahwa laba perusahaan dari tahun ketahun telah memiliki persistensi yang bagus.

Hasil deskriptif terhadap variabel dependen yaitu kualitas laba yang diukur dengan *Earning Response Coeficient* (ERC) yaitu merupakan perubahan antara antara return sebelumnya dengan return saat ini, memiliki nilai kurtosis sebesar 2,701336353. Hasil ini menunjukkan bahwa data terkonsentrasi pada titik tengah sehingga bias dikatakan bahwa data tersebut bersifat homogen serta memiliki

data yg cukup bagus atau terdistribusi normal berdasarkan nilai skewnessnya yg memiliki nilai 0,825914456. Nilai rata-ratanya 0,00028252. Hasil ini menunjukkan terjadi perubahan return yang positif antara return sebelumnya dengan return saat ini. Nilai standar deviasi sebesar 0,005930188 lebih tinggi daripada rata-ratanya berarti variasi data ERC cukup tinggi didukung dengan nilai minimum sebesar -0,011911 dan tertinggi sebesar 0,16650.

4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dilakukan untuk menguji model regresi yang digunakan dalam penelitian ini agar kesimpulan yang dihasilkan tidak bias. Uji asumsi klasik melipui uji multikolinieritas.

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah kondisi adanya hubungan linier antara variabel independent yang satu dengan yang lainnya. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variable independen. Jika *VIF* lebih besar dari 10, maka variabel tersebut dikatakan mempunyai multikolinieritas dengan variabel lainnya (Ghozali, 2006). Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.684	1.462
	BETA	.640	1.561
	LEV	.768	1.302
	EG	.690	1.449
	SIZE	.633	1.580
	PL	.699	1.431

Sumber: Output SPSS, 2011

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF < 10, sehingga model regresi

yang diajukan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala Multikolinieritas

4.3. Analisis Regresi Linier

Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (*soft were*) komputer program SPSS 17. Hasil pengujian terhadap model regresi linier pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel kontrol beta, leverage, pertumbuhan laba, ukuran perusahaan dan persistensi laba terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Hasil Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.0044	.012		.368	.716
	CSR	-.0146	.010	-.266	-1.463	.155
	BETA	.0035	.002	.368	1.976	.058
	LEV	.0025	.001	.383	2.205*	.036
	EG	.0011	.001	.196	1.102	.280
	SIZE	-.0007	.002	-.075	-.399	.693
	PL	-.0002	.001	-.046	-.259	.798

a. Dependent Variable: ERC

Keterangan : ** signifikan pada level 5%

Berdasarkan hasil analisis regresi seperti pada tabel 4.6 dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

ERC_{it} = 0,0044– 0,0146 CSR + 0,0035 Beta + 0,0025Lev + 0,0011 EGit - 0,0007 SIZEit - 0,0002 PL

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki t hitung sebesar -1,463 dan probabilitas sebesar 0,155>0,05. Dengan demikian CSR tidak terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap ERC. Artinya semakin tinggi pengungkapan sosial perusahaan tidak menyebabkan menurunnya koefisien respon laba. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian yang menyatakan "Tingkat *Corporate Social Responsibility Disclosure* dalam laporan tahunan berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)" **tidak dapat diterima.**

Sedangkan pengujian terhadap variabel kontrol, dapat diketahui bahwa beta merupakan variabel yang tidak berpengaruh positif signifikan terhadap ERC ditunjukkan dengan koefisien regresi positif (0,0035) dan probabilitas sebesar 0,058>0,05. Untuk variabel Leverage terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap ERC yang dibuktikan dengan koefisien positif sebesar 0,0025 dan probabilitas sebesar 0,036<0,05. Untuk variabel persistensi laba tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap ERC, yang ditunjukkan dengan koefisien positif (-0,0002) dan probabilitas sebesar 0,798>0,05. Begitu juga untuk variabel pertumbuhan laba, dan ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap ERC.

4.3.1. Pembahasan Hasil penelitian

Dari hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak pengaruh secara signifikan terhadap *Earnings response coeffisient*. Hal ini sesuai dengan penelitian Kertatjdmena (2010) yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC). Kemungkinan penjelasan pertama atas hasil penelitian ini karena investor tidak cukup yakin dengan informasi CSR yang diungkapkan manajemen sehingga investor tidak menggunakan informasi tersebut sebagai dasar untuk merevisi belief (Widiastuti,2002). Kemungkinan penjelasan kedua adalah bahwa informasi CSR yang diungkapkan perusahaan tidak cukup memberikan informasi tentang *expected future earnings*.

