

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Relevan

Permasalahan yang peneliti angkat mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap harga saham pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2023”. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan oleh Suhardiyah et al. (2021) menyatakan bahwa CSR berpengaruh jelas dan signifikan terhadap kualitas perusahaan tambang batu bara. Hasil didapat setelah melalui uji hipotesis menggunakan uji-t diperoleh nilai signifikan $< 0,05$. Dimana angka tersebut menunjukkan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rabiah et al. (2023) menunjukkan bahwa Hasil uji regresi parsial dengan menggunakan Random Effect Model (REM) menunjukkan terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Harga Saham pada tingkat signifikan $\alpha = 0.05$, terlihat dari hasil uji t yang dilakukan, diperoleh t-hitung sebesar 3.092436 dengan probabilitas sebesar $0.0038 < 0.05$, dari hasil penelitian persamaan regresi diatas terlihat bahwa Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan positif 3.689924 untuk CSR, artinya setiap perubahan 1 nilai CSR maka Harga saham akan mengalami kenaikan sebesar 3.689924 satuan. Dalam hal ini faktor lain dianggap tetap, artinya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Harga Saham.

Pada penelitian Afiatin et al. (2020) membandingkan CSR pada beberapa perusahaan. Perusahaan J memiliki nilai (CSR Dj) yang paling tinggi sebesar 0.69231 yang dengan harga saham sebesar Rp 3.975, - dan perusahaan yang memiliki nilai perusahaan CSR yang rendah adalah EKAD sebesar 0,10256 dengan Harga Saham sebesar Rp 515,-, KBRI sebesar 0,10256 dengan Harga Saham sebesar Rp 51,-, SRSN sebesar 0,10256 dengan harga saham sebesar Rp 50,-. Pada penelitian ini bahwa perusahaan yang mengungkapkan dan menerapkan CSR akan mempunyai citra yang baik di mata investor sehingga akan membuat harga suatu saham akan naik.

Penelitian yang dilakukan oleh Rismayanti (2020), menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham hal ini ditunjukkan dari pengujian secara simultan (Uji F) yang telah dilakukan diperoleh nilai nilai F hitung $>$ F tabel (0,05; 8; 24) atau $88,95610 > 2,36$ dan signifikan pada $0,000 < \alpha (0,05)$. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima. Sehingga CSR yang terdiri dari EcDI, EnDI, SoDI secara simultan mempengaruhi variabel harga saham pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2016-2019.

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Utomo (2019) menyatakan bahwa pengaruh CSR terhadap harga saham adalah tidak signifikan dengan koefisien regresi 90,123 dan standard error sebesar 61,912 serta nilai t sebesar 1,456 dan nilai p sebesar 0,148. Dalam penelitian ini CSR tidak berpengaruh terhadap harga saham, hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya CSR tidak berdampak langsung pada harga saham.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Nani (2021) bahwa Harga saham perusahaan sub sektor sawit terlihat turun secara signifikan sebesar 1,44 persen akibat terjadinya kebakaran hutan. Mayoritas saham perusahaan sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) turun. Terdapat tujuh belas saham perusahaan yang bergerak pada perusahaan sektor sawit di pasar modal Indonesia. Dari keseluruhan saham perusahaan tersebut sepuluh saham melemah dalam sepekan, salah satunya Saham PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk turun 0,56 persen dalam sepekan. Kemudian ada 3 saham yang menguat pada September 2019 salah satunya adalah Saham PT Astra Agro Lestari Tbk menguat 5,57 persen dalam sepekan. Lalu empat saham mengalami stagnan salah satunya pada saham PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG) di posisi Rp330.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan bagian dari komitmen suatu perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan etika berbisnis. Etika bisnis yang dimaksudkan, suatu perusahaan aspek lingkungan di sekitarnya. Komitmen yang dimiliki perusahaan terhadap kewajiban yang dimiliki. Kewajiban perusahaan salah satunya ialah mengutamakan kepentingan *stakeholder* perusahaan (Budiasni dan Darma, 2020).

