

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Investor didefinisikan yaitu individu atau kelompok usaha yang menanamkan modal di sebuah unit usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan. Salah satu tujuan investor melakukan transaksi aktiva keuangan, untuk memperoleh laba yang diinginkan akibat terjadinya fluktuasi harga saham atau dengan tujuan mendapat dividen yang dibayarkan oleh perusahaan. Informasi yang disampaikan oleh pihak manajemen perusahaan yaitu informasi non-keuangan dan informasi keuangan, yang menjadi sinyal mengenai kinerja keuangan di masa akan datang (Dewantara, 2012). Ketika informasi perusahaan diungkapkan, investor akan bereaksi positif atau negatif (Annisa, 2013). Apabila keyakinan penerima (investor) berubah, yang terlihat dari adanya korelasi antara peristiwa pada return, maka informasi tersebut dikatakan bermanfaat. Respon dari investor mengakibatkan terjadinya perubahan harga saham dan volume perdagangan saham (Annavianti, 2010)

Investor hanya akan menyalurkan dananya apabila mendapat perasaan aman dalam berinvestasi dan mempertimbangkan tingkat return yang di dapat dari investasi tersebut. Perasaan aman dalam berinvestasi tersebut akan di dapatkan oleh investor apabila investor mendapatkan informasi yang jelas, wajar, dan tepat waktu sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu dalam mengambil keputusan investasi, para investor mempunyai banyak pertimbangan. Seorang investor yang

rasional akan membuat prediksi terlebih dahulu sebelum membuat keputusan investasi dengan mengamati sinyal yang diberikan perusahaan. Bahkan banyak investor yang tidak mau mengambil risiko tinggi, melakukan beberapa analisis baik analisis teknikal maupun analisis fundamental sebelum menyalurkan dana investasinya dalam sebuah perusahaan. Apabila banyak investor yang tertarik untuk melakukan aktivitas pendanaan di pasar modal maka harga saham juga akan terpengaruh.

Harga saham merupakan nilai dari saham yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, yang nilainya ditentukan berdasarkan kinerja perusahaan tersebut. Menurut Abdul Halim (2005), indeks harga saham merupakan ringkasan dari pengaruh simultan dan kompleks dari berbagai macam variabel yang berpengaruh, terutama tentang kejadian-kejadian ekonomi. Bahkan saat ini harga saham tidak saja menampung kejadian-kejadian ekonomi, tetapi juga menampung kejadian sosial, politik dan keamanan. Dengan demikian harga saham dapat dijadikan barometer keadaan ekonomi suatu negara dan sebagai dasar untuk menganalisis kondisi pasar terakhir, apakah *bullish* (meningkat) atau *bearish* (menurun). Harga saham juga menjadi salah satu pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi yaitu dengan melihat apakah harga saham suatu perusahaan termasuk dalam kategori *over price* atau *under price*.

Saat ini investor tidak hanya mengandalkan informasi laba sebagai satu-satunya bahan pertimbangan, tetapi investor mulai melihat pengungkapan sosial

perusahaan terhadap lingkungan (www.google.com). Reaksi investor memiliki banyak faktor yang dipertimbangkan dalam mengambil keputusan, diantaranya informasi yang diungkapkan perusahaan, laba, nilai perusahaan, harga saham, dan volume perdagangan saham. Dalam penelitian ini penulis menggunakan harga saham sebagai indikator dari reaksi investor, karena harga saham memiliki kaitan yang erat dengan reaksi investor. Naik turunnya harga saham sangat dipengaruhi oleh reaksi investor atas suatu informasi yang muncul di pasar modal.

Dalam praktiknya, transaksi suatu saham mengalami perubahan dari hari ke hari. Perubahan transaksi tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi ketersediaan informasi khususnya informasi akuntansi secara keseluruhan dan nama baik perusahaan. Faktor eksternal perusahaan berhubungan dengan likuiditas pasar modal, kepercayaan masyarakat terhadap pasar modal, tingkat bunga deposito bank, kondisi perekonomian lain secara makro, informasi fluktuasi harga saham, kebijakan pemerintah dan lain-lain.

