

PENGARUH *ENVIRONMENTAL DISCLOSURE* TERHADAP *EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC)*

(Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Kimia dan Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013)

Oleh :

Nurul Istiqomah

Dosen pembimbing :

Ulfi Kartika Oktaviana, SE.,M.Ec., Ak., CA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *environmental disclosure* dalam laporan tahunan perusahaan terhadap nilai *earning response coefficient (ERC)*. Hipotesa dalam penelitian ini memprediksi pengungkapan lingkungan memiliki pengaruh terhadap nilai ERC.

Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 40 perusahaan dari sektor tambang dan sektor dasar kimia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012 dan 2013. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan metode regresi linier sederhana.

Penelitian ini menemukan bahwa luas *environmental disclosure* perusahaan berpengaruh positif terhadap ERC. Artinya, semakin besar luas pengungkapan tanggung jawab lingkungan perusahaan maka ERC perusahaan akan semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa investor dapat mempertimbangkan informasi tanggung jawab lingkungan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan berinvestasi selain informasi laba. Pengujian ini sesuai dengan hipotesis penelitian.

Kata kunci : *Environmental Disclosure, Earning Response Coefficient (ERC)*

1. PENDAHULUAN

Syafrudin (2004) mengatakan bahwa investor merespon secara berbeda terhadap informasi laba akuntansi sesuai dengan kredibilitas atau kualitas informasi laba

akuntansi tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan memiliki kekuatan respon (*power of response*). Respon pasar terhadap informasi laba dapat dilihat dari besarnya *Earnings Response Coefficient* (Wulandari dan Wirajaya, 2014:356). Laba yang berkualitas dapat ditunjukkan dari tingginya ketika pasar merespon informasi laba (Jang, Sugiarto, dan Siagian, 2007). *Earnings response coefficient* (ERC) didefinisikan sebagai ukuran tentang besarnya return pasar sekuritas sebagai respon komponen laba tidak terduga yang dilaporkan perusahaan penerbit saham (Scott, 2000:152). Nilai *earnings response coefficient* diprediksi akan semakin tinggi dalam merespon kabar baik yang dilaporkan perusahaan atau kabar buruk yang tercermin dalam laba saat ini untuk memprediksi laba di masa depan (Scott, 2000: 153) dalam (Untari dan Budiasih, 2014:2).

Permasalahan lingkungan juga semakin menjadi perhatian yang serius, baik oleh konsumen, investor maupun pemerintah. Investor asing memiliki kecenderungan mempersoalkan masalah pengadaan bahan baku dan proses produksi yang terhindar dari munculnya permasalahan lingkungan, seperti : kerusakan tanah, rusaknya ekosistem, polusi air, polusi udara dan polusi suara. Kurnia dan Anis, (2013:1) menyatakan bahwa kemungkinan terjadinya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Perusahaan perlu mengungkapkan informasi lingkungan hidup untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup (Ahmad dan Sulaiman, 2004). *Image* ini membawa pengaruh yang positif pada investor dan *stakeholder* lain. Eipstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi lingkungan hidup dalam laporan tahunan.

Penelitian sebelumnya banyak yang meneliti tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *earning response coefficient* (ERC), dan belum adanya penelitian tentang pengaruh *environmental disclosure* terhadap

earning response coefficient (ERC). Penelitian dari Sayekti dan Wondabio (2007) dengan objek penelitian pada perusahaan yang terdaftar di BEJ tahun 2005 yang memberikan hasil tingkat pengungkapan informasi *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*. Kartadjumena (2010) dengan objek pada perusahaan manufaktur di BEI 2008-2009, memberikan hasil bahwa secara simultan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh pada *earning response coefficient* dan sebaliknya hasil secara parsial menunjukkan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif pada *earning response coefficient*. Pradipta dan Purwaningsih (2012) dengan objek pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2010, penelitian ini menemukan bahwa luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Wulandari dan Wirajaya (2014) dengan objek penelitian pada perusahaan yang terdaftar di BEI secara berturut-turut tahun 2011-2012 yang menemukan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Environmental Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)” (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Kimia dan Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013)** yang memprediksi bahwa *environmental disclosure* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient* (ERC).

2. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan teori legitimasi dijelaskan bahwa perusahaan harus dipandang *legitimate* agar perusahaan dapat hidup berkelanjutan. Perusahaan yang *legitimate* berarti sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat. Salah satu harapan masyarakat adalah fokus perusahaan pada tanggung jawab lingkungan, sehingga diperlukan suatu tata kelola perusahaan yang baik untuk mencapai hal tersebut. Ketika perusahaan melakukan tanggung jawab lingkungan, perusahaan juga akan

melakukan *environmental disclosure*, karena sebagai bentuk pengkomunikasian dari perusahaan kepada masyarakat serta sinyal positif dari masyarakat *dalam* Pratama dan Rahardja, (2013: 3).