CSR adalah salah satu usaha terhadap kepedulian berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan sehingga pihak perusahaan harus melihat bahwa CSR bukan program paksaan namun bentuk rasa kemanusiaan terhadap sesama (Murcitaningrum, 2013).

Berdasarkan UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mewajibkan perusahaan menyisihkan 2% dari laba. Besarnya CSR sekitar 2%

sampai 5%, CSR tidak boleh melebihi dari 5% dari laba. Kewajiban soal pemberian CSR tersebut hanya terbatas pada perseroan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam (Sutrisno, 2019).

2.2.1 Komponen *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial memiliki tujuh komponen utama yakni (Wibisono, 2007):

1. Perlindungan lingkungan

Perlindungan lingkungan dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk *social control* yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan.

2. Perlindungan dan keamanan karyawan

Perlindungan karyawan merupakan suatu kewajiban dan tolak ukur suatu perusahaan demi menghormati karyawan.

3. Interaksi dan partisipasi antara perusahaan dan masyarakat

Peran masyarakat yakni menentukan kebijakan perusahaan demi menjaga koordinasi untuk mencapai sinergi.

4. Pemimpin dan pemilik saham

Pihak yang paling penting dalam merealisasikan keuntungan perusahaan.

5. Penanganan produk dan pelanggan

Demi mencapai banyak keuntungan tentunya perusahaan harus menjaga kepuasan pelanggan

6. Pemasok

Pemasok merupakan pihak yang memiliki kendali dalam proses distribusi.

7. Komunikasi dan pelaporan

Berkomunikasi dan terbuka terhadap laporan yang tercermin dalam sistem informasi yang mendukung pengambilan keputusan.

2.2.2 Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)

Terdapat 16 prinsip CSR yang dikemukakan oleh pakar CSR di *University of Bath* di Inggris pada tahun 1998 (Wibisono, 2007):

1. **Prioritas Perusahaan.** Perusahaan harus menganggap tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama pembangunan berkelanjutan. Sehingga perusahaan dapat merumuskan kebijakan, rencana dan praktik untuk menjalankan kegiatan bisnis secara bertanggung jawab secara sosial
2. **Manajemen Terpadu.** Manajer sebagai pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan rencana ke dalam aktivitas bisnisnya sebagai elemen fungsi manajemen.
3. **Proses perbaikan.** Semua kebijakan, program, dan kinerja sosial harus terus dinilai berdasarkan temuan terbaru, memahami kebutuhan sosial, dan menerapkan standar sosial tersebut secara global.
4. **Pendidikan karyawan.** Karyawan sebagai pemangku kepentingan utama perlu meningkatkan keterampilan dan keahliannya, sehingga perusahaan perlu memotivasi karyawannya melalui program pendidikan dan pelatihan

5. Pengkajian. Apa yang dilakukan perusahaan sebelumnya, kegiatan harus terlebih dahulu melakukan penelitian dampak sosial yang akan ditimbulkan. Aktivitas ini dijalankan tidak hanya saat aktivitas dimulai, tetapi juga sebelum aktivitas dihentikan atau ditutup.
6. Produk dan layanan. Sebuah perusahaan harus selalu mengembangkan produk dan layanan yang tidak memiliki efek sosial negatif.
7. Informasi yang dapat diakses secara umum. Memberikan informasi dan, jika perlu, mendidik konsumen, pengecer, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan, dan pembuangan suatu produk/layanan.
8. Fasilitas dan operasi. Pengembangan, desain dan pengoperasian fasilitas dan pelaksanaan kegiatan, dengan mempertimbangkan pengetahuan tentang dampak sosial dari kegiatan perusahaan.
9. Penelitian. Melakukan atau mendukung dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan bisnis kami. Penyelidikan itu sendiri dilakukan untuk mengurangi atau menghilangkan dampak buruk dari kegiatan tersebut.
10. Prinsip Pencegahan. Memodifikasi pembuatan, pemasaran, dan/atau penggunaan barang dan jasa agar sesuai dengan temuan terbaru. Kegiatan ini dilakukan sebagai inisiatif untuk mencegah dampak buruk bagi masyarakat.

