

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Seiring dengan berkembangnya zaman, perusahaan yang bergerak di berbagai sektor menjadi semakin banyak dan modern. Hal ini diikuti dengan berkembangnya teknologi yang dapat memudahkan perusahaan untuk memaksimalkan kapasitas produksinya hingga titik paling atas. Perkembangan yang sangat pesat inilah yang membuat perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia menjadi terpacu untuk menjadi lebih besar dan lebih baik lagi. Melihat perkembangan yang pesat ini, akhirnya Bursa Efek Jakarta (BEJ) bekerjasama dengan Harian Koran Kompas untuk menerbitkan indeks saham baru bernama Kompas100 pada tanggal 10 Agustus 2007 dengan mengumumkan *press release* nomor PR. No. 14/BEJ.KOM/07-2007 pada tanggal 13 Juli 2007 yang bertepatan dengan ulang tahun pasar modal ke 30 serta perayaan HUT PT Bursa Efek Jakarta (BEJ) ke-15 (www.britama.com). Tujuan BEJ dan Kompas membuat indeks harga saham baru adalah untuk membantu menyebarluaskan informasi pasar modal dan diharapkan dapat menarik masyarakat untuk ikut berinvestasi dalam rangka memperkuat perekonomian di Indonesia. Penerbitan indeks Kompas100 ini juga diharapkan dapat membantu investor dalam melihat arah pergerakan pasar dan kinerja suatu perusahaan, pengelolaan portofolio serta *fund manager* agar dapat memacu perusahaan untuk mengeluarkan kreatifitasnya dalam pengelolaan dana yang berbasis saham sehingga informasi tersebut dapat berguna bagi investor untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan (kompas100.blogspot.com). Para manager dan petinggi perusahaan pun rasanya tak mau kalah dengan para pesaingnya sehingga mereka terus mengeluarkan inovasi-inovasi yang dapat menarik minat para pelanggannya untuk terus mengkonsumsi produk-produk dari perusahaan mereka dan menarik minat para investor dengan berhasil membuat perusahaan mereka berada dalam daftar perusahaan di Kompas100.

Saham yang dipilih oleh Indeks Saham Kompas100 adalah emiten yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi, kapitalisasi pasar yang besar, dan juga

fundamental serta kinerja perusahaan yang baik (www.wikipedia.com). Perusahaan yang ingin masuk kedalam daftar Kompas100 harus memiliki ketiga kriteria tersebut dan harus terus mempertahankan kriteria tersebut jika ingin terus berada didalam daftar Kompas100. Indeks harga saham ini akan terus dievaluasi sebanyak dua kali dalam setahun, yaitu pada bulan Februari hingga Juli dan Agustus hingga Januari, kemudian emiten yang terpilih akan diumumkan pada akhir bulan Januari dan Juli. Evaluasi ini bertujuan untuk menjaga kualitas perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas100 agar selalu *up to date*. Penilaian kriteria indeks ini juga termasuk aktivitas transaksi di pasar reguler yaitu nilai, volume dan frekuensi transaksi, jumlah hari, kapitalisasi pasar serta faktor-faktor fundamental dan pola perdagangan (www.britama.com).

Total emiten yang tercatat didalam indeks saham Kompas100 selama tahun 2014 sampai dengan 2017 berjumlah 146 perusahaan. Perusahaan yang sudah menerapkan kegiatan CSR biasanya mendapatkan reputasi yang baik di mata investor dan juga masyarakat. Hal ini dikarenakan perusahaan yang sudah menerapkan CSR biasanya ikut menjaga kelangsungan hidup lingkungan disekitarnya dan juga masyarakatnya. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa dengan adanya CSR didalam perusahaan tersebut, maka CSR akan memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan dan juga *Earning Response Coefficient* perusahaan tersebut. Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Kompas100 merupakan perusahaan-perusahaan besar yang bisa mengeluarkan dana untuk kegiatan CSR dalam jumlah yang besar, pengeluaran untuk CSR tersebut mungkin memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan maupun *Earning Response Coefficient* di perusahaan tersebut.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat perkembangan bisnis yang ada di Indonesia berkembang semakin pesat dan modern. Pengaruh inilah yang membuat perusahaan-perusahaan untuk terus mengembangkan produknya sehingga dapat menarik minat dari konsumen di Tanah Air. Kebutuhan masyarakat akan produk juga semakin meningkat seiring dengan bertambahnya kebutuhan pokok dan tuntutan gaya hidup. Perusahaan tidak bisa memfokuskan

