

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pasar modal di Indonesia memiliki peran krusial dalam meningkatkan investasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Melalui fungsinya sebagai perantara keuangan, pasar modal menyalurkan dana dari investor yang memiliki *surplus* modal kepada emiten yang membutuhkan pendanaan. Dengan adanya mekanisme ini, perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya, meningkatkan kapasitas produksi, serta membuka peluang kerja baru (Rohyati, 2024).

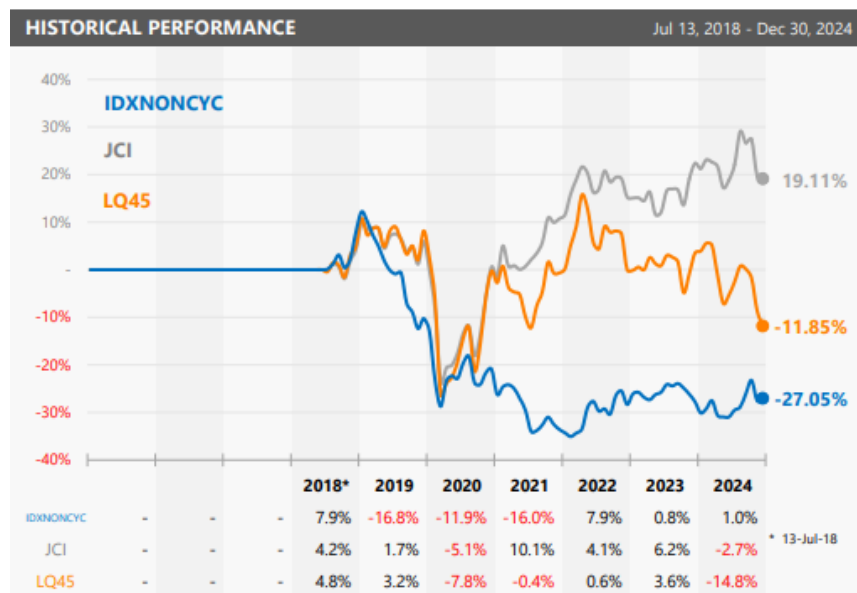
Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pendanaan adalah dengan cara memberikan sinyal (*signal*) kepada investor untuk melakukan investasi. Investor menanamkan aset atau dana yang dimiliki oleh perusahaan untuk jangka waktu yang relatif lama dengan harapan mendapatkan *return* (pengembalian) di masa depan. Investor akan memilih perusahaan dengan prospek bisnis yang menjanjikan, kinerja keuangan dan non-keuangan yang baik, penyajian laporan keuangan secara terbuka dan jelas serta keuntungan yang terus meningkat (Fahmi, 2015).

Return saham merupakan tingkat pengembalian berupa imbalan yang diperoleh dari hasil jual beli saham yang dilakukan, *return* yang diperoleh dapat berupa dividen maupun *capital gain*. Investor yang lebih menyukai *return* berupa dividen biasanya berorientasi untuk investasi jangka panjang. Sedangkan investor yang memiliki orientasi investasi jangka pendek akan lebih menyukai *return* berupa *capital gain*. Investor yang tertarik dengan *capital gain* harus sering

melihat dan menganalisa pergerakan harga saham sebagai dasar untuk mengambil keputusan dalam membeli ataupun menjual saham yang dimiliki. Apabila harga saham melonjak naik dan bisa memberi laba tinggi, investor akan cenderung menjual saham yang dimilikinya. Investor pada umumnya lebih menginginkan keuntungan segera, sehingga mereka lebih menginginkan *return* berupa *capital gain*.

