BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Filosofi organisasi yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis telah mengalami transformasi yang signifikan dalam dua dekade terakhir. Pergeseran utama terlihat dari orientasi korporasi yang sebelumnya berfokus pada kepentingan investor atau pemegang saham (*shareholder-oriented*) menjadi pendekatan yang lebih inklusif dan komprehensif, yakni berorientasi pada pemangku kepentingan (*stakeholder-oriented*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan di India terhadap 500 perusahaan sebelum diwajibkannya praktik *CSR* dan sesudah, terlihat bahwa praktik *CSR* berpengaruh signifikan secara positif terhadap likuiditas saham yang merujuk pada kinerja pasar dalam salah satu indikator kesehatan pasar modal (Roy et al., 2022). Dalam filosofi yang lebih baru ini, perusahaan tidak lagi sekadar bertujuan untuk memaksimalkan laba, melainkan juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya (Freeman, 1984). Perubahan paradigma ini didorong oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, tekanan dari masyarakat sipil, dan ekspektasi investor yang semakin menuntut tanggung jawab sosial perusahaan.

Salah satu bentuk implementasi dari filosofi *stakeholder* tersebut adalah keterlibatan perusahaan dalam *kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)*. *CSR* tidak hanya dipandang sebagai bentuk filantropi, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata berbagai pemangku kepentingan. Penelitian oleh sebelumnya juga menunjukkan bahwa CSR dapat berkontribusi terhadap pengurangan risiko perusahaan dan meningkatkan kredibilitasnya di mata investor, konsumen, serta regulator. Bahkan, dalam iklim ekonomi modern, kegiatan CSR dianggap sebagai salah satu indikator reputasi perusahaan yang mempengaruhi persepsi pasar dan keputusan investasi (Fatemi et al., n.d.).

Dalam konteks pasar saham, CSR memiliki potensi pengaruh terhadap likuiditas saham. Likuiditas saham merujuk pada sejauh mana saham dapat dibeli atau dijual di pasar tanpa mempengaruhi harga pasar secara signifikan. Saham yang likuid berarti lebih mudah diperdagangkan, spread antara harga jual dan beli lebih rendah, serta frekuensi dan volume transaksinya lebih tinggi. Tingginya likuiditas sangat penting karena dapat meningkatkan efisiensi pasar dan menurunkan biaya modal perusahaan (Amihud & Mendelson, 1986). Penelitian mengenai hubungan antara corporate social responsibility (CSR) dan likuiditas saham terus berkembang seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satu studi yang mendukung pentingnya CSR dalam menciptakan nilai perusahaan dilakukan oleh peneliti terdahulu yang menunjukkan bahwa pengeluaran CSR dalam kondisi tertentu dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya reputasi, kepercayaan pemangku kepentingan, dan potensi pengurangan asimetri informasi, yang kesemuanya berdampak positif terhadap likuiditas saham di pasar. Dengan kata lain, CSR bukan hanya aktivitas etis semata, tetapi juga strategi bisnis yang mampu meningkatkan efisiensi pasar saham dan akses terhadap modal (Fatemi et al., n.d.).

Sejumlah studi kontemporer telah menyoroti manfaat dari saham yang likuid bagi perusahaan. Pertama, saham yang likuid memungkinkan perusahaan untuk mengakses dana dari pasar dengan biaya lebih rendah karena risiko likuiditas dianggap lebih kecil oleh investor (Fang et al., 2014). Kedua, saham yang likuid mencerminkan efisiensi informasi yang lebih tinggi, sehingga investor merasa lebih yakin terhadap stabilitas perusahaan (Fong et al., 2017). Ketiga, likuiditas saham yang tinggi cenderung berkorelasi positif dengan peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan karena menandakan kepercayaan pasar terhadap prospek bisnis perusahaan serta meningkatkan daya tarik saham bagi investor institusional dan asing (Ferreira & Matos, 2008).

Namun, hubungan antara keterlibatan perusahaan dalam *CSR* dan likuiditas saham masih menjadi perdebatan di kalangan akademisi. Di satu sisi, *CSR* diyakini dapat meningkatkan transparansi, mengurangi asimetri informasi, dan memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, yang pada

akhirnya dapat meningkatkan likuiditas saham (Cheng et al., 2014). Perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung memiliki laporan yang lebih transparan dan tata kelola yang baik, sehingga menarik bagi investor. Namun, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa pengeluaran CSR dapat mengalihkan sumber daya dari aktivitas inti perusahaan, yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian atau kekhawatiran di kalangan investor, khususnya dalam jangka pendek (Brammer & Millington, 2008).

Dalam konteks Indonesia, keterkaitan antara *CSR* dan likuiditas saham semakin relevan karena regulasi yang mendorong tanggung jawab sosial perusahaan terus berkembang. Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 dan regulasi dari OJK mendorong perusahaan untuk menjalankan *CSR* secara berkelanjutan dan melaporkan kinerjanya. Namun demikian, tingkat pemahaman dan penerapan *CSR* di Indonesia masih sangat beragam. Banyak perusahaan, khususnya yang baru melakukan IPO, masih memandang *CSR* sebagai beban biaya daripada investasi jangka panjang yang strategis.