tujuannya untuk salah satu pihak saja, tetapi perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan kepentingan pihak-pihak diluar perusahaan seperti masyarakat, pemasok, pemerintah dan lain sebagainya. Perusahaan juga tidak bisa hanya fokus untuk mencari *profit* saja tetapi juga harus fokus untuk menjaga hubungan dengan pihak-pihak eksternal perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya terhadap *stakeholders*.

Tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholders* tertuang didalam teori *Stakeholder* yang menyebutkan bahwa *stakeholders* memiliki hak yang sama untuk mendapatkan informasi dari perusahaan untuk bahan pertimbangan pengambilan keputusan mereka (Deegan dalam Rokhlinasari, 2016). Rokhlinasari (2016) juga mengatakan bahwa eksistensi *stakeholders* sangatlah dibutuhkan oleh perusahaan karena kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan juga membutuhkan persetujuan *stakeholder* terlebih dahulu. Semakin kuat para *stakeholder*, maka perusahaan juga harus bisa beradaptasi dengan para *stakeholder*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa peran *stakeholders* didalam perusahaan sangatlah penting guna menunjang kinerja perusahaan agar menjadi lebih baik lagi dan tidak melupakan lingkungan sekitarnya. Salah satu informasi yang dikeluarkan perusahaan dan sering digunakan oleh *stakeholders* sebagai bahan pertimbangannya adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Corporate social responsibility (CSR) atau yang biasa disebut sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dapat juga diartikan sebagai kewajiban pengusaha dalam merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Bowen dalam Wibisono, 2014). CSR yang diterapkan oleh perusahaan juga sering dimanfaatkan untuk meningkatkan citra mereka sehingga masyarakat menjadi lebih percaya terhadap perusahaan tersebut dan membuat kinerja keuangan mereka menjadi lebih baik. Dengan menerapkan CSR, perusahaan akan dipandang sebagai perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik karena bukan hanya mengutamakan kepentingan internal perusahaan tetapi juga eksternal perusahaan. Contohnya saja seperti PT. Indofood yang selalu melaksanakan CSR

di berbagai daerah di Indonesia. Kegiatan CSR yang dilakukan yaitu seperti mendirikan dapur umum di tempat-tempat yang terkena bencana alam, melaksanakan donor darah, membantu membangun rumah yang kurang layak untuk dihuni, pengolahan limbah, menanam pohon-pohon didaerah yang tandus dan masih banyak lagi kegiatan yang dilakukan oleh PT. Indofood (www.indofood.com). Perusahaan yang lainnya juga menerapkan kegiatan CSR dengan cara mereka masing-masing. Menurut Sofyan (2017), penerapan CSR pada perusahaan dapat mempengaruhi citra merek dan loyalitas merek pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Kegiatan seperti ini bukan hanya semata untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga untuk membangun *brand image* di masyarakat sehingga perusahaan dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya dan membangun loyalitas pelanggan sebagai keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan tersebut.

Peraturan tentang CSR sudah tertuang jelas didalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012), tetapi masih ada perusahaan yang terkadang melalaikan tanggung jawab CSR ini dengan berbagai alasan yang berbeda-beda. Salah satu alasannya adalah *stakeholders* tidak memberikan kontribusi apapun terhadap perusahaan. Penyebabnya adalah hubungan antara kedua belah pihak ini tidaklah menguntungkan satu sama lain, dalam artian lingkungan disekitar perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap perusahaan (Anggraini & Retno, 2006). Menurut Lako dalam Parengkuan (2017), ada 3 (tiga) alasan mengapa para pelaku usaha menolak untuk menjadikan CSR sebagai kewajiban di perusahaan mereka, yaitu:

- a) Penerapan CSR di dunia berdasarkan asas sukarela dan bukan merupakan kewajiban perusahaan,
- b) Penerapan CSR dapat menjadi beban bagi perusahaan karena harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit dalam pelaksanaannya, sehingga jumlah dividen yang didapatkan oleh para *shareholders* menjadi berkurang,

- c) Kegiatan CSR ini dapat mengganggu iklim investasi yang ada di Indonesia dan membuat investor asing pergi ke negara lain.

