

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada tahun 2011 terbukti semakin berkembangnya pasar modal di Indonesia. Kinerja BEI berhasil memperoleh prestasi berupa penghargaan Marquee Awards sebagai Bursa Terbaik di Asia Tenggara dari Annual Alpha Southeast Asia Deal & Solution Awards. BEI menjadi salah satu kinerja bursa terbaik di regional maupun dunia. Hal ini juga ditandai dengan adanya peningkatan perdagangan saham di BEI. IHSG juga mencatat rekor indeks tertinggi sepanjang sejarah dengan kenaikan sebesar 8,38% dari akhir tahun 2011 sampai akhir juli 2012 (IDX Newsletter, 2012).

Melihat semakin berkembangnya pasar modal Indonesia menunjukkan adanya peningkatan minat investor untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia. Seorang investor menentukan investasi yang akan dilakukan, akan membutuhkan informasi yang informatif guna mendukung keputusan investasi yang tepat. Kerap kali informasi yang dilihat investor pertama kali adalah mengenai keuangan perusahaan tersebut karena gambaran penting untuk memposisikan keadaan suatu perusahaan. Namun Wallman (1995) dikutip dari Budiman dan Supatmi (2009) mengatakan bahwa laporan keuangan berisi informasi yang kurang kebermanfaatannya dalam membuat keputusan. Ini dikarenakan adanya kebijakan akuntansi yang dipakai manajemen sehingga terdapatnya kepentingan tertentu. Informasi non keuangan dapat menjadi pilihan kedua untuk mengambil keputusan

berinvestasi. Informasi non keuangan dapat menjadi alternatif bagi investor untuk menilai sebuah perusahaan.

Informasi non keuangan di era sekarang menjadi informasi yang gencar dan tren untuk dipublikasikan oleh perusahaan adalah *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan terhadap *stakeholders* agar terjalin keharmonisan hubungan antara perusahaan dan masyarakat serta lingkungan. Perusahaan menerapkan *corporate social responsibility* bukan hanya untuk mencari profitabilitas bagi perusahaan tetapi juga menyalurkan profit bagi masyarakat serta lingkungan. Seperti halnya yang dilakukan oleh salah satu perusahaan tambang besar di Indonesia, PT Tambang Batubara Bukit Asam Tbk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dengan cara mengoperasikan mobil kesehatan keliling. Menurut Direktur Utama PTBA Milawarma mengatakan melalui kegiatan tanggung jawab sosial, perusahaan peduli terhadap lingkungan dan turut serta dalam kegiatan masyarakat. (Sumber: Republika.co.id)

Dengan melakukan kegiatan *corporate social responsibility* diharapkan dapat memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan jangka panjang yang bermanfaat bagi perusahaan (Verecca, 1983 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). *Corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan terbukti adanya pengaruh positif dalam jangka panjang bagi keuntungan dan kemajuan kinerja (Dahlia dan Siregar, 2008).

Pada awalnya di Indonesia, *corporate social responsibility* hanya dilakukan oleh beberapa perusahaan namun semakin berkembangnya pasar modal, *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan perusahaan serta pengungkapannya menjadi bagian dalam pelaporan tahunan. Seperti dikatakan Choi dan Meek (2010: 183), perusahaan dituntut untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial sebagai jawaban kepercayaan kepada pemegang saham, pegawai, penyedia, pemerintah, kelompok aktivis dan masyarakat umum. Pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia terbilang wajib dan diatur dalam peraturan pemerintah dituangkan dalam pasal 66 UU no. 40 tahun 2007 yang mengatakan setiap laporan tahunan perseroan terbatas harus sekurang – kurangnya memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Pelaporan untuk pengungkapan *corporate social responsibility* telah dituntut untuk dilakukan serta diwajibkan namun belum ada konsep jelas pelaporannya. Mengingat bahwa masih belum adanya standar dan ketentuan, konsep yang digagas dan dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) dapat digunakan sebagai pengukuran informasi *corporate social responsibility* perusahaan. Dalam Pedoman Pelaporan Keberlanjutan (2006: 4) konsep ini menggunakan *triple bottom line* dalam pelaporan dimana memperhatikan sektor ekonomi, sosial dan lingkungan.

Dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan dapat menjadi informasi bagi investor sehingga memberikan reaksi di pasar modal (Cheng dan Christiawan, 2011). Namun

informasi yang masuk ke dalam pasar tidak semua dijadikan oleh investor untuk bahan pertimbangan. Pengungkapan informasi mengenai *corporate social responsibility* diharapkan menjadi *good news* bagi investor untuk mengambil keputusan investasi dalam pasar modal. Menurut Jogiyanto (2009) menyatakan sebuah informasi *corporate social responsibility* sebagai *good news* dapat merangsang reaksi investor atau tidak, hal ini dapat dilihat menggunakan indikator *abnormal return*. (Cheng dan Christiawan, 2011)

Penelitian terdahulu telah dilakukan mengenai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* terhadap reaksi investor. Seperti penelitian yang dilakukan Nurdin dan Cahyandito (2006) dan Murniningsih (2007) menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reaksi investor. Penelitian yang dilakukan Cheng dan Christiawan (2011) juga menunjukkan adanya pengaruh positif. Lain halnya dengan penelitian lain salah satunya yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hasil yang berbeda dimana pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap reaksi investor sehingga informasi mengenai *corporate social responsibility* belum jadi bahan pertimbangan keputusan investasi. Hal ini juga didukung penelitian Kartika, dkk (2010) menunjukkan kurang berpengaruh terhadap reaksi investor.

Dari keberagaman hasil penelitian yang bervariasi dapat dinilai bahwa investor belum sepenuhnya percaya pada pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan seperti dikatakan. Menurut Kartika, dkk (2010), investor dapat beranggapan bahwa informasi tersebut kurang akurat

ataupun kejelasan dari *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan ketersediaan ataupun luas pengungkapan informasi tersebut serta bagaimana ukuran perusahaan yang melakukannya. Setiap ukuran perusahaan melakukan luas pengungkapan *corporate social responsibility* yang berbeda-beda. Penelitian sebelumnya dilakukan Darwis (2009) dan Yuliana, dkk (2008) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keluasan pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini untuk melihat apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dan reaksi investor.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang ditemukan yaitu :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap reaksi investor yang ditunjukkan dengan adanya *abnormal return* di sekitar tanggal penerbitan laporan tahunan perusahaan ?
2. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dan reaksi investor ?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari penelitian ini, dapat diketahui tujuan dengan adanya penelitian adalah :

1. Ingin memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap reaksi investor dalam laporan tahunan dilihat dari abnormal return yang terjadi di pasar.
2. Ingin memberikan bukti empiris mengenai ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dan *reaksi pada investor*.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi manajemen perusahaan untuk memilih kebijakan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan agar lebih tepat sasaran sehingga dapat menguntungkan bagi kemajuan perusahaan.

2. Bagi Investor :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan berinvestasi dengan adanya informasi *corporate social responsibility* selain informasi keuangan.

3. Bagi Akademisi :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk melakukan pengembangan lebih jauh mengenai *corporate social responsibility*.

D. Sistematika Penulisan

Tahapan penulisan penelitian ini terdiri dari Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV, dan Bab V dengan inti penjelasannya sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat serta sistematika penulisan pada penelitian ini.

Bab II Landasan Teori

Pada bagian ini menjelaskan tentang teori yang menjadi landasan pemikiran dalam penelitian ini, pengembangan hipotesis serta kerangka pemikiran. Teori-teori yang berkaitan adalah pengungkapan *corporatesocial responsibility*, teori *signaling*, teori efisiensi pasar dan ukuran perusahaan sebagai moderasi.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel dan pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data yang diolah serta hasil interpretasi pengolahan data yang menggunakan *software SPSS*.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian ini serta keterbatasan yang ada dalam penelitian ini. Bab ini juga memuat saran yang diperuntukan bagi peneliti selanjutnya.