

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar modal bukan hanya tempat di mana saham diperdagangkan itu juga merupakan lembaga yang menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Saham sebuah perusahaan tidak hanya mencerminkan performa keuangan saat ini, tetapi juga menggambarkan ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan di masa depan. Kinerja saham menjadi cermin dari kepercayaan investor terhadap strategi manajemen, inovasi, dan kapabilitas perusahaan. Namun, di balik potensi pertumbuhan dan nilai yang dapat diakses melalui pasar modal, terdapat dinamika yang kompleks dan tantangan yang harus dihadapi perusahaan. Fluktuasi harga saham, perubahan regulasi pasar, dan tekanan dari persaingan global adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi daya saing dan kinerja perusahaan di bursa saham. Faktor-faktor eksternal, seperti ketidakpastian ekonomi global atau gejolak politik, dapat meruncingkan sentimen pasar dan menggerakkan pasar saham secara signifikan. Di sisi lain, faktor internal seperti strategi manajemen, inovasi produk, dan kinerja keuangan, menjadi penentu utama dalam membentuk persepsi investor terhadap nilai jangka panjang suatu perusahaan.

Intangible asset mencakup dimensi yang sulit diukur secara konkret, seperti reputasi, merek, dan keunggulan inovatif. Pentingnya aset tak berwujud ini semakin diperkuat oleh pergeseran ekonomi dari berbasis

manufaktur menuju ekonomi berbasis pengetahuan dan layanan. Di sisi lain, CSR tidak lagi hanya dianggap sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat menciptakan nilai jangka panjang bagi Perusahaan. Sebagai bagian integral dari *intangible asset*, reputasi perusahaan memiliki dampak yang mendalam pada dinamika pasar modal. Reputasi bukan sekadar citra; ia menciptakan fondasi kepercayaan di antara investor dan pemangku kepentingan. Perusahaan dengan reputasi baik cenderung lebih diminati oleh investor yang mencari keberlanjutan dan ketahanan di tengah ketidakpastian pasar. Reputasi menciptakan identitas perusahaan yang melekat dalam persepsi pasar. Dalam persaingan yang semakin sengit, reputasi dapat menjadi pembeda utama yang memengaruhi keputusan investor dan memberikan pijakan bagi kenaikan nilai saham jangka panjang. Inovasi, sebagai elemen lain dalam kategori *intangible asset*, bukan hanya sekadar tuntutan untuk bertahan, tetapi juga sebagai alat untuk berkembang. Kemampuan perusahaan untuk terus berinovasi menjadi penentu kritis dalam menjawab tantangan pasar yang berubah dengan cepat. Inovasi mencakup pengembangan produk baru, efisiensi operasional, dan adaptasi terhadap tren industri. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan inovasi dalam DNA operasionalnya cenderung menunjukkan kinerja saham yang positif. Investor seringkali melihat inovasi sebagai indikator potensial untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang. Merek, sebagai komponen lain dari *intangible asset*, memiliki nilai yang dapat diukur. Merek bukan hanya tentang pengenalan visual; ia mencerminkan nilai-nilai dan kualitas yang dihubungkan dengan produk atau

jasa perusahaan. Merek yang kuat dapat meningkatkan preferensi konsumen, memperkuat pangsa pasar, dan secara langsung memengaruhi penilaian investor terhadap prospek perusahaan. Investor cenderung memberikan nilai lebih tinggi pada perusahaan dengan merek yang solid, melihatnya sebagai aset yang dapat menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Memahami peran setiap elemen dalam kategori *intangible asset* menjadi penting dalam merancang strategi pengelolaan dan pertumbuhan perusahaan. Pengukuran kinerja *intangible asset* melibatkan parameter seperti Indeks Reputasi, Tingkat Inovasi, dan Nilai Merek. Pengelolaan yang efektif dari aset tak berwujud ini dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar modal.

Ketika perusahaan hanya berfokus pada keuntungan, maka perusahaan akan cenderung mengesampingkan hal lainnya yang dirasa kurang memberikan manfaat langsung bagi perusahaan. Salah satunya yaitu dalam hal pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial atau biasa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tanggung jawab moral suatu 3 Politeknik Negeri Jakarta perusahaan kepada para stakeholdernya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya (Hamdani, 2016). Hanya 30% dari 100 bisnis terdaftar teratas di Bursa Efek Jakarta (BEI) yang memberikan Laporan Keberlanjutan (SR). Hanya ada 97 perusahaan yang melaporkan melalui *Global Report Initiative (GRI)* sejak tahun 2000 (Redaksi, 2017).