Adanya budaya yang mengharuskan perusahaan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya juga dapat membuat CSR ini menjadi seperti dinomor-duakan karena CSR dianggap menambah biaya untuk dapat mengolah limbah pabrik, perlindungan keselamatan karyawan, perawatan kesehatan karyawan dan lain sebagainya. Perusahaan pasti akan mengeluarkan biaya lebih untuk mengolah limbah yang dihasilkan dari proses produksinya. Untuk menekan biaya yang harus dikeluarkan terkadang perusahaan akan membuang limbah yang dihasilkan ke sungai-sungai atau ke tempat yang sudah dipersiapkan sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan biaya lagi untuk mengolah limbah tersebut. Hal ini tentunya akan membuat lingkungan disekitar perusahaan atau tempat pembuangan limbah tersebut menjadi tercemar dan akan mengganggu ekosistem lingkungan disana serta akan mengganggu kehidupan masyarakat disana juga. Hal ini juga dapat membuat citra perusahaan menjadi buruk dimata masyarakat terutama disekitar tempat pembuangan limbah perusahaan tersebut.

Namun, kesadaran perusahaan akan pentingnya CSR sudah mulai berkembang pada saat ini. Adanya peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007 yang mengatur tentang kewajiban perusahaan yang bergerak di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib menerapkan CSR membuat perusahaan menjadi sadar akan pentingnya praktik CSR di perusahaan dan dampaknya bagi perusahaan itu sendiri. Sumber yang sering digunakan dalam melihat informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah laporan keuangan tahunan (*Annual Report*) dan Laporan Berkelanjutan (*Sustainability Report*).

Tabel 1.1 Pertumbuhan CSR

Kode Perusahaan	2014	2015	2016	2017
AALI	57,14%	67,03%	69,23%	70,33%
AKRA	26,37%	56,04%	49,45%	73,63%
ANTM	50,55%	84,62%	34,07%	21,98%
ASII	25,27%	25,27%	25,27%	23,08%
BBNI	26,37%	24,18%	12,09%	6,59%
BBRI	38,46%	34,07%	9,89%	7,69%
BBTN	27,47%	61,54%	49,45%	34,07%
BJBR	37,36%	15,38%	36,26%	27,47%
BJTM	28,57%	23,08%	20,88%	20,88%
BMRI	37,36%	45,05%	62,64%	4,40%
INCO	37,36%	50,55%	8,79%	24,18%
INTP	51,65%	42,86%	13,19%	15,38%
ITMG	39,56%	32,97%	27,47%	15,38%
PTBA	14,29%	95,60%	54,95%	17,58%
SIMP	46,15%	36,26%	39,56%	17,58%
UNTR	38,46%	25,27%	34,07%	24,18%
UNVR	49,45%	16,48%	16,48%	24,18%
WIKA	38,46%	24,18%	9,89%	19,78%

Sumber: Data diolah oleh penulis (2019)

Dari tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa dari 18 sampel penelitian yang ada terdapat 11 perusahaan yang mengalami penurunan CSR pada tahun 2016-2017. Hal ini sangat disayangkan mengingat bahwa pengungkapan CSR sangatlah membantu perusahaan dalam meningkatkan reputasi perusahaan dan menjadi pertimbangan investor dalam memilih tempat untuk berinvestasi karena pengungkapan CSR dapat memberi sinyal kepada investor bahwa perusahaan bukan hanya mengejar keuntungan saja tetapi juga memperhatikan lingkungan

dan masyarakat sekitarnya (Anwar *et al*, 2010). Penelitian Lajili dan Zeghal (2006) juga menyebutkan bahwa perusahaan yang mengeluarkan informasi tentang pengungkapan CSR memiliki kinerja keuangan yang lebih baik daripada perusahaan yang tidak menginformasikan pengungkapan CSR.

Penerapan CSR didalam suatu perusahaan sudah menjadi kewajiban yang harus dipenuhi secara baik dan benar. Dalam penerapannya, perusahaan melihat peluang untuk mengangkat nama perusahaan lewat kegiatan CSR ini sehingga masyarakat luas terutama yang mendapatkan manfaat dari kegiatan CSR ini menjadi lebih mengenal perusahaan tersebut dan diharapkan bisa mendapat loyalitas dari para pelanggannya. Meningkatnya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut dapat memberikan dampak positif seperti meningkatnya laba perusahaan yang berhubungan langsung dengan peningkatan keuntungan bagi para investor di masa yang akan datang (Dewi *et al*, 2014). Peningkatan dividen inilah yang membuat para investor tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut karena mendapatkan keuntungan berupa dividen maupun *capital gains* adalah harapan dari investor (Kholisoh, 2007).

Kinerja Keuangan didalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA) dan *Earning Per Share* (EPS). ROA dapat memperlihatkan seberapa kuat perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan dengan penggunaan aktivitya (Sudana, 2011), sedangkan EPS menggambarkan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam mencapai laba atau keuntungan bagi para pemegang saham (Kasmir, 2017). Menurut Firdaus dan Zamzam (2018) serta Purwaningsih (2014), dengan adanya pengungkapan CSR, maka ROA dan EPS perusahaan dapat terpengaruh secara positif dikarenakan CSR dapat membantu perusahaan dalam mengenalkan diri mereka ke masyarakat umum. Sedangkan *Earning Response Coefficient* (ERC) yang semakin meningkat menandakan bahwa kualitas laba yang dimiliki oleh perusahaan akan ikut meningkat juga (Sandi, 2013).

Selain pengungkapan CSR, perusahaan juga mengungkapkan hal-hal lainnya seperti Laporan keuangan, kinerja perusahaan, dan lain sebagainya. Informasi-informasi tersebut akan sangat berguna bagi para *stakeholder* yang

akan melakukan pengambilan keputusan karena dengan mengetahui informasi yang penting, maka *stakeholders* dapat mempertimbangkan seluruh aspek yang ada di perusahaan sehingga tidak melakukan kesalahan sangat pengambilan keputusan.

Return On Assets (ROA) adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau laba dari aset, pendapatan dan juga modal saham spesifik yang dapat dihitung menggunakan rasio (Hanafi dan Halim, 2016). Irawati (2006:59), juga berpendapat bahwa ROA adalah kekuatan perusahaan dengan menggunakan seluruh modalnya guna mendapatkan laba operasi perusahaan atau membandingkan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing guna mengetahui laba yang didapatkan oleh perusahaan melalui presentase. Rasio yang dapat melihat seberapa besar keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan dari investasi (aset) yang sudah ditanamkan jauh-jauh hari sesuai dengan yang diharapkan disebut juga dengan *Return On Assets* (Fahmi, 2014).

Menurut Rahman (2015), ROA sering digunakan oleh perusahaan untuk mengukur apakah penggunaan aktivitya sudah efektif atau belum dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Perolehan laba didalam perusahaan sangatlah penting dalam membantu peminjaman hutang dan pendanaan ekuitas, posisi likuiditas serta peralihan perusahaan. Peningkatan ROA dapat menandakan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut semakin baik dan penggunaan asetnya semakin efektif. Kenaikan ROA ini dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan karena dapat menarik para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena dengan meningkatnya ROA, maka tingkat perputaran aktiva menjadi semakin cepat dalam meraih laba bagi perusahaan (Harahap, 2015). Peningkatan ROA ini juga tak lepas dari peran CSR dalam penerapannya di dalam maupun luar perusahaan. Candrayanthi dan Saputra (2013), juga mengungkapkan hal yang sama bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap ROA di dalam perusahaan.

