

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan pasar saham sangatlah pesat. Pasar saham menjadi sesuatu yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, sehingga kinerja perusahaan akan dipengaruhi oleh kinerja pasar modal. Pasar modal merupakan salah satu instrumen pembentukan modal perusahaan. Selain sebagai pembentuk modal perusahaan, pasar modal menjadi indikator kualitas perusahaan melalui harga saham perusahaan.

Saat ini setiap perusahaan terutama perusahaan yang telah *go public* di pasar modal dituntut untuk melakukan keterbukaan. Menurut Sembiring (2003) informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan. Suatu informasi dikatakan informatif jika informasi tersebut dapat mengubah kepercayaan (*belief*) para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Adanya informasi baru selain laporan keuangan akan meningkatkan kepercayaan dikalangan para investor terhadap suatu perusahaan. Saat ini informasi yang banyak mendapat sorotan adalah mengenai pertanggung jawaban sosial perusahaan.

Salah satu informasi dalam laporan keuangan yang direspon investor serta mempengaruhi pengambilan keputusan ekonomi adalah informasi mengenai laba (Boediono, 2005). Laba pada umumnya dipandang sebagai suatu dasar bagi perpajakan, determinan pada kebijakan pembayaran dividen, pedoman investasi, pengambilan keputusan, dan unsur prediksi. Hal ini menunjukkan bahwa laba adalah sesuatu yang paling dipertimbangkan oleh investor untuk mengambil keputusan, apakah akan melakukan investasi atau tidak, apakah akan menjual

saham yang dimilikinya atau tidak, dan apakah akan tetap mempertahankan investasi yang dimilikinya. Menurut Roy chow dhury dan Sletten (2012) menyebut laba yang informatif sebagai keinformatifan laba yang didefinisikan sebagai kemampuan laba dalam periode berjalan yang dapat membantu investor dalam menentukan tingkat pengembalian atau *return* di masa depan.

Penelitian Ball dan Brown (1968) menemukan adanya hubungan yang signifikan antara pengumuman laba perusahaan dengan perubahan harga saham. Ketika perusahaan mengumumkan laba yang mengalami kenaikan, maka akan terjadi kecenderungan perubahan positif pada harga saham dan sebaliknya jika laba mengalami penurunan maka akan terjadi perubahan negatif pada harga saham.

Harga saham merupakan cerminan mekanisme pasar berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran. Harga saham menggambarkan penilaian pasar modal atas kemampuan perusahaan memperoleh pendapatan dari waktu ke waktu, besarnya resiko atas kelangsungan pendapatan dan sekumpulan faktor-faktor lain. Secara umum, harga pasar dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang muncul dari dalam perusahaan dan dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kemampuan manajemen dalam mengelola modal yang ada solvability, kemampuan manajemen dalam mengelola kegiatan operasional perusahaan growth opportuities, maupun kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan profitability. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kurs, inflasi, suku bunga deposito, keadaan ekonomi maupun politik. Faktor internal dan eksternal membentuk kekuatan pasar yang berpengaruh terhadap transaksi saham sehingga harga saham mengalami kemungkinan pergerakan fluktuatif (Perwitasari, 2012).

Beberapa peneliti telah menemukan sebuah koefisien yang digunakan untuk

mengukur kekuatan informasi laba dalam mempengaruhi *return* saham (*informativeness earnings*) yang diukur dengan koefisien respon laba atau yang biasa disebut *Earnings Response Coefficient* (ERC yang merupakan korelasi antara *unexpected earnings* dengan *abnormal return* saham). ERC merupakan koefisien yang digunakan untuk mengukur besarnya *return* saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai variasi hubungan yang berbeda antara laba perusahaan dengan saham Menurut Scott (2009) dalam Pratama, (2017).

Earnings response coefficient mencerminkan tingkat kepercayaan partisipan pasar terhadap kualitas laba yang diumumkan oleh perusahaan dan mewakili perspektif ukuran kualitas laba berdasarkan kinerja pasar. Jika kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin dengan tingginya *earnings response coefficient* yang menunjukkan kualitas laba perusahaan tinggi, demikian sebaliknya (Sayekti dan Wondabio,2007).