11. Kontraktor dan pemasok. Mendorong kontraktor dan pemasok untuk menerapkan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan. Jika perlu, kami akan memenuhi tanggung jawab sosial kami sebagai bagian dari persyaratan kegiatan bisnis kami.
12. Siaga darurat. Perusahaan perlu mengembangkan dan mengembangkan rencana untuk menghadapi keadaan darurat. Selain itu, jika terjadi situasi berbahaya, perusahaan perlu bekerja sama dengan layanan darurat, pihak berwenang, dan masyarakat.
13. Transfer Best Practice. Selama kita mengambil tanggung jawab sosial di semua industri dan sektor publik, kita akan berkontribusi pada pengembangan dan relokasi bisnis praktis.
14. Berikan donasi. Donasi ini ditujukan untuk mengembangkan usaha patungan, kebijakan publik, bisnis, pemerintah, antar sektor dan lembaga pendidikan yang membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.
15. Keterbukaan (*disclosure*). Menumbuhkan budaya keterbukaan dan dialog di lingkungan perusahaan dan berkomunikasi dengan publik. Selain itu, perusahaan harus mampu memprediksi dan merespon potensi risiko yang mungkin timbul, serta dampak negatif dari operasi, produk, pemborosan, dan layanan.
16. Hasil dan laporan. Menilai hasil kinerja sosial, secara berkala melakukan audit sosial dan meninjau hasil sesuai dengan standar perusahaan dan peraturan perundangundangan, dan

mengkomunikasikan informasi ini kepada dewan direksi, pemegang saham, karyawan, dan publik.

2.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Yunara (2019) manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan yakni :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citraperusahaan .
2. Mendapatkan lisesnsi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi oprasional usaha.
5. Membuka peluang pasar lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) membantu menjaga dan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, sehingga publik dapat mengevaluasi perusahaan secara independen. Dengan memperoleh izin atau lisensi yang sah untuk beroperasi secara sosial, yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban sosial di samping kegiatan yang berorientasi pada laba.(Yunara, 2019)

2.2.4 Laporan Keberlanjutan *Global Reporting Initiative*

Global Reporting Initiative (GRI) adalah organisasi nirlaba yang mempromosikan keberlanjutan ekonomi, ekologis dan sosial. GRI memberi semua bisnis dan organisasi kerangka kerja yang komprehensif dan luas untuk laporan

keberlanjutan di seluruh dunia. Laporan keberlanjutan yang disusun berdasarkan kerangka pelaporan GRI mengemukakan keluaran dan hasil yang terjadi dalam suatu periode laporan tertentu dalam konteks komitmen organisasi, strategi, dan pendekatan manajemennya. Laporan dapat digunakan untuk tujuan berikut, di antaranya (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 3):

- a. Patok banding dan pengukuran kinerja keberlanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela;
- b. Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan keberlanjutan; dan
- c. Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu.

Panduan laporan keberlanjutan berisikan prinsip-prinsip dalam mendefinisikan isi laporan dan menjamin kualitas dari informasi yang dilaporkan. Panduan juga meliputi standar pengungkapan yang terdiri atas indikator kinerja dan item pengungkapan lainnya sebagaimana halnya panduan akan topik teknis spesifik dalam pelaporan (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 3).