Sedangkan hasil analisis terhadap variabel kontrol BETA menemukan bahwa risiko sistematik (beta) tidak hubungan positif dengan koefisien respon laba. Hal ini disebabkan karena periode penelitian tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 terjadi krisis moneter yang memberikan risiko cukup besar, dan hal ini menyebabkan risiko saham (beta) kurang dipertimbangkan oleh manajemen dalam menentukan besarnya CSR.

Hasil pengujian pada variabel kontrol pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap ERC. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiati dan Kusuma (2004), tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Collins dan Kothari (1989) dalam Harahap

(2004) yang menyatakan bahwa kesempatan bertumbuh berdampak pada laba masa depan begitu juga dengan koefisien respon laba. Hal ini disebabkan *Market to Book Ratio* belum menunjukkan kesempatan tumbuh perusahaan atau IOS yang sebenarnya. Kesempatan tumbuh perusahaan tidak hanya diukur dari nilai pasar terhadap nilai buku, tetapi juga memperhatikan pertumbuhan asset, aktiva tetap, perbandingkan harga dan laba serta pertumbuhan capital. Dengan menggunakan satu proxi pengukur ios yaitu MVE/BVE saja, belum menunjukkan secara riil kesempatan tumbuh perusahaan, karena baru diukur dengan pertumbuhan ekuitas saja, sehingga variabel ini belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap koefisien respon laba.

Pada pengujian terhadap variabel kontrol ukuran perusahaan tidak berpegaruh signifikan terhadap koefisien respon laba. Hal ini disebabkan karena *size* tidak mencerminkan informasi, kemungkinan *size* mencerminkan faktor lain seperti prospek perusahaan, misalnya perusahaan kecil mempunyai prospek perusahaan yang baik sehingga respon pasar lebih besar terhadap perusahaan kecil tersebut. Hasil regresi ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Easton dan Zmijewski (1989) dalam Setiati dan Kusuma (2004) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel kontrol karena variabel ini tidak signifikan dalam menjelaskan ERC. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar belum memberikan jaminan terhadap prospek kinerja masa depan yang lebih baik sehingga tidak dijadikan sebagai faktor yang dipertimbangkan investor dalam menilai ERC.

Hasil pengujian variabel kontrol persistensi laba tidak berpegaruh signifikan terhadap koefisien respon laba. Hal ini kemungkinan disebabkan karena adanya peraturan CSR yang terbaru pada tahun 2007, dengan Undang-Undang RI No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang mewajibkan bagi perusahaan untuk mengungkapkan CSR, sehingga CSR bukan lagi pengungkapan sukarela seperti pada peraturan sebelumnya. Dengan demikian meningkatnya CSR bukan karena kondisi persistensi laba perusahaan.

Sedangkan untuk variabel kontrol leverage berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response Coefficeint* (ERC). Hal ini berarti semakin tinggi leverage perusahaan maka ERC akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Ambarwati (2008) dan Mulyani dkk (2003) yang menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap ERC. Hal ini disebabkan karena investor di Bursa Efek Indonesia menginginkan ekspectasi return yang lebih tinggi, sehingga lebih memilih perusahaan yang berani melakukan ekspansi pasar walaupun harus menggunakan hutang yang besar untuk memperkuat struktur permodalannya. Perusahaan yang tidak berani menggunakan hutang, justru direspon negatif oleh investor sebagai perusahaan yang tidak berani mengambil resiko dan melakukan perubahan.

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh dari tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan terhadap ERC. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 32 laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2007-2009. Kesimpulan dari pengujian analisa regresi berganda yang menggunakan metode regresi *ordinary least square* (OLS) dengan memasukkan variabel kontrol beta, leverage, pertumbuhan laba, ukuran perusahaan dan persistensi laba menunjukkan hasil yang tidak mendukung hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini. Bukti empiris penelitian ini tidak mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Hal ini kemungkinan disebabkan karena investor kurang yakin dengan informasi yang terkandung dalam CSR, tetapi lebih meyakini informasi earning yang terkandung dalam laporan keuangan tahunan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang harus dicermati dalam menginterpretasi hasil penelitian ini adalah:

1. Jumlah sampel yang terbatas, yaitu hanya sebanyak 20 perusahaan dari 152 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2007-2009.