Adapun fenomena yang terjadi yaitu Pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk.

Hasil-hasil Operasional Operational Results				
Uraian	2017	2016	2015	Description
Dalam miliar Rupiah (In billion Rupiah)				
Penjualan Neto	29.603	27.063	25.023	Net Sales
Laba Bruto	5.031	5.479	3.993	Gross Profit
Laba Usaha	2.275	3.172	1.728	Profit From Operations
Laba Tahun Berjalan yang dapat Diatribusikan Kepada:				Profit for the Year Attributable to:
Pemilik Entitas Induk	997	2.065	468	Owners of the Parent
Kepentingan Non-pengendali	111	107	56	Non-controlling Interests
	1.108	2.172	524	
Total Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan yang dapat Diatribusikan Kepada:				Total Comprehensive Income for the Year Attributable to:
Pemilik Entitas Induk	929	2.689	857	Owners of the Parent
Kepentingan Non-pengendali	107	115	68	Non-controlling Interests
	1.036	2.804	925	

Laba Per Saham Earning Per Share				
Uralan	2017	2016	2015	Description
Saham Beredar (juta lembar)	11.386	11.390	10.640	Total Outstanding Shares (million shares)
Laba Bersih per Saham (Rp)	88	189	44	Earnings per Share (Rp)
Harga per Saham (akhir periode) (Rp)	1.300	1.455	635	Share Price (End of Period) (Rp)
PER	14,8	7,7	14,4	PER
Nilai Kapitalisasi Pasar (dalam miliar Rupiah)	14.802	16.573	6.757	Market Capitalisation Value (in billion Rupiah)
Nilai Kapitalisasi Pasar (dalam juta ASS)	1.093	1.233	490	Market Capitalisation Value (in USS million)

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) mencatat penurunan drastis laba bersih pada 2017. Laba bersih Japfa turun Rp1,06 triliun atau sekira 51,69%. Melansir keterbukaan informasi yang diterbitkan perseroan di situs Bursa Efek Indonesia (BEI), Jumat (2/3/2018), laba bersih yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk tercatat sebesar Rp997,35 miliar di 2017. Adapun laba bersih di periode yang sama di tahun sebelumnya, mencapai Rp2,06 triliun. Padahal, penjualan perseroan tercatat mengalami peningkatan menjadi Rp29,6 triliun dari sebelumnya Rp27,06 triliun. Akibatnya, laba per saham Rp88 dari sebelumnya Rp189. Di sisi lain, utang perseroan juga tercatat meningkat menjadi Rp11,29 triliun dari sebelumnya Rp9,87 triliun. Utang tersebut, terdiri dari utang jangka pendek sebesar Rp4,76 triliun dan utang jangka panjang sebesar Rp6,52 triliun. (Jakarta, economy.okezone.com)

Suatu informasi dikatakan informatif jika informasi tersebut dapat mengubah kepercayaan (*belief*) para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Adanya informasi baru selain laporan keuangan akan meningkatkan kepercayaan kalangan para investor terhadap suatu perusahaan. Eipstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa pemegang saham individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut

terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. Saat ini informasi yang banyak mendapat sorotan adalah mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* digunakan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Rakhiemah dan Agustia, 2009).

Profitabilitas dapat menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan tergantung berapa besarnya penjualan, penanaman aktiva (investasi) dan penyerapan modal sendiri (*equity*) (Arfan dan Antasari, 2008). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Melati dan Kurnia (2013) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Hal ini juga membuktikan bahwa profitabilitas dapat dipercaya oleh investor untuk pengambilan keputusan dan penanaman modal.

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *Financial leverage* menunjukkan proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasinya (Agus, 2001). Dhaliwal, et al (1991) menunjukkan bahwa *leverage* berhubungan negatif dengan ERC. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi berarti memiliki utang lebih besar dibandingkan modal, dengan demikian jika terjadi peningkatan laba maka yang diuntungkan adalah *debtholders* (Sri dan Nur, 2007). Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi, laba akan mengalir lebih banyak pada kreditur sehingga *good news* pada laba akan diberikan kepada kreditur dibanding pemegang saham. Informasi terhadap pengumuman laba direaksi cepat oleh kreditur, namun direspon negatif oleh pemegang saham karena investor

beranggapan bahwa perusahaan lebih mengutamakan pembayaran hutang dari pada pembayaran dividen.

