

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia ekonomi dan usaha berkembang dengan sangat pesat sejak awal tahun 1980-an. Hal ini ditunjang oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat yang memudahkan komunikasi dan transfer informasi antara pelaku bisnis. Kemajuan teknologi inilah yang melahirkan era globalisasi yang memicu semakin meningkatnya kondisi yang sangat kompetitif dalam dunia usaha, yang mana menuntut setiap pihak yang terlibat harus dapat menjaga keberlangsungannya (*sustainability*).

Salah satu hal yang mendasar mengenai keberlangsungan perusahaan adalah adanya pengakuan dan penerimaan masyarakat akan kehadiran perusahaan tersebut. Selama beberapa dekade, masyarakat menerima eksistensi perusahaan berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan, harga yang ditetapkan akan produk tersebut, serta pertumbuhan perusahaan yang bersangkutan. Pada awal 1960-an di Amerika Serikat dan pada awal 1970-an di Eropa, tepatnya Prancis, publik mulai menuntut sesuatu yang lebih dari sekedar kualitas, yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosialnya.

Untuk mencapai keberlangsungan hidup suatu perusahaan, lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan suatu konsep yang terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan

selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *Stakeholders*, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Media Akuntansi, Juli 2005).

Oleh karena semakin tingginya tuntutan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, maka beberapa perusahaan telah mencoba membuat kebijakan menyangkut akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholders*, khususnya masyarakat dan lingkungan hidup. Salah satu cara perusahaan menunjukkan akuntabilitas kepada *stakeholders*-nya adalah dengan memanfaatkan laporan tahunan perusahaan sebagai media untuk mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya.

Perusahaan yang mengedepankan *sustainability* tentu akan menerjemahkan prinsip *sustainability* ke dalam strategi dan operasi perusahaan. Setelah setiap aspek dari perusahaan dipastikan telah dijiwai oleh prinsip *sustainability*, perusahaan juga harus mengkomunikasikan hal tersebut kepada para *stakeholder*-nya, khususnya kepada para investor dalam bentuk pelaporan yang mencakup tiga aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Bentuk pelaporan ini kemudian dikenal dengan istilah *triple bottom line reporting* (Pinnarwan, 2000: 44-45).

Di Indonesia, upaya pelaksanaan tata kelola suatu bisnis yang lebih memperhatikan kebutuhan dari para *stakeholder*, dimana pertanggungjawaban difokuskan pada isu – isu sosial (*social*), etika (*Ethical*), dan lingkungan (*Environment*) atau *SEE Issues* mulai ada. Hal ini terbukti dari diadakannya dari sebuah *event* akbar pada bulan Juni 2005. Pada waktu itu, Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) menyelenggarakan sebuah

event, yang dikenal sebagai *Indonesia Sustainability Reporting Awards (ISRA)*. Sebuah *award* yang ditujukan untuk korporat yang menerapkan *Sustainability Reporting (SR)* dengan baik. Adapun indikator penilaian meliputi kelengkapan (40%), kredibilitas (35%), dan komunikasi (25%) dari laporan perusahaan. *Sustainability Reporting* sendiri adalah laporan yang memuat kinerja ekonomi, lingkungan dan tanggung jawab sosial korporat. *Sustainability Reporting* merupakan hal baru di Indonesia, untuk itu perlu diperkenalkan kepada masyarakat dan dikembangkan dengan terus melakukan penelitian.

Program tahunan ini bertujuan untuk memotivasi dan memacu pelaporan kinerja keberlanjutan (*Sustainability*) oleh perusahaan – perusahaan yang ada di Indonesia. Sebagai penyelenggara, IAI-KAM menyakini bahwa penganugerahan bagi pelaporan kinerja *Sustainability* sangat penting untuk meningkatkan kinerja itu sendiri. Pelaporan akan memicu pembelajaran, penetapan, dan pencapaian target serta membangun akuntabilitas, transparansi, dan mendorong keterlibatan seluruh pemangku kepentingan

Adapun manfaat dari diadakannya ISRA ini menurut ketua dewan juri ISRA 2005 (Antonius Alijoyo) adalah akan meningkatkan reputasi dari perusahaan dan perusahaan bisa mengkomunikasikan apa saja yang sudah dan sedang dikerjakan perusahaan untuk memberi nilai tambah untuk sosial dan lingkungannya.