Disisi lain perilaku investor dalam menyikapi perubahan harga saham dipengaruhi oleh sinyal dalam bentuk informasi yang diberikan pihak pemilik informasi (Spence, 1973). Teori sinyal menjelaskan manajer memiliki insentif secara sukarela melaporkan informasi kepada pasar (Astika, 2011:77). Dalam laporan tahunan perusahaan, pengungkapan informasi mencerminkan proksi informasi publik yang dimiliki investor (Rahayu, 2008). Informasi tentang pengungkapan *corporate response coefficient* merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena *corporate response coefficient* terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang.

Menurut Suaryana dan Febriana (2012: 5-6) teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen. Salah satu biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat adalah biaya-biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan).

Penelitian sebelumnya yang telah meneliti bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *earning response coefficient* (ERC) menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*. Kartadjudena, (2010) memberikan hasil *corporate social responsibility disclosure* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *earning response coefficient* (ERC). Hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian Jayanti (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai *earning response coefficient*. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh

Daud dan Syarifudin (2008) yang menunjukkan hasil bahwa secara parsial pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukirman dan Meiden (2012) yang tidak berhasil mengkonfirmasi bahwa pengungkapan informasi *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*. Begitu juga penelitian dari Utaminingtyas dan Ahalik (2010) yang menemukan hasil berbeda, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba.

Secara umum, hasil-hasil penelitian empiris di atas mengindikasikan adanya apresiasi pasar terhadap informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunannya. Namun demikian, pengaruh *environmental disclosure* terhadap *earning response coefficient* belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan Daud dan Syarifudin (2008), Sukirman dan Meiden (2012), serta Utaminingtyas dan Ahalik (2010), yang menunjukkan hasil pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan koefisien respon laba. Asumsinya adalah investor berfikir jangka panjang mengenai tanggung jawab lingkungan perusahaan karena menurut mereka lebih baik memperoleh *return* sedikit tetapi konsisten dalam waktu jangka panjang daripada *return* banyak yang belum pasti selalu konsisten di masa yang akan datang. Maka hipotesis utama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis: *environmental disclosure* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient* (ERC).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi kasus dengan populasi penelitian yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan sektor industri dasar kimia dan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2 tahun berturut-turut yakni tahun 2012-2013. Dengan kriteria pengambilan sampel yakni: 1) Perusahaan manufaktur dan pertambangan pada tahun 2012-2013 telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). 2) Tidak

memperoleh penghargaan PROPER di tahun 2012-2013 dari Kementerian Lingkungan Hidup. 3) Perusahaan pertambangan dan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak menggunakan mata uang asing dalam laporan keuangannya. Sehingga memperoleh 40 perusahaan sampel, yakni 27 dari perusahaan sektor industri dasar kimia dan 13 dari perusahaan pertambangan dengan menggunakan metode penelitian regresi sederhana.

3.1 Variabel Penelitian

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *earning reponse coefficient* (ERC) dan variabel dependen yang digunakan adalah *corporate social responsibility*. Sedangkan variabel moderating yang digunakan adalah pertumbuhan (*growth*) dan leverage.

a. *Earning reponse coefficient* (ERC)

Earnings response coefficient diperoleh dari regresi antara *cummulative abnormal return* (CAR) sebagai proksi harga saham dan *unexpected earnings* (UE) sebagai proksi laba akuntansi yang digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar atau respon harga saham terhadap informasi laba. Dengan demikian untuk menghitung ERC diperlukan beberapa langkah, yaitu

1) Menghitung nilai *cummulative abnormal return* (CAR)

Cummulative abnormal return (CAR) dihitung menggunakan model perhitungan kumulatif laba abnormal. Berikut menghitung *abnormal return* (AR_{it}) dapat dihitung dengan cara:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Dimana:

AR_{it} : *Abnormal return* untuk perusahaan i pada hari ke-t.

R_{it} : *Return* harian perusahaan i pada hari ke-t.

R_m : *Return* indeks pasar pada hari ke-t.

P_{it} : Harga saham perusahaan i pada waktu t.

P_{it-1} : Harga saham perusahaan I pada waktu t-1.

IHSG_t : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t.

IHSG_{t-1} : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1.

2) Menghitung nilai *unexpected earnings* (UE).

Unexpected earnings (UE) merupakan proksi laba akuntansi yang menunjukkan hasil kinerja perusahaan selama periode tertentu. Berikut menghitung UE dapat dilakukan dengan rumus :

$$UE = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{E_{it-1}}$$

Sumber : Hidayati dan Murni, 2009.