Tabel 1.2 Pertumbuhan ROA dan CSR

Kode Perusahaan	2014		2015		2016		2017	
	ROA	CSR	ROA	CSR	ROA	CSR	ROA	CSR
BJBR	1,48%	37,36%	1,56%	15,38%	1,13%	36,26%	1,05%	27,47
INCO	7,38%	37,36%	2,21%	50,55%	0,09%	8,79%	-0,7%	24,18%
INTP	18,26%	51,65%	15,76%	42,86%	12,84%	13,19%	6,44%	15,38%
UNVR	40,18%	49,45%	37,20%	16,48%	38,16%	16,48%	37,05%	24,18%
WIKA	4,72%	38,46%	3,59%	24,18%	3,86%	9,89%	2,97%	19,78%

Sumber: www.idx.co.id dan data diolah oleh penulis (2019)

Dari data tabel 1.2, dapat dilihat bahwa ROA perusahaan di Indeks Kompas100 cenderung mengalami penurunan tiap tahunnya. Hal ini tidak berbanding lurus dengan pengungkapan CSR di perusahaan dan tahun yang sama, pengungkapan CSR justru mengalami kenaikan yang cukup signifikan tiap tahunnya. Contohnya seperti PT WIKA yang terus mengalami penurunan ROA dari tahun 2014 sebesar 4,72% menjadi 3,59% pada tahun 2015, 3,86% pada tahun 2016 dan mengalami penurunan lagi pada tahun 2017 menjadi sebesar 2,97%. Pada tahun yang sama, PT WIKA justru mengalami kenaikan pengungkapan CSR menjadi 38,46% pada tahun 2014, 24,18% pada tahun 2015, 9,89% pada tahun 2016 dan mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2017 menjadi 19,78%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan CSR perusahaan tidak sejalan dengan pertumbuhan ROA-nya. Purwaningsih (2014), mengatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Tingkat ROA di suatu perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat CSR maka akan semakin tinggi pula tingkat ROA suatu perusahaan. Ketidaksamaan ini menandakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROA di suatu perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Parengkuan (2017), yang menyebutkan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) perusahaan. Tetapi, ada juga penelitian lain yang menyebutkan bahwa kegiatan CSR ini memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap ROA di

perusahaan (Gantino, 2016). Perbedaan antara fenomena diatas dengan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya membuat penelitian ini layak untuk diteliti lebih lanjut. Selain ROA, penelitian lain juga mencari tentang pengaruh dari CSR terhadap EPS suatu perusahaan.

Earning Per Share (EPS) adalah pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan dalam suatu periode untuk setiap lembar saham yang beredar (Baridwan, 2014). Investor sering kali memasukkan EPS sebagai bahan pertimbangan mereka untuk berinvestasi di suatu perusahaan karena semakin tinggi nilai EPS, maka akan semakin besar pula laba yang akan didapatkan oleh perusahaan (Tandelilin, 2011). Investor dapat menghitung deviden yang mereka terima dengan menggunakan EPS serta memberikan gambaran tentang suatu perusahaan dalam memperoleh laba di suatu periode waktu (Baridwan, 2014). Pengungkapan CSR juga dapat memberikan pengaruh terhadap EPS di dalam perusahaan jika penerapannya benar. Dengan adanya CSR, perusahaan dapat melakukan *branding image* produk-produknya kepada masyarakat sehingga produk yang dijual oleh perusahaan tersebut dapat dikenal dan menjadi lebih laku dalam segi penjualannya (Dewi, 2014). Peningkatan laba ini dapat meningkatkan nilai EPS di perusahaan dan membuat para investor semakin tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Tabel 1.3 Pertumbuhan EPS dan CSR

Kode Perusahaan	2014		2015		2016		2017	
	EPS	CSR	EPS	CSR	EPS	CSR	EPS	CSR
AALI	Rp 1.590,4	57,14%	Rp 393,15	67,03%	Rp 1.135,85	69,23%	Rp 1.044,5	70,33%
INCO	\$ 0,017	37,36%	\$ 0,005	50,55%	\$ 0,0002	8,79%	\$ - 0,0015	24,18%
INTP	Rp 1.437	51,65%	Rp 1.183	42,86%	Rp 1.051	13,19%	Rp 505,22	15,38%
WIKA	Rp 99,06	38,46%	Rp 101,81	24,18%	Rp 162,21	9,89%	Rp 134,1	19,78%