Keterbatasan juga terjadi dalam pengukuran ERC hanya diukur dengan 4 tahun pengamatan saja sehingga tidak dapat dihitung nilai ERC per perusahaan per tahun.

2. Data yang di gunakan dalam penelitian ini sebagian besar berupa data laporan tahunan perusahaan sehingga tidak semua item di dalam daftar pengungkapan sosial di ungkapkan secara jelas sebagaimana di dalam laporan keberlanjutan.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan tersebut di atas maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi investor, Laba merupakan salah satu bagian dari laporan keuangan yang dihasilkan emiten, yang yang disusun berdasarkan norma atau standar akuntansi keuangan, sehingga para investor sebaiknya berhati-hati dalam pengambilan keputusan bisnis, terutama informasi yang terkandung dalam laba tersebut harus benar-benar yang memiliki kualitas laba yang bagus. Tidak hanya memilih perusahaan yang memiliki laba besar saja, tetapi harus sejalan dengan perkembangan ekspected return yang ada dipasar, sehingga meningkatnya laba perusahaan sejalan dengan meningkatnya harga saham.
2. Bagi peneliti lainnya sebaiknya melakukan penelitian yang sama dengan periode yang lebih panjang, serta menyempurnakan model penelitian ini misalnya dengan menggunakan data estimasi ERC minimal 6 tahun pengamatan, sehingga dapat dihitung nilai ERC yang lebih detail (per

perusahaan per tahun). Selain itu sumber data yang terbatas pada laporan keuangan dalam bentuk *Annual Report* hendaknya tidak hanya dijadikan acuan utama saja, tetapi juga diambil dari sumber-sumber lainnya misalnya harian bisnis indonesia yang mengungkapkan kegiatan-kegiatan CSR suatu perusahaan, karena tidak seluruh kegiatan CSR diungkapkan dalam laporan keuangan *Annual Report.*

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Fr. Reni Retno (2006), "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)", *Simposium Nasional Akuntansi* 9.

Ball R. dan P. Brown. (1968). "An Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers". *Journal of Accounting Research.* 6, Autumn, pp. 159-178.

Collins DW dan SP Kothari, 1989, An Analysis of ind Intertemporal and Cross SEctional Determinants of Earnings Response Coefficients, The Journal of Accounting Theory and Empirical Evidence, Journal of Accounting Literature 10:85-116

Etty Murwaningsari, 2008, , Trisakti Jakarta *Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities dan Corpoerate Financial Performance Dalam Satu Continum*

Imam Ghozali, 2006, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS,* BP Undip Semarang.

Jaswadi, 2004, *Dampak Earning Reporting Lags Terhadap Koefisien Respon Laba*, Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Hal 295 - 315

Jogiyanto, Hartono, 2000, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, BPFE Yogyakarta

Nurlela, Rika dan Islahuddin (2008). "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi 11 Pontianak, 23-24 Juli.*

Ronny Irawan.2008, "*Corporate Social Responsibility: Tinjauan Menurut Peraturan Perpajakan di Indonesia***"**. http://lpks1.wima.ac.id /pphks/accurate/makalah / KT8.pdf (diakses tanggal 25 Juli 2011).

Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio, (2007). "Pengaruh CSR Disclosure Earning Response Coefficient". *Simposium Nasional Akuntansi 10 Unhas Makasar, 26-28 Juli.*

Sembiring, Eddy Rismanda (2003), "Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Perusahaan", *Simposium Nasional Akuntansi* VI, 2003

Sri Ambarsari, 2008, Earning REsponse Coefficient, *Jurnal Akuntabilitas, Vol.7 No.2 Hal.128 - 134 ISSN 1412-0240*

Sri Mulyani, 2007, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Earning Response Coeffisien pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta, *JAAI Vol.11 No.1 Hal 35 - 45*

Scott, willian R, 1977, *Financial Accounting Theory*, Prentice Hall

Widiastuti, Harjanti (2002), "Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)", *Simposium Nasional Akuntansi V,* Semarang 5-6 2003