Di samping itu, konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi semakin integral dalam strategi bisnis. Tanggung jawab sosial bukan lagi sekadar kewajiban moral, melainkan menjadi investasi jangka panjang yang dapat membentuk persepsi pemegang saham, meningkatkan reputasi, dan pada akhirnya memengaruhi kinerja saham. CSR menjadi cermin dari komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, pemberdayaan masyarakat, dan dampak positif terhadap lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah konsep yang melibatkan upaya perusahaan untuk mengintegrasikan kepedulian terhadap aspek sosial, lingkungan, dan etika dalam operasional dan kebijakan bisnisnya. Lebih dari sekadar mematuhi regulasi, CSR menjadi esensi dari identitas perusahaan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Perusahaan yang mengambil langkah di bidang CSR cenderung melihat dampak positif tidak hanya dalam persepsi masyarakat, tetapi juga dalam persepsi investor. CSR menciptakan identitas perusahaan sebagai agen perubahan positif yang peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya. Salah satu dampak langsung dari praktik CSR adalah peningkatan reputasi perusahaan. Keterlibatan sosial, seperti kegiatan filantropi, program pendidikan, atau upaya konservasi lingkungan, menciptakan citra positif di mata masyarakat. Ini bukan hanya tentang memberikan kembali kepada komunitas, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang yang kokoh dengan pemangku kepentingan eksternal. Peningkatan reputasi bukan hanya manfaat sosial; ini juga dapat tercermin dalam peningkatan nilai saham perusahaan. Investor

cenderung memberikan nilai lebih tinggi pada perusahaan yang dianggap memiliki dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Penerapan tanggung jawab sosial dapat mendorong perusahaan lebih transparan dalam mengungkapkan informasi kepada pemangku kepentingan (Firmansyah et al, 2021:376).

Semakin banyak investor yang mengidentifikasi diri mereka sebagai investor berbasis nilai (*value-based investors*) yang tidak hanya mempertimbangkan keuntungan finansial tetapi juga dampak sosial dan lingkungan perusahaan yang diinvestasikan. CSR menjadi faktor penentu yang menarik bagi investor ini, karena menciptakan kecocokan nilai antara tujuan investasi dan nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan. Investor yang berkomitmen pada nilai-nilai etika dan keberlanjutan mungkin lebih cenderung untuk memilih perusahaan dengan *track record* yang kuat dalam CSR, menciptakan lingkungan di mana nilai saham tidak hanya didorong oleh performa keuangan, tetapi juga oleh komitmen terhadap kebaikan sosial dan lingkungan. Meskipun konsep CSR menawarkan peluang untuk meningkatkan reputasi dan nilai saham, perusahaan juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satunya adalah tantangan dalam mengukur dampak nyata dari kegiatan CSR. Pengukuran keberhasilan CSR bukanlah tugas yang mudah, dan perusahaan sering berjuang untuk mengukur secara kuantitatif dan kualitatif dampak positif yang dihasilkan. Tantangan lain termasuk keselarasan antara program CSR dengan strategi bisnis inti, memastikan transparansi dan

akuntabilitas, serta mengatasi kritik dan skeptisisme masyarakat yang terkadang memandang CSR sebagai bentuk pencitraan semata.

Penelitian dilakukan pada Indeks Pefindo yang berkerjasama dengan BEI. Indeks PEFINDO adalah representasi/cerminan harga saham dari 25 emiten yang dipilih dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria, seperti: total aset perusahaan, tingkat pengembalian modal (*Return on Equity/ROE*) dan opini akuntan publik. Dipilihnya Indeks PEFINDO karena mereka mempertimbangkan faktor likuiditas dan jumlah saham yang dimiliki publik dalam pembentukan indeks. Indeks PEFINDO merupakan kerja sama antara Bursa Efek Indonesia dengan lembaga rating PT PEFINDO. Indeks ini dimaksudkan untuk memberikan tambahan informasi bagi pemodal khususnya untuk saham-saham emiten kecil dan menengah. Indikasi anomali perlu dilihat pada indeks berkapitalisasi berbeda karena pasar, terutama investor-investor yang lebih memilih untuk melakukan trading pada saham-saham lapis kedua karena kelompok-kelompok saham ini menawarkan return yang lebih tinggi dari pada saham-saham berkapitalisasi besar, namun dengan resiko yang lebih besar.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat hubungan positif antara CSR dan kinerja keuangan, di mana kinerja keuangan cenderung membaik seiring dengan pertumbuhan CSR. Namun, penelitian juga menunjukkan hasil yang berbeda, bahwa tidak selalu ada korelasi yang jelas antara CSR dan keberhasilannya dalam mencapai kinerja saham yang baik. Beberapa studi menunjukkan bahwa meskipun perusahaan tumbuh dalam ukuran, hal itu tidak