Dengan semakin digalakkannya pengungkapan *Sustainability Reporting*, diharapkan dapat menjadi salah satu alat ukur yang digunakan dalam menilai kinerja perusahaan yang mana selama ini, *Corporate Financial Performance* masih

merupakan alat ukur yang dominan yang digunakan *Stakeholders* dalam menilai kinerja perusahaan. *Corporate Financial Performance* yang tertuang dalam laporan keuangan perusahaan menjadi sesuatu yang sangat mendominasi dan pada umumnya dijadikan *Stakeholder* sebagai dasar atau bahan pengambilan keputusan dalam melakukan investasi.

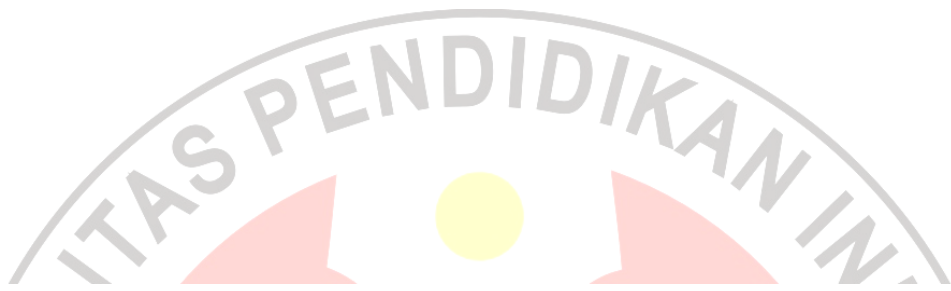
Salah satu alat ukur yang masih dominan digunakan oleh investor dalam menilai perusahaan adalah melalui pergerakan saham. Saham masih dianggap sebagai indikator penting dalam mempelajari pasar. Harga saham dari suatu perusahaan merupakan cerminan dari kinerja dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan tentu saja berharap agar harga sahamnya yang mana dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan berada dalam posisi stabil. Perusahaan akan mengupayakan agar harga sahamnya stabil dan tidak terjadi penurunan dari sisi harga. Salah satu upaya perusahaan untuk menjaga kestabilan harga adalah dengan memberikan sesuatu yang positif, yang mana para investor di pasar modal akan meresponnya dengan baik.

Harga saham yang sangat fluktuatif merupakan suatu gambaran bagaimana ketidakpastian begitu nyata dalam pasar modal. Harga saham yang tidak pasti dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah informasi. Informasi seringkali digunakan oleh investor dalam melakukan investasi. Apabila suatu informasi dianggap dapat mempengaruhi pergerakan saham, maka informasi tersebut akan direspon oleh investor secara positif. Oleh karena itu, pemilihan

informasi yang dapat mempengaruhi harga saham haruslah disajikan oleh perusahaan sehingga dapat menjaga kestabilan dari pergerakan harga saham dari perusahaan itu sendiri.

Investor dalam keputusan berinvestasi tentu saja selalu mengharapkan keuntungan dalam setiap tindakan investasinya. Keuntungan yang diharapkan tentu saja proporsional dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Namun dalam prakteknya, hal tersebut tidaklah selalu demikian. Seringkali investor dihadapkan pada keadaan dimana return yang diharapkan tidak sesuai dengan return yang sesungguhnya.

Penelitian mengenai reaksi investor dalam merespon suatu informasi sudah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Salah satunya dilakukan oleh Sukmawati pada tahun 2003, yang meneliti pengaruh praktek pengungkapan sosial terhadap reaksi investor yang tercermin dalam volume perdagangan dan harga saham. Sampel perusahaan yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile*, sebanyak 30 perusahaan. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa indeks pengungkapan sosial berpengaruh nyata terhadap reaksi investor. Selain itu pada tahun 2005 Samsu rizal juga melakukan penelitian pengaruh luas pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap harga dan volume perdagangan saham yang mana menunjukkan bahwa pengungkapan sosial berpengaruh signifikan terhadap harga saham.



ERROR: ioerror
OFFENDING COMMAND: image

STACK: