

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan industri otomotif semakin masif, setidaknya terdapat 22 perusahaan otomotif roda empat yang sudah berdiri pada tahun 2021 dengan nilai investasi sebesar Rp. 99,16 triliun yang mampu mengakomodir produksi sebanyak 2,35 juta unit per tahun. Begitu pula dengan perusahaan otomotif roda dua, total terdapat 26 perusahaan dengan nilai investasi sebesar Rp. 10,05 triliun yang dapat memproduksi kendaraan roda dua sebanyak 9,53 juta unit per tahun.

Nilai tersebut juga sebanding dengan penggunaan kendaraan bermotor di Indonesia, total kendaraan bermotor yang mengaspal semakin bertambah. Menurut data Badan Pusat Statistik, total kendaraan bermotor di Indonesia mencapai 136,32 juta unit pada tahun 2020, dengan penyebaran terbanyak pada kendaraan roda dua sebanyak 115,29 juta unit, dilanjutkan mobil penumpang sebanyak 15,8 juta unit, kendaraan pengangkut barang sebanyak 5,01 juta unit, dan bus sebanyak 233,43 ribu unit. Tentu hal ini akan berdampak pada kualitas udara disekitar kita, karena sebagian besar kendaraan yang diproduksi dan digunakan saat ini masih menggunakan *internal combustion*, atau sistem pembakaran dari BBM. Berkaitan dengan itu, polusi udara semakin meningkat, sehingga perusahaan otomotif memiliki beban untuk mampu mengubah kondisi tersebut. Salah satunya dengan mengembangkan mobil listrik sebagai kendaraan masa depan. Lalu dengan kondisi saat ini dimana kualitas udara semakin memburuk karena kendaraan, perusahaan otomotif pun harus melakukan tindakan tanggung jawabnya. Yaitu dengan melaksanakan CSR atau Corporate social responsibility.

Tujuan diadakannya CSR ini sejatinya yakni memberi manfaat terbaik guna *stakeholder* dengan cara memenuhi tanggung jawab etika, ekonomi, hukum serta kebijakan (Chuck Williams (2001:123) dalam (Resturiany 2011)). Tanggung

jawab etika berarti perusahaan harus melakukan bisnisnya sesuai dengan norma norma masyarakat yang baik, benar, dan adil. Kata kunci dari tanggung jawab etika ini yaitu *be ethical*. Tanggung jawab ekonomi berarti perusahaan bisa mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya lalu menyisihkan beberapa persen keuntungannya untuk kebaikan masyarakat sekitar. Tanggung Jawab hukum berarti perusahaan tidak boleh melanggar segala hukum dan aturan yang berlaku dalam menjalankan aktivitas bisnisnya untuk mendapatkan laba. Dan yang terakhir tanggung jawab kebijakan atau filantropis, dalam hal ini berarti perusahaan harus bisa memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat sehingga berdampak baik pada kelangsungan hidup bermasyarakat. Kata kunci dari tanggung jawab kebijakan ini yaitu *be a good citizen*. (Bahy, Wilfred Boro (2015))

Setiap perusahaan memiliki kesempatan yang sama untuk dapat tercatat di Bursa Efek Indonesia, dimana keuntungan apabila tercatat di BEI dapat mengedarkan sahamnya secara legal. Saham itu nantinya digunakan oleh perusahaan sebagai tambahan modal perusahaan untuk menjalankan lini bisnisnya. Namun pada kenyataannya, perusahaan yang tercatat di BEI sendiri tidak semua mempunyai nilai saham yang baik dalam artian selalu mengalami kenaikan harga dari satu periode ke periode lainnya. Hal itu dipengaruhi oleh berbagai macam hal. Setidaknya ada dua faktor, internal dan eksternal. Faktor internal biasanya disebut dengan fundamental perusahaan, dimana hal hal yang mempengaruhinya yaitu strategi perusahaan, pembagian deviden, atau bahkan strategi perusahaan dalam RUPS. Sedangkan dari sisi eksternalnya yaitu inflasi, tingkat bunga, nilai tukar valuta asing dan keadaan pasar saat itu. Dengan demikian maka factor eksternal utamanya kondisi ekonomi makro (inflasi, tingkat bunga, dan nilai tukar valuta asing) merupakan determinan dari harga saham (Nurianah dan Anshori (2020)).

Harga saham ini juga yang bisa menjadi salah satu acuan apakah kinerja perusahaan tersebut baik atau tidak. Harga saham ditentukan berdasarkan jumlah permintaan dan penawaran saham terkait oleh pelaku pasar pada saat saat tertentu. (Jogiyanto (2008) pada Pitri 2018). Karena adanya pengaruh dari investor

terhadap harga saham tersebut, maka dapat digunakanlah sebuah teori yang bernama teori signalling. Teori ini mengatakan bahwa perusahaan sebagai pemilik informasi harus memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan guna diinterpretasikan sebagai sebuah dampak dari apa yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga kaitannya dengan harga saham yaitu apabila perusahaan memberikan sinyal berupa laporan CSR diharapkan bahwa akan ada respon positif dari pemangku kepentingan terutama para investor. Selain teori signalling, teori legitimasi juga digunakan sebagai teori pendamping pada penelitian ini. Teori ini digunakan karena membahas tentang bagaimana perusahaan wajib berkomunikasi dengan masyarakat guna tetap menjalankan proses bisnisnya sesuai dengan budaya yang berkembang di sekitar perusahaan. Apabila perusahaan mampu berkomunikasi dengan baik dengan masyarakat sekitar, maka akan ada dampak yang diberikan dari masyarakat kepada perusahaan.

Di luar mengenai pendanaan perusahaan melalui saham, perusahaan kini diwajibkan untuk melaksanakan program CSR. Terutama bagi perusahaan yang berjalan di bidang sumber daya alam maupun yang berhubungan dengan sumber daya alam, tercantum pada Undang Undang No.40 Tahun 2007. Sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan terkait pengaruh CSR pada harga saham, namun hasil yang keluar berbeda beda, antara berpengaruh dan tidak berpengaruh. Namun penelitian tersebut dilakukan pada skala yang cukup besar cangkupannya, seperti pada perusahaan manufaktur, dimana terdapat 178 perusahaan yang bisa saja menjadikan datanya tersebar tidak merata. Untuk itu pada penelitian kali ini, cangkupannya sedikit dikecikan guna meneliti lebih detail apakah di sektor otomotif ini ada pengaruh yang signifikan tidak antara program CSR pada harga saham perusahaan tersebut. Selain daripada CSR, rasio lain yang digunakan yaitu ROI, dimana rasio ini mengukur seberapa besar pengembalian perusahaan atas investasi yang dilakukannya. Rasio ini dapat dikatakan menjadi salah satu rasio yang paling sering dipakai investor karena memperlihatkan seberapa besar pengembalian investasi para investor tersebut.

Pada banyak penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, subjek penelitian lebih berfokus pada perusahaan tambang atau perusahaan manufaktur.

Walaupun banyak penelitian yang menggunakan variabel CSR dan harga saham, namun jawaban yang diberikan berbeda beda. Seperti pada penelitian Indra Sulistiana (2017) yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara CSR dan harga saham perusahaan. Namun di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Agus Setyo Utomo (2019), menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang diberikan oleh CSR terhadap harga saham perusahaan. Hal ini menyebabkan tidak adanya kepastian apakah hasil penelitian tersebut dapat divalidasi pada perusahaan selain yang diteliti, terutama pada perusahaan otomotif. Karena kesenjangan itulah peneliti berinisiatif untuk meneliti pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Return on Investment* terhadap harga saham entitas otomotif yang tercatat di BEI periode 2017-2020. Maka dari itu, berdasar dari latar belakang dan tidak konsistennya jawaban yang diberikan dari penelitian sebelumnya, diteliti kembali pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap harga saham perusahaan otomotif, pengaruh *Return on Investment* terhadap harga saham perusahaan otomotif, dan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Return on Investment* terhadap harga saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.

1.2. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan mendapat bukti empiris pengaruh *Corporate social responsibility* perusahaan otomotif pada harga saham entitas.
- b. Untuk mengetahui dan mendapat bukti empiris pengaruh *Return on Investment* pada harga saham entitas.
- c. Untuk mengetahui dan mendapat bukti empiris pengaruh *Corporate social responsibility* perusahaan otomotif dan *Return on Investment* terhadap harga saham entitas otomotif.

1.3. Manfaat Penelitian

1.3.1. Bagi Penulis

Untuk penulis pribadi akan menerima manfaat berupa pengetahuan lebih mengenai hubungan antara CSR dan harga saham terutama pada perusahaan

otomotif. Serta untuk mengetahui hubungan antara ROI dan harga saham perusahaan otomotif. Selain itu manfaat lainnya adalah agar penulis dapat menyelesaikan studi perkuliahan jenjang Sarjana pada Universitas Airlangga.

1.3.2. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yaitu mampu menjadi pertimbangan bagi internal perusahaan untuk membuat strategi baru agar harga saham perusahaan tersebut bisa bersaing dengan perusahaan lain sehingga modal perusahaan menjadi lebih baik.

1.4. Struktur Penelitian

BAB 1: Pada bagian ini, akan focus membahas terkait latar belakang masalah yang diteliti, serta beberapa pertanyaan yang perlu dicari kebenarannya, apa manfaat yang diberikan dari penelitian ini, dan bagaimana sistematika penulisan.

BAB 2: Di bab dua ini, akan diberikan penjelasan tentang dasar dasar teori dan konsep yang akan dipakai pada penelitian ini. Pengertian teori seperti Teori Signalling, Teori Legitimasi, Corporate social responsibility, Harga Saham, hingga Faktor yang mempengaruhi harga saham akan dijabarkan disini. Disertakan pula beberapa penelitian terdahulu yang sekiranya dijadikan acuan guna penulisan penelitian ini. Lalu yang terakhir yaitu hipotesis yang dirumuskan di penelitian ini.

BAB 3: Bab tiga ini menguraikan metodologi penelitian yang akan dipakai guna menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini. Berisi tentang desain penelitian, populasi dan sampel, bagaimana populasi dan sampel didapat, bagaimana peneliti mengolah data yang ada, serta teknik analisis apa yang digunakan untuk meneliti penelitian ini.

BAB 4: Bab empat ini menjelaskan apa yang sudah dirumuskan sebelumnya pada bab 3, dan merupakan inti dari penelitian ini yang menyajikan hasil pengolahan data yaitu deskripsi subyek penelitian dan obyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, hasil pengujian uji asumsi klasik

beserta uji hipotesis, serta pembahasan dari uji hipotesis yang dilakukan.

BAB 5: Pada bab 5 ini akan berisi kesimpulan dan saran, berdasarkan dari apa yang telah dibahas sebelumnya pada bab 4. Serta saran yang bisa digunakan bagi peneliti lain untuk penelitian selanjutnya dan bagi para pihak pihak lain yang membutuhkannya.