Laporan keuangan sebagai hasil akhir dari proses akuntansi mempunyai tujuan utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi calon investor, kreditur dan para pemakai eksternal, untuk pengambilan keputusan investasi dan keputusan lainnya. Semua informasi yang terdapat dalam laporan keuangan berguna bagi investor dalam proses pengambilan keputusan. Laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan salah satu informasi yang mulai diperhatikan oleh investor dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini di dasarkan pada pemikiran

bahwa secara langsung maupun tidak langsung perusahaan saling berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sekitar dalam menjalankan aktivitasnya. Perusahaan dituntut tidak hanya fokus pada tujuan mencari laba sebesar-besarnya akan tetapi juga memperhatikan kepentingan *stakeholdersnya* seperti tenaga kerja, masyarakat, pemerintah, dan lainnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial permasalahan muncul ketika perusahaan dihadapkan pada kenyataan, bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun hal tersebut tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Diharapkan dengan penerapan CSR maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang (Gunawan dan Suhartini: 2008).

Akhir-akhir ini, wacana tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah menjadi trend dan topik hangat di antara perusahaan, baik dari perusahaan menengah hingga perusahaan yang besar. Wacana tersebut muncul karena dilandasi suatu pemikiran bahwa keberadaan perusahaan tidak akan lepas dari lingkungannya. Oleh karena itu, setiap tindakan yang diambil perusahaan berdampak nyata terhadap kualitas kehidupan manusia, baik individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan di bumi. Gagasan CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan sekedar kegiatan ekonomi, yaitu menciptakan laba demi kelangsungan usaha, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dasar pemikirnya adalah bahwa menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (Djarmiko 2006).

Corporate social responsibility yang di masa lampau hanya dianggap sebagai sesuatu yang berdampak negative sekarang menjadi suatu kebutuhan untuk mengubah citra dunia usaha menjadi ramah lingkungan. Menurut Utama (2007) 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.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut di Laporan Tahunan. Laporan pertanggung jawaban perusahaan yang dibuat oleh pihak manajer haruslah mengakomodir kepentingan semua pihak tidak hanya kepada *shareholders* namun juga kepada *stakeholders* sebagai pihak pemakai laporan keuangan.

Hingga sekarang ini masih banyak kasus perusahaan yang terjadi di Indonesia, salah satunya kasus yang membuat pemerintah indonesia sendiri geram. Kurang lebih sudah 10 perusahaan di Sumatra Selatan dan Riau yang perijinannya di cabut oleh pemerintah karena kebakaran hutan yang di sebabkan oleh oknum perusahaan. Seperti yang diutarakan Susilo Bambang Yudhono, pembakaran hutan

dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang menginginkan perubahan alih fungsi hutan untuk kepentingan lain. Mereka biasanya menyuruh orang lain untuk efisiensi (www.tribunnews.com/2015/09/09).

Ulah seperti ini yang membuat masyarakat kehilangan kepercayaan pada perusahaan. Dimana masyarakat menilai perusahaan akan melakukan apa saja untuk meraup laba sebanyak – banyak nya tanpa memperdulikan lingkungan yang tumbuh di sekitar serta dampak bagi kehidupan di sekelilingnya. Hal ini tentunya sangat berpengaruh pada kelanjutan operasi perusahaan tersebut dan tak dapat dipungkiri hal ini juga jelas mempengaruhi reaksi investor.

Pemerintah secara tidak segan – segan menjatuhkan sanksi tegas terhadap perusahaan atas kasus yang berdampak sangat besar tentunya bagi pemerintah dan lingkungan. Sanksi yang dijatuhkan dari pencabutan ijin beroperasi hingga penutupan perusahaan. Namun sanksi terberat justru datang dari masyarakat yang terkena imbas secara langsung ataupun tidak. Perusahaan yang sudah mendapat predikat buruk seperti ini akan kesulitan untuk mendapatkan kepercayaan lagi dari masyarakat. Mereka sekarang dituntut lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Bahkan mereka cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR.

Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Hal ini

merupakan bentuk rasa kecewa dan sikap skeptis yang ditunjukkan masyarakat terhadap perusahaan.

Sebenarnya banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. *Corporate social responsibility* juga dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan demi memperoleh kembali kepercayaan dari masyarakat. Tidak jarang perusahaan bahkan mengeluarkan biaya yang jauh lebih besar dari anggaran perusahaan itu sendiri.

Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi dan berpengaruh terhadap reaksi investor, hal itulah yang akan diujikan dalam penelitian ini.