Menurut Suratno dkk, (2006) kinerja lingkungan atau *environmental performance* adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Patten (2002) mengungkapkan bahwa “*environmental performance is quantified as the company specific amount of toxics released into the environment*”. Dapat diartikan bahwa kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan yang diukur dengan sejauh mana racun yang dilepaskan oleh perusahaan ke lingkungan. Di Indonesia kinerja lingkungan perusahaan dinilai oleh kementerian lingkungan hidup melalui program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup (PROPER) menggunakan warna mulai dari yang terbaik yaitu emas, hijau, biru, merah sampai yang terburuk hitam (<http://www.menhl.go.id>). Melalui program ini, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan ketaatan dalam pengelolaan dan penataan lingkungan, karena hasil dari pemeringkatan ini akan diumumkan kepada publik, sehingga dapat membawa dampak bagi reputasi perusahaan. Melalui ini juga masyarakat akan lebih mudah mengetahui tingkat penataan pengelolaan pada perusahaan (Rakhiemah dan Agustia, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Pranbadari dan Suryanawa (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi kinerja lingkungan akan mempengaruhi reaksi investor, untuk para investor dalam pengambilan keputusan investasi agar menggunakan PROPER sebagai salah satu informasi untuk mempertimbangkan dalam penanaman modal investasi.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Herawaty dan Wijaya (2016) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Keinformatifan Laba Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi”. Dengan mengubah pengukuran Profitabilitas dari ROA menjadi ROE dan periode pengamatan dari 2010-2014 menjadi 2014-2016. Objek penelitian adalah perusahaan sektor

manufaktur *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan konsisten mengikuti program PROPER tahun 2014-2016.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun batasan dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur *go public* yang konsisten mengikuti program PROPER tahun 2014-2016 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap keinformatifan laba dan menggunakan variabel moderasi kinerja lingkungan dan menggunakan kesempatan bertumbuh sebagai variabel kontrol

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi keinformatifan laba?
2. Apakah profitabilitas mempengaruhi keinformatifan laba?
3. Apakah *leverage* mempengaruhi keinformatifan laba?
4. Apakah kinerja lingkungan memoderasi hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dan keinformatifan laba?
5. Apakah kinerja lingkungan memoderasi hubungan profitabilitas dan keinformatifan laba?
6. Apakah kinerja lingkungan memoderasi hubungan leverage dan keinformatifan laba?

1.4 Tujuan Masalah

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis, menguji, mengamati dan mendapatkan bukti empiris bahwa:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap keinformatifan laba
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap keinformatifan laba yang diprosikan terhadap earnings response coefficient
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *leverage* terhadap keinformatifan laba
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kinerja lingkungan memoderasi hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap keinformatifan laba
5. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kinerja lingkungan memoderasi hubungan antara pengungkapan *profitabilitas* terhadap keinformatifan laba
6. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh kinerja lingkungan memoderasi hubungan antara pengungkapan *leverage* terhadap keinformatifan laba

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan sekaligus digunakan sebagai bahan referensi oleh peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian dengan topik sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Memberikan wacana tentang pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, terutama perusahaan manufaktur yang *go public* di Indonesia untuk memperhatikan lingkungan alam di sekitar perusahaan mereka. Dan juga sebagai bahan masukan mengenai informasi tanggung jawab sosial dan beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut, terutama pada perusahaan manufaktur.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini tercantum latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis/peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika yang digunakan dalam hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dalam ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada Bab II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/ rancangan/ model/alat/teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari:

- (1) Jawaban terhadap perumusan masalah dan tujuan penelitian serta hipotesis
- (2) Hal baru yang ditemukan dalam prospek temuan
- (3) Pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan. Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan

penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (objek penelitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN