

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Laporan keuangan dan laporan tahunan merupakan suatu informasi yang wajib dipublikasikan. Informasi yang wajib dipublikasikan tersebut harus dapat menjelaskan kondisi keuangan yang sebenarnya terjadi, sehingga akan bermanfaat bagi masyarakat umum atau pembaca. Informasi yang bermanfaat bagi masyarakat umum yaitu informasi yang relevan atau informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Yang menjadi salah satu indikator suatu informasi akuntansi yang relevan adalah adanya reaksi pemodal pada saat di umumkan suatu informasi yang dapat diamati dari pergerakan harga saham, informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan adalah laba akuntansi (Daud, 2018).

Laba merupakan salah satu informasi penting yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan. Dengan kata lain laba yang dilaporkan memiliki kekuatan respon (*power of respon*). Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin dari tingginya *Earning Response Coefficient* (ERC). Tinggi rendahnya *Earning Response Coefficient* (ERC) tergantung dari informasi yang terdapat atau terkandung dalam laba (Pratama, 2017).

Laba rugi merupakan unsur yang paling penting dalam laporan keuangan, sebab laba digunakan oleh para investor dalam membuat keputusan. Namun, laba sendiri memiliki keterbatasan yang dipengaruhi oleh adanya asumsi perhitungan dan juga kemungkinan untuk memanipulasi yang dilakukan oleh manajemen

perusahaan sehingga dibutuhkan informasi lain yaitu *Earning Response Coefficient* (ERC). *Earning Response Coefficient* merupakan suatu bentuk pengukuran informasi di dalam laba. Informasi laba tersebut telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya dapat digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan, dan juga dapat meningkatkan kemanfaatan keputusan dalam pelaporan keuangan. *Earning Respon Coefficient* (ERC) juga menunjukkan respon pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan yang diamati dari pergerakan harga saham disekitar tanggal publikasi laporan keuangan (Diantimala, 2008).

Menurut Albra (2017) Laba yang berkualitas dapat ditunjukkan dari tingginya reaaaksi pasarketika mrespon informasi laba. *Earning Response Coefficient* adalah ukuran tentang besarnya return pasar sekuritas sebagai respon komponen laba tidak terduga yang dilaporkan perusahaan penerbit saham.

Tabel 1.1

Laba Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur

(Dinyatakah dalam rupiah)

No	Nama Perusahaan	2015	2016	2017	2018
1	DLTA	192.045	254.509	279.772	338.129
2	ICBP	2.923	3.631	3.543	4.658
3	HMSP	10.363	12.762	12,670	13,538
4	SMGR	4.525	4.535	1.650	3.085
5	SMBR	354.180	259.091	146.648	76.074
6	ADES	32.839	55.951	38.242	52.958

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pada tahun 2015 PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA) memperoleh laba sebesar Rp 192.045, kemudian pada

tahun 2016 mengalami kenaikan laba yaitu sebesar Rp 254.509. Kenaikan laba juga terjadi pada tahun berikutnya yaitu sebesar Rp 279.772 dan kembali naik ditahun 2018 sebesar Rp 338.129. Selanjutnya pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memperoleh laba sebesar Rp 2.923 di tahun 2015, dan di tahun 2016 mengalami kenaikan laba sebesar Rp 3.631. Pada tahun 2017 laba yang dihasilkan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mengalami penurunan menjadi sebesar Rp 3.543 dan berhasil naik kembali pada tahun berikutnya sebesar Rp 4.658. Pada PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) juga mengalami kenaikan dari tahun 2015 ke tahun 2016 yaitu kenaikan laba dari Rp 10.363 menjadi Rp 12.762. Tren kenaikan laba PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) tidak terjadi pada tahun 2017 yaitu laba sebesar Rp 12.670 dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar Rp 13.538.

Pada tahun 2015 PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR) mendapatkan laba sebesar Rp 4.525 dan mengalami kenaikan laba pada tahun 2016 sebesar Rp 4.535. Pada tahun 2017 laba yang dihasilkan oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR) turun drastis di angka Rp 1.650 dan kembali merangkak naik sebesar Rp 3.085 di tahun 2018. PT Semen Baturaja (Persero) Tbk (SMBR) memperoleh laba sebesar Rp 354.180, kemudian di tahun 2016 mengalami penurunan laba sebesar Rp 259.091. Tren penurunan kembali terjadi di tahun 2017 dan 2018 sebesar Rp 146.648 ditahun 2017 dan 76.074 di tahun 2018. Pada tahun 2015 PT Akasha Wira International Tbk (ADES) memperoleh laba bersih sebesar Rp 32.839 lebih rendah daripada tahun 2016 yaitu sebesar Rp

55.951. Pada tahun 2017 kembali turun di angka Rp 38.242 dan berhasil naik lagi pada tahun 2018 sebesar Rp 52.958.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi *Earning Response Coefficient*. Melihat banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi *Earning Response Coefficient*, dalam penelitian ini hanya akan membahas empat faktor yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*, *Timeliness*, *debt to equity ratio* dan *voluntary disclosure*. Faktor pertama yang berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, karena pada intinya tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikatakan bahwa komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Perusahaan harus melakukan internalisasi biaya terhadap kepentingan masyarakat di sekitar perusahaan, pencegahan pencemaran lingkungan dan memperhatikan aspek etis dalam mengembangkan usaha.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Mosa (2019) ditemukan hasil bahwa *corporate social responsibility* dan *Timeliness* berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*, sedangkan *debt to equity ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2016) menunjukkan hasil bahwa *corporate social responsibility* dan persistensi laba tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, sedangkan leverage berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*.

Penelitian yang dilakukan oleh Restuti (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Penelitian yang dilakukan Kurnia Intan (2019) menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2017) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *earning response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Nasibah (2019) menunjukkan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*, variabel kontrol PBV berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*, dan variabel kontrol ROA tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*.

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* adalah *Timeliness*. Ketepatan waktu (*Timeliness*) adalah suatu elemen kunci dalam menyajikan informasi yang relevan. Informasi yang terkait yaitu informasi yang memiliki suatu nilai prediksi, nilai umpan balik (*feedback value*) dan informasi untuk mendapatkan keputusan dengan memiliki ketepatan waktu sebelum suatu informasi yang mengenai kapasitas diperlukan untuk pengambilan keputusan harus diperoleh secara tepat.

Untuk memenuhi karakteristik kualitatif laporan keuangan yang baik maka diperlukan *Timeliness* atau ketepatan waktu pelaporan keuangan. *Timeliness*

juga digunakan oleh para pembuat keputusan untuk menilai apakah laporan tersebut memiliki kredibilitas yang baik. Jika suatu perusahaan melaporkan laporan keuangan tidak tepat waktu maka persepsi pengguna informasi terkait informasi yang terkandung dalam laporan keuangan tersebut adalah informasi yang mengandung *noise* (gangguan).

Penelitian yang dilakukan Fauzan (2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *earning response coefficient*, sedangkan *Timeliness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap *earning response coefficient*. Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* adalah *Debt to equity ratio*. *Debt to equity ratio* merupakan total nilai hutang perusahaan pada akhir periode dibagi dengan total modal sendiri perusahaan pada akhir periode. *Debt to equity ratio* ini merupakan salah satu ukuran yang paling mendasar dalam keuangan perusahaan dan juga merupakan pengujian yang baik bagi kekuatan keuangan perusahaan. Tujuan dari rasio ini adalah untuk mengukur bauran dana dalam neraca dan membuat perbandingan antara dana yang diberikan oleh pemilik (ekuitas) dan dana yang dipinjam. Apabila rasio ini buruk, maka perusahaan akan memiliki masalah riil jangka panjang, salah satunya dapat menyebabkan kebangkrutan (Walsh, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2015) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*, *Debt to equity ratio* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* dan *Unexpected Earning* berpengaruh positif signifikan terhadap *Earning Response coefficient*.

Faktor keempat yang berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* adalah *Voluntary Disclosure*. Luas pengungkapan sukarela telah mengalami suatu kemajuan dari waktu ke waktu yang dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi, sosial budaya suatu negara, teknologi informasi, kepemilikan perusahaan dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh suatu peraturan, yaitu perusahaan bebas memilih jenis-jenis informasi yang akan diungkapkan dan yang dapat mendukung dalam pengambilan suatu keputusan perusahaan. Dalam membuat indeks kelengkapan dan luas pengungkapan dibutuhkan oleh adanya suatu instrumen yang dapat mencerminkan informasi-informasi yang diinginkan secara detail pada masing-masing item laporan keuangan yang telah ditentukan. Penelitian yang dilakukan Albra (2017) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Earning Response Coefficient* dan *Voluntary Disclosure* berpengaruh signifikan terhadap *Earning Response Coefficient*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Mosa (2019) yang melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficient* dengan objek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mosa (2019) adalah pertama, ada penambahan satu variabel independen *voluntary disclosure*. *Voluntary disclosure* dimungkinkan dapat mempengaruhi *Earning Response Coefficient* karena Luas pengungkapan sukarela

telah mengalami suatu kemajuan dari waktu ke waktu, pengungkapan sukarela bisa menjadi poin plus bagi perusahaan karena bisa menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, jika hal ini bisa berjalan baik maka dapat meningkatkan modal perusahaan sehingga dimungkinkan dapat berpengaruh terhadap laba dan *Earning Response Coefficient*. Perbedaan kedua yaitu penelitian ini menambahkan periode tahun sampel perusahaan penelitian. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 5 tahun yakni tahun 2015-2019, sedangkan penelitian sebelumnya hanya 3 tahun dari tahun 2015 -2017. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berskala besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga dapat melakukan perbandingan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain. Penambahan tahun pengamatan dilakukan agar diperoleh data yang lebih akurat dari penelitian sebelumnya.

Adanya perbedaan pendapat antar peneliti dan faktor-faktor yang mempengaruhi *Earning Response Coefficient* tersebut, maka menimbulkan fenomena dan mendorong peneliti untuk meneliti ulang dengan judul :
“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, TIMELINESS, DEBT TO EQUITY RATIO, VOLUNTARY DISCLOSURE TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019).”

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan yang dipilih pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Peneliti hanya berfokus pada pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, *Timeliness*, *debt to equity ratio*, dan *voluntary disclosure* terhadap *earning response coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
2. Bagaimanakah pengaruh *Timeliness* terhadap *earning response coefficient* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
3. Bagaimanakah pengaruh *debt to equity ratio* terhadap *earning response coefficient* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
4. Bagaimanakah pengaruh *voluntary disclosure* terhadap *earning response coefficient* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient*.
2. Untuk menguji pengaruh *Timeliness* terhadap *earning response coefficient*.
3. Untuk menguji pengaruh *debt to equity ratio* terhadap *earning response coefficient*.
4. Untuk menguji pengaruh *voluntary disclosure* terhadap *earning response coefficient*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi yang bermanfaat kepada manajer perusahaan pada sektor manufaktur tentang *Earning Response Coefficient* sehingga dapat digunakan sebagai bahan masukan perusahaan agar dapat mengambil langkah dan menghasilkan keputusan yang tepat guna persiapan dan perbaikan demi kemajuan perusahaan tersebut dan menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk menyediakan laporan keuangan secara jelas.

2. Bagi Investor atau Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi investor maupun calon investor untuk mengantisipasi risiko yang kemungkinan akan dialami pada perusahaan tersebut, sehingga dapat digunakan sebagai

tambahan pertimbangan dalam melakukan investasi saham dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *Earning Response Coefficient*.

3. Bagi Dunia Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan referensi dan dapat memberikan pengetahuan pihak akademisi terkait *Earning Response Coefficient*.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan bahan bacaan yang bermanfaat terutama tentang *Earning Response Coefficient*.