Dengan latar belakang tersebut, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana praktik CSR perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), khususnya perusahaan yang melakukan IPO, memengaruhi likuiditas saham mereka. Apakah keterlibatan dalam *CSR* benar-benar berkontribusi dalam meningkatkan frekuensi perdagangan saham, memperkecil *bid-ask* spread, atau meningkatkan volume transaksi? Apakah investor memandang *CSR* sebagai sinyal positif yang menurunkan risiko informasi dan meningkatkan minat investasi?

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *CSR* dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, dampaknya terhadap likuiditas saham tidak selalu dapat dibuktikan secara signifikan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menentukan apakah ada faktor lain yang dapat mempengaruhi hubungan ini, seperti kurangnya perhatian investor terhadap informasi non-keuangan seperti *CSR*, sifat *CSR* yang seringkali tidak terstandarisasi dengan baik, dan sektor industri dan kondisi pasar yang memengaruhi cara investor merespon pengungkapan CSR.

Penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan pendekatan empiris, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang relasi antara CSR dan likuiditas saham. Mengingat pentingnya topik ini baik dari perspektif akademik maupun praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur terkait, serta menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku pasar, manajer perusahaan, dan regulator dalam menyusun strategi bisnis dan kebijakan keuangan yang lebih bertanggung jawab.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas:

1. Bagaimana likuiditas saham dapat dipengaruhi oleh tindakan praktik *CSR*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari diberlakukannya penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana praktik *CSR* dapat mempengaruhi likuditas saham perusahaan di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi:
    a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai hubungan antara *CSR* dan likuiditas saham.
    b. Memberikan informasi dan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran *CSR* dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi Prakitisi:
    a. Memberikan panduan bagi perusahaan dalam mengelola *CSR* yang berdampak positif pada likuiditas saham dan nilai perusahaan.
    b. Meningkatkan kesadaran akan pentingnya *CSR* sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global.
3. Bagi Pemerintah:

a. Memberikan informasi yang bermanfaat untuk membangun kebijakan *CSR* yang efektif dan efisien yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.
b. Meningkatkan kepercayaan investor terhadap pasar saham di Indonesia.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut filosofi dan teori ini, perusahaan perlu mengubah fokusnya dari yang awalnya hanya berfokus pada "*stakeholder-oriented*" menjadi mempertimbangkan dan juga memikirkan kepentingan sosial. Pemangku kepentingan mulai mendorong perusahaan untuk memberlakukan praktik CSR (*Corporate Social Responsibility*) di perusahaannya, yang merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan lingkungan. Ada banyak cara yang bisa dilakukan perusahaan dalam melakukan praktik CSR, seperti menyumbangkan dana untuk lembaga amal dan mendukung program yang berhubungan dengan layanan sosial atau pendidikan.

Perusahaan yang memberlakukan praktik CSR dan mengalokasikan beberapa sumber daya dan modalnya untuk kepentingan sosial diperkirakan akan mendapatkan berbagai keuntungan, seperti:

Meningkatkan kepercayaan investor: Dengan memberlakukan praktik CSR dalam perusahaan akan meningkatkan transparansi dan kredibilitas perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan kepercayaan investor dan akhirnya akan meningkatkan likuiditas saham.

Meningkatkan Modal Sosial dan Reputasi: Keterlibatan perusahaan dalam program tanggung jawab sosial terhadap masyarakat (*CSR*) berpotensi untuk membangun modal sosial dan reputasi *branding* perusahaan yang baik. Akhirnya kepercayaan publik dan investor terhadap perusahaan akan meningkat dan akhirnya akan meningkatkan likuiditas saham.

Mempromosikan Transparansi dan Pengungkapan Informasi: Peraturan *CSR* yang wajib akan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi

tentang aktivitas *CSR*-nya sehingga akan meningkatkan transparansi perusahaan terhadap investor dan mengurangi asimetri informasi di pasar yang akhirnya akan berpengaruh positif terhadap likuditas saham suatu perusahaan.

Bisnis di era modern harus mempertimbangkan pemangku kepentingan dan tanggung jawab sosial dalam strategi mereka. Perubahan paradigma ini mendorong perusahaan untuk menerapkan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari komitmen mereka untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan perlindungan lingkungan. Praktik *CSR* dapat diterapkan melalui berbagai cara, seperti membantu lembaga amal, berinvestasi dalam program pendidikan, dan berpartisipasi dalam inisiatif sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

Oleh karena itu, praktik *CSR* tidak hanya merupakan tanggung jawab sosial, tetapi juga cara yang efektif untuk membangun hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat dan menciptakan nilai jangka panjang untuk kedua perusahaan dan komunitas yang dilayaninya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam membuat isi skripsi lebih mudah dipahami oleh pembaca, struktur penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bab berikut:

Bab 1 : Pendahuluan: membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat bagi beberapa pihak, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

Bab 2 : Tinjauan Pustaka: Membahas teori yang mendukung penelitian ini, seperti definisi *CSR* dan likuiditas saham, serta hubungan antara keduanya.

Bab 3 : Metode Penelitian: Membahas metode pengumpulan data, analisis data, dan pengujian hipotesis.

Bab 4 : Menjelaskan hasil penelitian dan membahasnya.

Bab 5 : Menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka: Daftar referensi yang digunakan dalam

penulisan skripsi ini disertakan. Data mentah dan perhitungan statistik dilampirkan untuk mendukung penelitian ini.