Dimana:

UE = *Unexpected earnings* perusahaan i pada periode t

E_{it} = Laba bersih perusahaan i pada periode t

E_{it-1} = Laba bersih perusahaan i pada periode t-1

Setelah nilai CAR dan UE diperoleh maka model regresi linier yang digunakan untuk menentukan *earnings response coefficients* (ERC) dapat dirumuskan sebagai berikut (Chaney dan Jeter:1991) dalam Jayanti (2012: 5):

$$CAR_{it} = \beta_0 + \beta_1 UE_{it} + e$$

Sumber : Jayanti, 2012: 5

Dimana:

CAR_{it} = Akumulasi abnormal return dari masing-masing perusahaan

UE_{it} = Laba kejutan untuk perusahaan i pada pengumuman laba

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien respon laba (ERC)

e = Komponen *error* dalam model atas perusahaan i

b. *Environmental disclosure*

Pendekatan untuk menghitung *environmental disclosure* pada dasarnya mengacu pada indikator kinerja lingkungan yang terdapat di *Global Reporting*

Inititive (GRI), Pengukuran ini dilakukan dengan mencocokkan item pada *check list* dengan item yang diungkapkan perusahaan.

Nilai 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item.

Nilai 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item.

Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. atau dapat dirumuskan:

$$CED = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan Perusahaan}}{\text{Jumlah Item pengungkapan lingkungan GRI}}$$

Sumber : 'Amal (2011:57)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Nilai *environmental disclosure* sebesar 0,2361. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan sampel *environmental disclosure* dalam *annual report* perusahaan sebesar 23% atau sekitar 7 item dari jumlah 30 item yang diukur. Nilai maksimum sebesar 0,67 atau 67% *environmental disclosure* dalam *annual report* perusahaan sampel. Nilai minimum sebesar 0,03 atau 3% atau sekitar 1 item dari 30 item yang diukur *environmental disclosure* dalam *annual report* perusahaan sampel. Sedangkan variabel *earning response coefficient* memiliki nilai rata-rata 0,0921. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan sampel mempunyai reaksi pasar terhadap laba sebesar 9% dari total laba yang telah diungkapkan dalam *annual report*. Nilai maksimum *earning response coefficient* perusahaan sampel adalah sebesar 0,15 atau 15%. Nilai minimum *earning response coefficient* perusahaan sampel adalah 0,01 atau 1%.

4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Hasil pengujian data penelitian diketahui besarnya *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,072 diatas tingkat signifikansi 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

4.2.2. Uji Multikolinieritas

Hasil perhitungan pengujian VIF menunjukkan bahwa variabel independen tersebut nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas.

4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heteroskedastisitas, artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

4.2.4. Uji Autokorelasi

Karena DW terletak antara dU dan $(4-dU) = 1.540 < 1.6620 < 2.338$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

4.3. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta x \text{ atau } \text{erc} = 0,085 + 0,032x$$

4.4. Pengujian Hipotesis

4.4.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,215 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari output tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,046, yang mempunyai pengertian bahwa pengaruh variabel independen (*environmental disclosure*) terhadap variabel independen (*earning response coefficient*) adalah sebesar 4,6%, sedangkan sisanya 95,4% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

4.4.2. Uji Statistik F

Uji statistik f untuk menjelaskan apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel *environmental disclosure* (X) terhadap variabel *earning response coefficient* (Y). Dari output tersebut terlihat bahwa F hitung $> F$ tabel ($3,785 > 2,77$)

dengan tingkat signifikansi $<$ probabilitas ($0,055 < 0,10$) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *earning response coefficient* (Y)

4.4.3. Uji Statistik *T*

Berdasarkan hasil uji statistik *t* dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *environmental disclosure* dikatakan signifikan apabila nilai probabilitas tersebut kurang dari 0,10.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Pengaruh *Environmental Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient*

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesa memberikan hasil bahwa variabel *environmental disclosure* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel *earning response coefficient* (Y). Artinya, *environmental disclosure* mempengaruhi *earning response coefficient*. Nilai *t* hitung yang menunjukkan nilai positif, berarti bahwa semakin tinggi atau semakin positif nilai yang dihasilkan maka semakin tinggi pula tingkat respon pasar terhadap laba yang diungkapkan dalam *annual report*.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *environmental disclosure* perusahaan berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*. Artinya, semakin besar *environmental disclosure* perusahaan maka *earning response coefficient* perusahaan akan semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa investor dapat mempertimbangkan informasi tanggung jawab lingkungan perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan berinvestasi selain informasi laba. Mereka berasumsi bahwa perusahaan yang mengeluarkan *environmental disclosure* akan memberikan manfaat dimasa yang akan datang, karena perusahaan tidak hanya mementingkan laba, tetapi juga mementingkan kesejahteraan masyarakat dan alam. Investor juga berfikir dalam waktu jangka panjang mengenai tanggung jawab lingkungan perusahaan karena menurut mereka lebih baik memperoleh *return* sedikit tetapi konsisten dalam waktu jangka panjang daripada *return* banyak yang belum pasti selalu konsisten di masa yang akan datang.