Sektor *food and beverage* mendorong adanya iklim investasi yang lebih baik karena prospek perusahaan yang dinilai menjanjikan sepanjang waktu. Pemilihan sektor *food and beverage* dalam penelitian ini didasari oleh karakteristik sektor tersebut yang relatif tahan terhadap perubahan kondisi ekonomi dibandingkan sektor lainnya. Produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer yang permintaannya tetap stabil meskipun terjadi krisis ekonomi atau ketidakpastian global. Selain itu, sektor ini memiliki potensi pertumbuhan yang konsisten seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat. Stabilitas permintaan ini menjadikan perusahaan *food and beverage* menarik bagi investor yang mencari peluang investasi jangka panjang maupun jangka pendek. Oleh karena itu, sektor ini menjadi objek yang relevan untuk mengkaji hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), manajemen laba, dan *return* saham. Terkait dengan investasi di pasar modal, hal utama yang sering diperhatikan oleh investor ketika akan melakukan investasi adalah harga saham. Stabilitas harga saham menjadi salah satu faktor penting bagi investor ketika memutuskan untuk berinvestasi di suatu perusahaan.

Menurut Hidayah (2023) harga saham perusahaan sektor *food and beverage* (FnB) cenderung lebih tinggi dan dibandingkan dengan sektor lain karena beberapa alasan diantaranya yakni permintaan yang tinggi serta jumlah penduduk yang terus bertambah. Meski demikian, kenaikan dan penurunan harga saham pada sektor *food and beverage* (FnB) tidak serta merta dipengaruhi oleh permintaan masyarakat tetapi dipengaruhi pula oleh kinerja perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik tersebut.



Sumber: Publikasi Bursa Efek Indonesia, 2024

Gambar 1.1

Historical Performance IDX Sektor Consumer Non-Cylical per Desember 2024

Gambar tersebut menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi kinerja saham pada kurun waktu 2018-2024 pada sektor *consumer non-cyclicals*. Penurunan dimulai pada tahun 2018 menuju 2019, yang mana pada tahun 2018 masih berada pada titik positif 7,9% kemudian turun drastis pada tahun 2019 hingga titik negatif

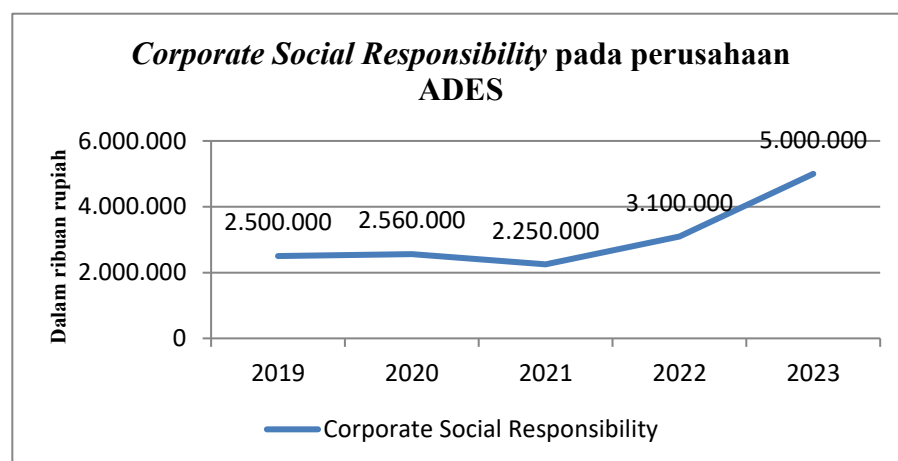
16,8%. Pada tahun 2020 sedikit membaik ke titik negatif 11,9% namun kembali turun ke titik negatif 16,0% pada tahun 2021. Kemudian sektor ini kembali naik ke angka positif pada tahun 2022 yang berada di titik 7,9%, tetapi kembali turun ke titik 0,8% pada tahun 2023 dan kembali naik ke titik 1,0% pada tahun 2024.

Investor dapat melakukan analisis dan memilih saham dengan 2 pendekatan analisis, yaitu analisis teknikal dan analisis fundamental. Analisis fundamental yang dipublikasikan oleh perusahaan adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah mencakup beberapa praktik dan inisiatif yang diadopsi oleh sebuah *company* untuk mengintegrasikan tanggungjawab sosial ke dalam operasional bisnis mereka. Menurut Pasal 74 dan Pasal 66 Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau terkait dengan sumber daya alam diharuskan untuk melaksanakan tanggung jawab secara sosial dan lingkungan (CSR). Selain itu, Pasal 66 ayat 2C Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 menetapkan bahwa perusahaan harus memasukkan laporan tahunan mereka yang mencakup laporan tentang pelaksanaan tanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Hal ini juga sesuai dengan apa yang dikatakan Peranginangin & Simanjuntak (2024) *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah langkah perusahaan dalam melakukan tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat.

Menurut (Putri, 2023) menyatakan bahwa CSR merupakan bentuk kerja sama antara perusahaan dan *stakeholder*. *Stakeholder* berinteraksi dengan perusahaan

secara langsung maupun tidak langsung untuk memastikan eksistensi dan kelangsungan hidup bisnis. Secara umum *stakeholder* ialah suatu perkumpulan kebijakan praktik yang berhubungan dengan pemenuhan hukum, lingkungan, komitmen pelaku usaha dalam memberikan dukungan untuk pembangunan berkelanjutan.

Berikut merupakan data *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan Akasha Wira International (ADES).



Sumber: IDX (diolah kembali)

Gambar 1.2

***Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Akasha Wira International.**

Berdasarkan gambar 1.2 *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Akasha Wira International (ADES) cenderung mengalami kenaikan meskipun pada tahun 2021 mengalami penurunan pada jumlah dana yang dikeluarkan untuk CSR yang awalnya mencapai 256 juta pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 225 juta. Namun penurunan tersebut tidak signifikan dibandingkan kenaikan setelahnya yang mencapai 310 juta pada tahun 2022 dan mencapai

puncaknya pada tahun 2023 mencapai 500 juta. Tren peningkatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikeluarkan oleh Akasha Wira International (ADES) menunjukkan adanya komitmen perusahaan dalam tanggung jawab sosialnya. Hal ini dapat menjadi sinyal positif bagi investor dan stakeholder, karena menunjukkan bahwa perusahaan tetap berupaya meningkatkan keberlanjutan dan citra positifnya di mata publik. Selain itu, peningkatan anggaran CSR yang konsisten juga dapat berkontribusi pada kepercayaan pasar serta potensi pengaruhnya terhadap *return* saham perusahaan.

Perusahaan yang memiliki program CSR yang berhasil akan menciptakan nilai jangka panjang untuk semua *stakeholder* mereka, selain meraih kepercayaan masyarakat. Selain kepedulian terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mencakup tanggung jawab terhadap semua *stakeholder*, seperti karyawan, pelanggan, kreditor, pemegang saham, dan komunitas sekitar. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani et al., (2021) yang mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *return* saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fathihani et al., (2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *return* saham.

Selain itu, CSR sering berfokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang mendukung kinerja jangka panjang, sehingga bisa bertentangan dengan praktik manajemen laba yang berorientasi pada pencapaian laba dalam jangka pendek. Perusahaan yang berkomitmen pada CSR juga cenderung lebih mengutamakan investasi kembali ke dalam komunitas daripada memaksimalkan

distribusi dividen, yang berdampak pada cara laba ditangani dan dilaporkan. Praktik CSR mendorong transparansi dalam pengungkapan informasi keuangan dan non-keuangan, yang dapat membatasi praktik manajemen laba yang agresif. Meskipun CSR dan manajemen laba dapat bertentangan dalam beberapa aspek, keduanya dapat saling mendukung jika dikelola dengan baik, dengan CSR yang berkontribusi pada keberlanjutan dan reputasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja finansial Perusahaan (Putri, 2023).