secara langsung meningkatkan kinerja saham. Masalah agensi juga dapat muncul ketika perusahaan tumbuh besar, di mana kepentingan pemilik perusahaan dan manajemen mungkin tidak selalu sejalan, mempengaruhi kinerja saham perusahaan secara negatif. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan indikator seperti aset tak berwujud. Pertumbuhan perusahaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi posisi dan reputasi perusahaan dalam industri dan ekonomi. Perusahaan yang berkembang pesat biasanya mencatat hasil yang positif, termasuk penguatan posisi di industri yang kompetitif, pertumbuhan penjualan yang kuat, dan pangsa pasar yang lebih besar. Namun, perusahaan juga harus berhati-hati terhadap masalah yang mungkin muncul seiring dengan ekspansi mereka. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus mempertimbangkan faktor penting, seperti pengelolaan sumber daya manusia dan pengurangan biaya, untuk mengelola pertumbuhan dengan efektif. Pertumbuhan perusahaan menggambarkan perubahan atau peningkatan jumlah aset atau pendapatan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Penelitian oleh (Saputri & Isbanah, 2021) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan telah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang cukup tinggi terhadap masyarakat sekitar, sehingga perusahaan mampu memertahankan citra positif pada *stakeholder* dan *shareholder* untuk meningkatkan keuntungan yang berdampak terhadap naiknya nilai perusahaan. Peningkatan pendapatan penjualan yang merupakan hasil langsung dari ekspansi perusahaan menjadi faktor utama dalam kinerja

keuangan perusahaan. Namun, Pada penelitian terdahulu terkait variabel aset tidak berwujud terhadap kinerja perusahaan atau saham sejauh ini masih belum ada hasil yang konsisten. Sehingga pada penelitian yang dilakukan oleh (Perabawati et al., 2022); (Gymnastiar et al., 2023) yang mendapatkan hasil aset tidak berwujud berpengaruh terhadap kinerja saham. Namun, berbanding terbalik hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wardoyo et al., 2022); (Devi & Amanah, 2021) yang mendapatkan hasil tidak berpengaruh terhadap kinerja saham. Sedangkan pada variabel Corporate Social Responsibility terhadap kinerja saham sama seperti variabel aset tidak berwujud yang masih mendapatkan hasil yang kurang konsisten. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Saputri & Isbanah, 2021) yang menunjukkan hasil bahwa variabel Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap kinerja saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah et al, 2021); (Agustina et al., 2023) mendapatkan hasil yang berbanding terbalik. Profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini cenderung negative sehingga disarankan untuk semua perusahaan lebih memperhatikan tingkat profitabilitas perusahaan karena diharapkan dengan profitabilitas yang baik akan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan demikian, peneliti telah menciptakan judul penelitian setelah menemukan kontradiksi dalam penyelidikan sebelumnya yaitu “ **Pengaruh *Intangible Asset* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Saham : Studi Pada Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia** “

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan ruang lingkup penelitian diatas maka penulis merumuskan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Intangible Asset* berpengaruh terhadap kinerja saham pada Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja saham pada Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang tertera diatas maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Intangible Asset* berpengaruh terhadap kinerja saham pada Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja saham pada Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai tambahan refrensi keilmuan tentang akuntansi keuangan sektor perbankan terutama seputar *Intangible Asset*, *Corporate Social Responsibility*, dan kinerja saham.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi para kinerja saham dalam mengambil keputusan seputar Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pengaruh *Intangible Asset* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja saham bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

1.5. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah berfokus pada Pengaruh *Intangible Asset* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Saham : Studi Pada Indeks Pefindo Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023.