Hubungan CSR dengan kinerja telah dikaji oleh beberapa peneliti diantaranya menurut Darwin (2008) dalam Ahmad (2009) perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila dipraktekkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya : dapat mempererat komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi,

serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier*, dan pangsa pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurkhin (2009) merupakan penelitian eksplanatory, untuk memperoleh kejelasan fenomena yang terjadi di dunia empiris (real world) dan berusaha untuk mendapatkan jawaban (*verificative*), yang menjelaskan hubungan kausalitas antara variable – variable melalui analisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tercatat di BEI. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan criteria ; (a) perusahaan yang tercatat di BEI tahun 2007 dan (b) Perusahaan tersebut mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan untuk periode akuntansi 2007.

Dalam penelitian Balabanis, Phillips, dan Lyall (1988) ditunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Namun, hipotesis mengenai 'etika investor' menunjukkan bahwa pasar modal cenderung tidak tertarik terhadap aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut, hal ini terbukti secara empiris dimana pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar atau reaksi investor (Dahlia&Siregar, 2008). Herremans et.al (1993) dalam penelitiannya pada perusahaan manufaktur US menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap reaksi investor. Penelitian James Guthrie (2006) tentang pengungkapan sosial dan hubungannya dengan reaksi

investor dilakukan pada perusahaan yang termasuk dalam Australian Food and Beverage Industry (AFBI).

Penelitian di Indonesia tentang tanggung jawab sosial terutama dikaitkan dengan reaksi investor adalah penelitian Muhammad Muslim Utomo (2000) dan Andy Prayogo Lutfi (2001). Utomo menggambarkan tentang pola praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan publik dalam laporan tahunannya. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa pengungkapan sosial di Indonesia relatif rendah.

Sedangkan Puguh Siswanto Adi (2005) meneliti pengaruh pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor pada perusahaan high profile yang terdaftar di BEJ tahun 2001. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengungkapan sosial perusahaan dan reaksi investor.

Emillia Nurdin, 2006 dalam penelitiannya pada perusahaan high profile menemukan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan yang meliputi tema keterlibatan masyarakat, tema sumber daya manusia, tema lingkungan dan sumber daya fisik dan tema produk atau jasa secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap reaksi investor, dimana investor di Indonesia sudah mulai menggunakan informasi sosial dan lingkungan dalam melakukan keputusan investasi.

Tsoutsoura (2004) yang melakukan pengujian pengukuran CSR dengan menggunakan indeks CSR dan pengakuan kinerja keuangan yang di *proxy* dengan ROA, ROE dan ROS. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Dengan peimplementasian CSR dapat memberikan manfaat berupa reputasi yang baik, sehingga dapat meningkatkan tingkat profitabilitas suatu perusahaan yang diakibatkan adanya *trust* dari konsumen dan investor.

Oleh karena itu adanya pengungkapan tanggung jawab sosial ini oleh perusahaan-perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi yang baik bagi berbagai pihak. Baik bagi masyarakat sebagai pihak yang menjadi objek pemberlakuan CSR ini, juga bagi perusahaan yang tentunya tetap membutuhkan adanya keuntungan dari setiap tindakan dan kebijakan yang diambilnya.

Salah satu analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan oleh investor adalah analisis rasio keuangan. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Penelitian ini memfokuskan terhadap rasio profitabilitas dengan *Return On Asset* sebagai indikatornya dan pengujian hipotesisnya menggunakan Metode *Succesive Interval* (MSI). Yang menjadi objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014.

1.2 Perumusan Masalah

Corporate social responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Atas dasar uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai *return* saham?
2. Apakah profitabilitas yang di *proxy* dengan *Return On Asset* (ROA) akan berpengaruh signifikan terhadap nilai *return* saham?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai *return* saham.
2. Pengaruh pengungkapan profitabilitas (ROA) terhadap nilai *return* saham.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain :

1. Bagi perusahaan,

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

2. Bagi investor

Memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

3. Bagi masyarakat

Memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

4. Bagi pemerintah

Sebagai acuan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* yang peraturannya telah tertera pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan sudah ditetapkan oleh pemerintah. Agar dampak dari operasi perusahaan yang hingga saat ini masih saja meresahkan masyarakat dan lingkungan sekitar dapat berkurang.