Sumber: www.idx.co.id dan data diolah oleh penulis (2019)

Dari data tabel 1.3, dapat dilihat bahwa EPS beberapa perusahaan di indeks Kompas100 terus mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penurunan EPS ini tidak berbanding lurus dengan tingkat CSR pada perusahaan dan tahun yang sama. Contohnya adalah PT Astra Agro Lestari Tbk yang Mengalami penurunan EPS dari tahun 2014 sebesar Rp 1.590,4, menjadi Rp 393,15 pada tahun 2015 lalu sempat mengalami kenaikan pada tahun 2016 menjadi Rp 1.135,85 dan kembali turun menjadi Rp 1.044,5 pada tahun 2017. Hal ini berbanding terbalik dengan pengungkapan CSR-nya yang justru mengalami peningkatan dari 57,14% pada tahun 2014 menjadi 67,03% pada tahun 2015, terus meningkat menjadi 69,23% pada tahun 2016 dan menjadi 70,33% pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan CSR perusahaan tidak sejalan dengan pertumbuhan EPS-nya. Purwaningsih (2014), mengatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki dampak yang positif terhadap tingkat EPS perusahaan yang artinya semakin tinggi tingkat CSR, maka tingkat EPS perusahaan juga akan semakin naik. Perbedaan tingkat CSR dan EPS diatas menandakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap EPS suatu perusahaan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Putri *et al* (2014), yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap EPS perusahaan. Tetapi, penelitian lainnya menyebutkan bahwa pengungkapan CSR perusahaan dapat digunakan sebagai pertimbangan keputusan bagi para investor karena EPS yang tinggi menandakan bahwa keuntungan yang akan didapatkan oleh investor juga semakin tinggi (Septiani dan Mutmainah, 2013). Perbedaan fenomena tersebut menandakan masih adanya inkonsistensi terhadap pengaruh CSR terhadap EPS di suatu perusahaan yang telah menerapkan CSR di Indonesia, sehingga penelitian ini layak untuk diteliti lebih lanjut.

Selain ROA dan EPS, penelitian lain juga menyebutkan adanya hubungan antara pengungkapan CSR dengan ERC suatu perusahaan. *Earning Response Coefficient* (ERC) adalah respon pasar terhadap harga saham suatu perusahaan yang mengalami *unexpected earnings*. ERC ini seringkali digunakan

untuk mengukur kualitas laba suatu perusahaan apakah sudah baik atau belum. Cho dan Jung (1991), menyatakan bahwa pendekatan ERC memiliki dua kelompok, yaitu *Information Economics Based Valuation Model* atau penilaian ERC didasarkan pada informasi ekonominya dan *Time Series Based Valuation Model* atau penilaian ERC didasarkan pada *Time Series* suatu perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) ternyata juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) didalam suatu perusahaan, hal ini dikarenakan adanya *good management* dan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya dengan baik serta dapat menjaga hubungan perusahaan dengan baik kepada para *stakeholders*. Penerapan CSR juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan sehingga respon pasar terhadap ERC juga meningkat (Kristi dan Marina, 2014).

Hariati (2017), mengatakan bahwa respon pasar terhadap laba yang diungkapkan oleh perusahaan cukup beragam tergantung dari kepercayaan pengguna, kredibilitas, dan kualitas informasinya. Kualitas laba yang baik dapat diukur menggunakan *earnings response coefficient* (ERC). Hariati (2017), juga menambahkan bahwa ERC adalah respon pasar terhadap informasi laba yang diungkapkan oleh perusahaan dengan adanya perubahan harga sekuritas. Meningkatnya ERC merupakan bukti kuatnya respon pasar terhadap pengungkapan informasi tersebut, dan sebaliknya, jika ERC turun maka respon pasar terhadap pengungkapan informasi tersebut rendah. Sari (2016), juga menyebutkan bahwa ERC akan menunjukkan respon pasar terhadap informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dengan melihat pergerakan harga saham pada tanggal publikasi laporan keuangan perusahaan tersebut.

Tabel 1.4 Pertumbuhan ERC dan CSR

Kode Perusahaan	2014		2015		2016		2017	
	ERC	CSR	ERC	CSR	ERC	CSR	ERC	CSR
ANTM	0,0000018	50,55 %	-0,00000032	84,62 %	-0,0676	34,07 %	-0,0008	21,98 %
ASII	-0,0169	25,27 %	-0,1032	25,27 %	-0,0708	25,27 %	-0,0285	23,08 %
BJBR	-0,3179	37,36 %	-0,2368	15,38 %	-0,0958	36,26 %	0,4179	27,47 %
BMRI	-0,0394	37,36 %	-0,1086	45,05 %	-0,0487	62,64 %	0,0071	4,40%

Sumber: www.idx.co.id dan data diolah oleh penulis (2019)

Dari tabel 1.4 diatas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan ERC di beberapa perusahaan yang terdaftar di Indeks saham Kompas100 mengalami penurunan setiap tahunnya, hal ini tidak berbanding lurus dengan pertumbuhan CSR di perusahaan dan tahun yang sama. Tingkat CSR di perusahaan-perusahaan tersebut mengalami kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Contohnya adalah BPD Jawa Barat dan Banten yang mengalami peningkatan ERC dari -0,3179 pada tahun 2014 menjadi -0,2368 pada tahun 2015, terus meningkat menjadi -0,0958 pada tahun 2016 dan 0,4179 pada tahun 2017. Hal ini tidak sejalan dengan pengungkapan CSR perusahaan yang justru turun dari 37,36% pada tahun 2014 menjadi 15,38% pada tahun 2015, lalu sempat mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 36,26% dan turun lagi menjadi 27,47% pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan CSR perusahaan tidak sejalan dengan pertumbuhan ERC-nya. Hariati (2017), mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka akan semakin tinggi pula tingkat ERC perusahaan. Hal

ini terjadi karena semakin banyak informasi yang diungkapkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula respon pasar terhadap informasi tersebut. Dalam penelitiannya, Wicaksono (2017) mengatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap ERC dikarenakan investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Perbedaan pertumbuhan ERC dan CSR diatas menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ERC suatu perusahaan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Dewi (2015), yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ERC suatu perusahaan. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian Wulandari dan Wirajaya (2014), yang mengatakan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ERC suatu perusahaan. Tetapi penelitian Khaddafi (2016), menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap ERC suatu perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Fauzan dan Purwanto (2017), yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap ERC suatu perusahaan. Berdasarkan perbedaan fenomena ini dengan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis menilai fenomena ini layak untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji permasalahan tersebut dalam penelitian ilmiah berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Kinerja Keuangan dan *Earning Response Coefficient* Perusahaan (Studi Pada emiten di Indeks Saham Kompas100 Periode 2014-2017)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Corporate social responsibility (CSR) adalah kegiatan yang mengharuskan perusahaan untuk mengeluarkan biaya guna melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, namun tidak langsung berhubungan dengan produksi atau jasa yang dihasilkan. CSR sudah diwajibkan bagi tiap perusahaan setelah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012) di sahkan oleh pemerintah. Penggunaannya pun beragam, ada yang murni untuk

kegiatan sosial perusahaan, untuk investasi jangka panjang ataupun sebagai “iklan” perusahaan di masyarakat.

