

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu jenis sekuritas yang paling diminati oleh para investor di pasar modal adalah sekuritas saham. Investor tertarik menginvestasikan dananya dalam bentuk saham karena menjanjikan tingkat keuntungan yang lebih tinggi baik dalam bentuk dividen maupun *capital gain*. Akan tetapi investasi dalam bentuk saham juga mempunyai resiko yang tinggi sesuai dengan prinsip investasi (yaitu *low risk low return, high risk high return*). Investor akan memilih saham perusahaan yang layak untuk dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Investor yang rasional akan mempertimbangkan dua hal yaitu pendapatan yang diharapkan (*expected return*) dan resiko (*risk*) yang terkandung dalam alternatif investasi yang dilakukan.

Dalam melakukan investasi di pasar modal dibutuhkan informasi aktual, akurat, dan transparan. Informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan investasinya. Informasi yang diperlukan para investor di pasar modal tidak hanya informasi yang bersifat fundamental saja, tetapi juga informasi yang bersifat teknikal. Informasi yang bersifat fundamental diperoleh dari kondisi internal perusahaan, dan informasi yang bersifat teknikal diperoleh dari luar perusahaan seperti ekonomi, politik, dan faktor lainnya. Informasi yang diperoleh dari kondisi intern perusahaan yang lazim digunakan adalah berupa

informasi laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Informasi yang bersifat fundamental maupun teknikal tersebut dapat digunakan sebagai dasar bagi investor untuk memprediksi *return*, resiko atau ketidakpastian, jumlah, waktu, dan faktor lain yang berhubungan dengan aktivitas investasi di pasar modal. Untuk mencapai laba yang maksimal, perusahaan memerlukan hubungan baik yang saling menguntungkan dengan yang lainnya untuk mencapai tujuannya. Hubungan yang dimaksud diantaranya adalah hubungan dengan lingkungan sosial serta lingkungan alam.

Tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham biasa perusahaan. Harga saham perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Menurut Brigham dan Houston (2011) faktor internal berasal dari dalam perusahaan seperti laba per lembar saham (*Earning per Share/ EPS*), tingkat bunga, jumlah kas dividen yang diberikan, jumlah laba yang didapat perusahaan, tingkat risiko dan pengembalian, dan strategi pemasaran. Faktor eksternal yang memengaruhi harga saham diantaranya tingkat kegiatan perekonomian pada umumnya dan keadaan bursa saham. Sedangkan menurut Sunariyah (2011) faktor yang memengaruhi harga saham berkaitan dengan pengumuman-pengumuman yang dibuat perusahaan, baik itu berupa pengumuman kebijakan finansial perusahaan, kegiatan operasi perusahaan, maupun pengumuman mengenai pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Aspek kepercayaan dari investor merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam pasar modal. Oleh sebab itu, suatu pengungkapan akan ditanggapi oleh investor dengan beragam. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diharapkan mampu memberikan signal dan dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh pelaku pasar sehingga dapat memaksimalkan profit dalam jangka panjang. Suatu informasi dapat dikatakan mempunyai nilai guna bagi investor apabila informasi tersebut memberikan reaksi untuk melakukan transaksi di pasar modal.

Investor 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 (Sayekti, 2007).

Penelitian yang dilakukan oleh Hill,*et al*(2010), dalam jangka panjang perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR mengalami kenaikan harga saham yang signifikan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR, oleh karena itu perusahaan perusahaan dapat menggunakan informasi sosial sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan.

Ghoul, *et al*(2011), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman

untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

Menurut Donato dan Maria (2012), informasi mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi harga saham perusahaan sehingga para investor menjadikan informasi kinerja perusahaan dalam bidang sosial sebagai salah satu bahan pertimbangan untuk melakukan investasi pada saham perusahaan yang bersangkutan.

Pelaksanaan CSR dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan pengaruh dan citra perusahaan, meningkatkan kemampuan untuk menarik memotivasi dan mempertahankan karyawan, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan daya tarik bagi investor dan analis keuangan (Kotler, *et al* 2012).

Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan agar lebih memfokuskan perhatiannya pada upaya untuk menciptakan kelestarian lingkungan dan sosialnya disamping menghasilkan produk yang berkualitas, sebab perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan serta sosial, dimana perusahaan tersebut berdiri. Bahkan masalah lingkungan ikut mempengaruhi persaingan bisnis baik nasional maupun internasional dan menjadi salah satu faktor penentu produk tersebut layak atau tidak dijual ke seluruh dunia. Oleh karena itu perusahaan harus serius dan terbuka memperhatikan kinerjanya terutama kinerja sosial.

Kegagalan untuk memenuhi harapan meningkatnya masyarakat global dapat membahayakan citra merek global dan reputasi, oleh karena itu eksekutif memerlukan pemahaman lebih dalam tentang peran CSR. Kegiatan CSR sebagian besar dilakukan berfokus pada *stakeholder*, yang berada diluar batas perusahaan. Dengan demikian, kegiatan CSR pada umumnya, meningkatkan visibilitas perusahaan, penyebaran *goodwill* dan reputasi untuk berbagi konstituen. Strategi aktivitas CSR yang didasarkan pada hubungan jangka panjang dengan masyarakat cenderung untuk mencapai pihak terkait dan memiliki dampak positif pada masyarakat (Pustikaningsih, 2011).

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan dari perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan (Balabanis, *et al* 1998).

Pendapat yang serupa juga dikemukakan oleh Latifah,*et al*(2011), bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* saat ini makin banyak memperoleh perhatian, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Survei global yang dilakukan oleh KPMG International pada 2013 terhadap 4100 perusahaan besar yang tersebar di 41 negara (termasuk Indonesia) dengan komposisi 100 perusahaan besar tiap negara menunjukkan

bahwa 71% perusahaan besar diseluruh dunia melaporkan tanggung jawab sosial perusahaanya, naik 7% dari tahun 2011 yang hanya 65%. Dalam survei tersebut, pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan Indonesia pada tahun 2013 mencapai 95%, hal ini menunjukkan besarnya perhatian perusahaan Indonesia terhadap tanggung jawab sosialnya.

Pelaksanaan program CSR sendiri mulai berkembang pesat pada periode 1970-1980, perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan program CSR pada periode tersebut mulai mencari model CSR yang dapat mengukur dampak pelaksanaan CSR oleh perusahaan terhadap masyarakat serta sejauh mana pelaksanaan CSR sebagai suatu investasi sosial memberikan kontribusi bagi peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Solihin, 2009)

Berbagai penelitian yang terkait tentang hubungan aktivitas sosial perusahaan dengan *stock return* menunjukkan adanya hasil yang beragam. Brammer, *et al* (2006), menginvestigasi hubungan antara CSP dan kinerja keuangan yang diukur dengan *stock return*, dimana *enviroment* dan *employment* berkorelasi negatif dengan *stock return*, sedangkan *community* berkorelasi positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Syriopoulos (2007), meneliti tentang CSR dan efeknya pada *shareholder* di Yunani. Hasil penelitian ini adalah perusahaan yang menerapkan CSR cenderung memiliki manajemen yang efisien dan tidak hanya memperhatikan keuntungan.

Wang (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa melakukan CSR memiliki dampak signifikan positif terhadap kinerja saham. Implikasinya adalah bahwa pelaksanaan CSR tidak selalu menghasilkan biaya operasi tambahan. Sebaliknya, perusahaan yang bertanggung secara sosial dapat diterima oleh investor karena citra perusahaan yang lebih baik, sehingga memiliki dampak positif terhadap return saham.

Selain mengenai pengungkapan CSR juga terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi harga saham diantaranya yakni *Return On Asset, Net Profit Margin, Earning Per Share*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuryaman (2013, Saepudin (2008) dan Setya (2014) mengenai pengaruh rasio profitabilitas (ROA) terhadap harga saham, hasilnya menunjukkan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Namun, tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh HaryuningPutri (2012) Harjito (2009) dan Sunarto (2001) yang menyatakan variabel ROA tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham.

Mengenai variabel *Net Profit Margin*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dita *et al* (2014) Mila (2009) menyatakan NPM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Setya (2014), Prasetya (2000) menyatakan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Selanjutnya adalah *earning per share*. *Earning per share* merupakan salah satu indikator yang perlu diperhatikan oleh investor sebelum

menentukan untuk berinvestasi. Karena EPS merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap lembar saham. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hatta (2012), Sasongko (2008) menyatakan bahwa EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, namun hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh yang Susilowati (2014) Placido Mc.Manaje (2012) menyatakan bahwa EPS tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Adanya hasil empiris terdahulu yang masih kontradikif dan bervariasi dalam mengukur kinerja perusahaan serta pentingnya konsep ini dalam membentuk kepercayaan investor dan mempengaruhi perilaku investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Sebagai contoh kendala kasus yang berdampak pada tatanan sosial serta lingkungan alam sekitar yang dihadapi oleh perusahaan adalah konflik yang tidak berkesudahan antara masyarakat adat Papua dengan PT Freeport Indonesia dan pemerintah, konflik masyarakat Aceh dengan Exxon Mobile yang mengelola gas bumi di Arun, pencemaran oleh Newmont di Teluk Buyat serta peristiwa semburan lumpur panas dari ladang eksplorasi Lapindo Brantas di Sidoarjo adalah beberapa contoh dampak negatif aktivitas bisnis. Para investor mulai sadar bahwa perubahan iklim mengakibatkan air, tanah, mineral, dan bahan bakar fosil yang terbatas jumlahnya menjadi kian mahal. Oleh karena itu, mereka mulai menganalisis bagaimana perusahaan mengatasi hal ini dan bahkan tetap dapat menghasilkan keuntungan bisnis mereka.

Berdasarkan permasalahan yang muncul diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam menganalisis seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap harga saham pada perusahaan pertambangan yang listing pada Bursa Efek Indonesia (BEI)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latarbelakang diatas,maka dapat diidentifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Harga Saham?
2. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap Harga Saham?
3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Harga Saham?
4. Apakah *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Harga Saham.
2. Untuk mengetahui apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap Harga Saham.
3. Untuk mengetahui apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Harga Saham.
4. Untuk mengetahui apakah *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Perusahaan

Penelitian diharapkan mampu memberikan masukan bagi pengembangan baik penerapan maupun pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pemuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial perusahaan.

2. Pihak Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan investasi. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam berinvestasi yang tidak hanya terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat CSR, *stock price* serta variabel-variabel lain yang mempengaruhinya sebagai bahan penelitian.