Ketika perusahaan berhasil mendapat amanat dari para *stakeholder*, perusahaan tersebut telah mendapat opportunity dalam mencapai keberhasilan dan bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan perlu menunjukkan hasil kerja yang baik untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak-pihak terkait (Halilintar & Febriyono, 2018). *Stakeholder* ketika telah memiliki rasa ketertarikan akan laporan laba akan membantu manajer untuk merancang sebuah strategi khusus sehingga laporan yang akan dihasilkan bisa disesuaikan dengan keinginan stakeholder, salah satu strategi yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan manajemen laba. Manajemen laba ialah suatu sikap dari pihak manajemen secara sadar agar mendapatkan *benefit* untuk diri sendiri maupun organisasi dalam rancangan terkait pelaporan keuangan, Manajemen laba bisa menjadi pemicu kerugian terhadap pihak eksternal perusahaan, karena pihak eksternal dapat mengambil sebuah keputusan yang berdasarkan pada informasi laporan keuangan yang terdapat praktik manajemen laba yang dimanipulasi oleh manajer dengan tujuan pribadi (Peranginangin & Simanjuntak, 2024). Healy & Wahlen (1999) menyatakan terkait manajemen laba muncul ketika manajer

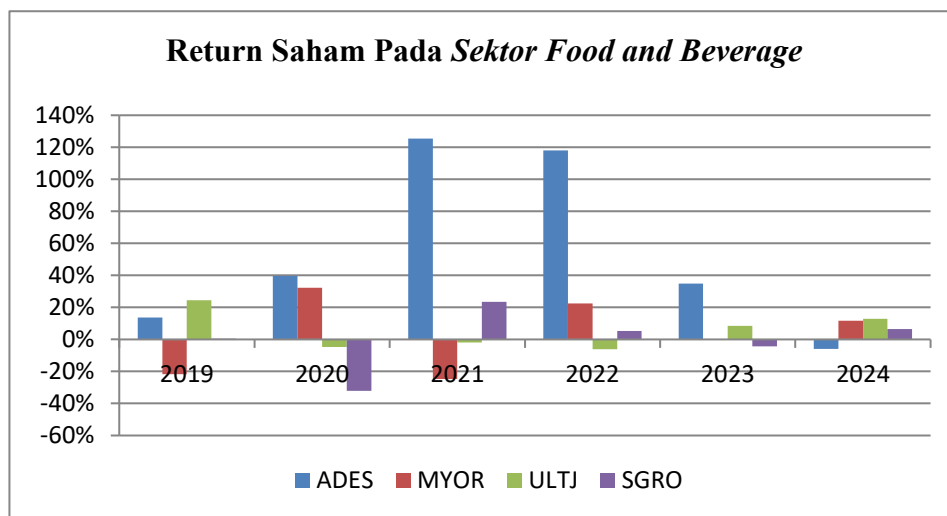
menyusun laporan keuangan yang dapat menciptakan misinformasi kepada pihak yang berkepentingan mengenai kondisi realita yang dialami oleh perusahaan. Ketika menghadapi kontrak kompensasi, biaya politik, atau kontrak utang, manajer menggunakan manajemen laba untuk memaksimalkan laba yang dihasilkan.

Manajemen laba memberikan kewenangan kepada manajer untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam menghadapi situasi yang tidak diinginkan, serta untuk memberikan *benefit* kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Menurut Urip Wardoyo et al., (2023), manajemen laba didefinisikan sebagai perilaku manajer yang mengambil manfaat dengan menggunakan kebijakan akuntansi dengan memanipulasi angka akuntansi tidak seperti keadaan realita perusahaan, akibatnya hal ini dapat menjebak investor dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indrayanti dan Wirakusuma (2017) menyatakan bahwa Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap *return* saham.