Pengungkapan CSR yang terjadi di tahun 2014 hingga 2017 terus mengalami penurunan dan kenaikan setiap tahunnya. Dengan adanya pengungkapan CSR tersebut, pertumbuhan ROA, EPS dan ERC perusahaan juga mengalami kondisi yang naik turun. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan CSR dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ROA suatu perusahaan (Gantino, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti *et al.* (2016), juga menunjukkan hasil yang positif bahwa CSR memberikan pengaruh yang signifikan terhadap EPS perusahaan serta penelitian Wicaksono (2017), yang menunjukkan bahwa CSR memberikan pengaruh terhadap ERC perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan yang telah menerapkan kegiatan tersebut. Sayekti dan Wondabio (2007), juga mengatakan bahwa laporan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan akan lebih diapresiasi oleh para investor. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh apapun terhadap ROA dan ERC di suatu perusahaan (Dewi, 2015). Putri *et al.* (2014) dan Yaparto *et al.* (2013), juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap EPS suatu perusahaan serta Awuy *et al.* (2016) yang mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ERC perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin meneliti apakah dengan adanya kegiatan CSR di suatu perusahaan akan mempengaruhi kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Asset*, dan *Earning Per Share*, serta *Earnings Response Coefficient* perusahaan tersebut atau tidak. Perbedaan hasil penelitian diatas juga masih menunjukkan bahwa masih adanya inkonsistensi hasil penelitian satu dengan yang lainnya. Perbedaan variabel dan juga objek penelitian juga mempengaruhi hasil penelitian-penelitian tersebut.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang ingin diteliti adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana CSRD, ROA, EPS dan ERC pada perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100?
- b) Apakah CSRD berpengaruh secara parsial terhadap *Return on Asset* perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100?
- c) Apakah CSRD berpengaruh secara parsial terhadap *Earning Per Share* perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100?
- d) Apakah CSRD berpengaruh secara parsial terhadap *Earning Response Coefficient* perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui *Corporate social responsibility Disclosure*, *Return on Asset*, *Earning Per Share*, dan *Earning Response Coefficient* pada perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100 tahun 2014-2017.
- b) Untuk mengetahui apakah *Corporate social responsibility Disclosure* berpengaruh secara signifikan terhadap *Return on Asset* perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100 tahun 2014-2017.
- c) Untuk mengetahui apakah *Corporate social responsibility Disclosure* berpengaruh secara signifikan terhadap *Earning Per Share* perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100 tahun 2014-2017.
- d) Untuk mengetahui apakah *Corporate social responsibility Disclosure* berpengaruh secara signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100 tahun 2014-2017.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti, maka penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat baik secara teoritis, maupun praktis. Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

- a) Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang judul yang diteliti dan dapat menunjukkan hasil yang seakurat dan sebaik mungkin,

- b) Bagi Akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta memperluas pengetahuan mengenai CSRD dan dampaknya terhadap *Return on Asset*, *Earning Per Share*, dan *Earning Response Coefficient*.

1.6.2 Aspek Praktis

- a) Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan yang menggunakan CSR kedepannya.
- b) Dari penelitian ini, Pemerintah dapat mengatur dan mengawasi jalannya kegiatan CSR di perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi dan objek penelitian yang diteliti adalah perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100 periode 2014-2017.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian adalah selama enam bulan. Periode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh CSRD terhadap ROA, EPS, dan ERC di perusahaan yang terdaftar di indeks saham Kompas100 periode 2014-2017.

1.7.3 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan didalam penelitian ini ada tiga. Pertama, Variabel Bebas (independen) dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)*. Kedua, Variabel Terikat (dependen) yang digunakan didalam penelitian ini yaitu Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share (EPS)*, dan *Earning Response Coefficient (ERC)*.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini memuat uraian isi secara garis besar tentang penelitian ini yang berguna untuk memudahkan dalam memahami pembahasan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum terhadap objek penelitian serta latar belakang penelitian. Fenomena yang menjadi permasalahan dari penelitian ini juga diuraikan didalam bab ini dengan berbagai argumentasi yang ada sehingga layak untuk diteliti. Bab ini juga merumuskan masalah yang ada berlandaskan latar belakang penelitian, serta menjelaskan tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara praktis maupun teoritis, serta sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian terdahulu sebagai acuan dasar dalam penelitian ini. Bab ini juga menguraikan tentang kerangka pemikiran yang menggambarkan masalah penelitian sehingga dapat membantu peneliti dalam menarik kesimpulan. Hipotesis penelitian juga diuraikan didalam bab ini mengingat penelitian ini bersifat kuantitatif dengan perumusan yang tegas, padat, singkat, dan dalam bentuk kalimat yang deklaratif.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan beberapa hal tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil analisis data dan perhitungan secara sistematis. Bab ini juga menjelaskan tentang keadaan perusahaan yang menjadi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis model dan hasil pengujian hipotesis, serta pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti juga memberikan keterbatasan dalam penelitian ini serta saran bagi penelitian selanjutnya.