Dalam konteks fenomena yang terjadi saat ini, *return* saham menunjukkan pola yang sangat dinamis dan sering kali sulit untuk diprediksi. Fenomena ini diilustrasikan oleh tren yang terjadi di berbagai bursa saham global, yang mana volatilitas pasar terus mengalami peningkatan akibat ketidakpastian ekonomi, politik dan kesehatan global seperti pandemi COVID-19. Penelitian dari Zhang & Ma (2020) menyoroti dampak signifikan dari pandemi terhadap *return* saham di seluruh dunia, menunjukkan penurunan drastis pada kuartal pertama tahun 2020. Selain itu, laporan yang dirilis oleh *World Bank* (2021) juga menunjukkan bahwa

pemerintahan di berbagai negara harus mengimplementasikan kebijakan moneter dan fiskal yang lebih adaptif dalam merespons penurunan *return* saham yang diakibatkan oleh pandemi ini.

Berikut merupakan data *return* saham pada beberapa perusahaan sektor *food and beverage* di Indonesia.



Sumber: IDX (diolah kembali)

Gambar 1.3

Return Saham pada perusahaan Food and Beverage

Berdasarkan gambar 1.3. dari keempat perusahaan pada sektor *food and beverage* hampir semua mengalami penurunan pada *return* saham pada masa pandemi covid-19. Penurunan *return* saham yang dialami oleh MYOR pada tahun 2021, dari 32% di tahun 2020 menjadi -25% di tahun 2021, mencerminkan dampak signifikan pandemi COVID-19 terhadap sektor *food and beverage* (FnB),

Dalam masa pemulihan setelah pandemi, setiap perusahaan mengadopsi strategi yang berbeda-beda untuk memperbaiki kinerja mereka, baik melalui fundamental seperti penguatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk

meningkatkan kepercayaan investor maupun melalui strategi manajemen laba guna menjaga laporan keuangan tetap menarik. Perusahaan yang lebih transparan dalam mengungkapkan CSR cenderung memiliki reputasi yang lebih baik, sementara perusahaan yang menggunakan manajemen laba berupaya menyesuaikan laporan keuangan mereka agar terlihat lebih stabil. Oleh karena itu, pemulihan *return* saham di sektor FnB tidak hanya bergantung pada kondisi pasar, tetapi juga pada bagaimana masing-masing perusahaan mengelola strategi keuangan dan tanggung jawab sosial mereka untuk menarik kembali minat investor.

Seiring dengan berlangsungnya krisis global, *return* saham menjadi salah satu indikator utama bagi investor untuk menilai kestabilan dan performa dari portofolio investasi mereka. Peluang dan risiko yang timbul dari volatilitas *return* saham menuntut adanya strategi investasi yang memungkinkan mitigasi risiko yang lebih efektif. Dengan demikian, *return* saham saat ini tetap menjadi fokus krusial bagi investor dalam upaya pengambilan keputusan yang lebih bijak dan terinformasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Manajemen Laba terhadap *Return* Saham.” Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman mengenai bagaimana CSR dan praktik manajemen laba dapat memengaruhi kinerja saham perusahaan. Dengan menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan

yang lebih mendalam tentang dampak CSR terhadap nilai perusahaan serta implikasinya bagi para investor.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* (CSR), Manajemen Laba dan *Return Saham* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2024
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) , Manajemen Laba secara parsial dan bersama-sama terhadap *Return Saham* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2024

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi diatas, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* (CSR), Manajemen Laba dan *Return Saham* pada perusahaan *Food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2024
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) , Manajemen Laba secara parsial dan bersama-sama terhadap *Return Saham* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2024

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini akan membantu perusahaan untuk memahami bagaimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan manajemen laba berkontribusi terhadap *return* saham perusahaan. Ini memberikan wawasan tentang pentingnya integrasi tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis.

b. Bagi Investor

Penelitian ini akan membantu *stakeholder*, dengan memahami hubungan antara CSR dan kinerja saham, investor dapat lebih responsif terhadap perubahan tren pasar yang berfokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *Food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id/) periode 2019-2024.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2024 sampai dengan bulan April 2025. waktu penelitian yang akan dilaksanakan penulis disajikan dalam lampiran.