Indikator yang digunakan dalam menentukan standar pelaporan sosial dalam GRI terdiri atas tiga indikator, yaitu indikator ekonomi, lingkungan, dan sosial, dimana indikator sosial dijabarkan menjadi pekerja, hak asasi, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam mengungkapkan pelaporan tanggung jawab sosialnya. Berikut adalah aspek-aspek dalam indikator-indikator pada standar pengungkapan menurut GRI (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 25)

A. Indikator Lingkungan

Dimensi lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup. Indikator lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah). Indikator tambahan lain meliputi kinerja yang berhubungan dengan biodiversity (keanekaragaman hayati), kepatuhan lingkungan, dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran lingkungan (environmental expenditure) dan dampaknya terhadap produk dan jasa.

1) Aspek Material

- a) Penggunaan bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
- b) Persentase penggunaan bahan daur ulang

2) Aspek Energi

- a) Penggunaan energi langsung dari sumberdaya energi primer.
- b) Pemakaian energi tidak langsung berdasarkan sumber primer.
- c) Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi.
- d) Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
- e) Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.

3) Aspek Air

- a) Total pengambilan air per sumber.
- b) Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
- c) Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.

- 4) Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)
- a) Lokasi dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang dilindungi atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang dilindungi.
 - b) Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang dilindungi dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang dilindungi.
 - c) Perlindungan dan pemulihan habitat.
 - d) Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
 - e) Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam daftar merah IUCN (*International Union for Conservation of Nature Red List Species*) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
- 5) Aspek Emisi, Efluen dan Limbah
- a) Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.
 - b) Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya dirinci berdasarkan berat.
 - c) Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
 - d) Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon dirinci berdasarkan berat.

- e) Nox, Sox dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
 - f) Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan. vii. Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
 - g) Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
 - h) Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspr, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III, dan IV, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
 - i) Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
- 6) Aspek produk dan Jasa
- a) Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
 - b) Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
- 7) Aspek Kepatuhan
- Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
- 8) Aspek Pengangkutan/ Transportasi
- Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.

9) Aspek Menyeluruh

Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.

B. Indikator Ekonomi

Kinerja ekonomi menunjukkan aliran dana di antara para pemegang kepentingan dan dampak ekonomi utama organisasi terhadap masyarakat. Performa finansial merupakan pemahaman dasar dari sebuah organisasi dan keberlanjutannya. Informasi ekonomi biasanya dirangkum dalam laporan finansial. Yang sangat sedikit dilaporkan adalah kontribusi organisasi terhadap keberlanjutan sistem ekonomi yang lebih luas, oleh karena itu GRI memberikan poin-poin yang dapat diungkapkan dalam pelaporan tahunan, sehubungan dengan aspek ekonomi secara lebih luas lagi.

1) Aspek Kinerja Ekonomi

- a) Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
- b) Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
- c) Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
- d) Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.

2) Aspek Kehadiran Pasar

- a) Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.

- b) Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi yang signifikan.
 - c) Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
- 3) Aspek Dampak Ekonomi tidak langsung
- a) Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
 - b) Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.

C. Indikator Sosial

Dimensi sosial dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi di mana perusahaan beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI menentukan aspek kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

- 1) Praktek Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak Praktek tenaga kerja didasarkan atas standar internasional yang diakui, termasuk:
- a. *United Nations Universal Declaration of Human Rights and its Protocols.*
 - b. *United Nations Convention: International Covenant on Civil and Political Rights.*
 - c. *United Nations Convention: International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights.*

d. *ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work of 1998 (in particular the eight core convention of the ILO); dan*

e. *The Vienna Declaration and Programme of Action.*

f. Adapun aspek-aspek yang diungkapkan dalam praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak adalah:

i. Aspek Pekerjaan

1. Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.

2. Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.

3. Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.

ii. Aspek Tenaga Kerja/Hubungan Manajemen

1. Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar menawar kolektif tersebut.

2. Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.

iii. Aspek Kesehatan dan Keselamatan Jabatan

1. Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia kesehatan dan keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.

2. Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
 3. Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/ berbahaya.
 4. Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
- iv. Aspek Pelatihan dan Pendidikan
1. Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
 2. Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
 3. Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
- v. Aspek Keberagaman dan Kesempatan Setara
1. Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
 2. Perbandingan/ rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/ kategori karyawan.

2) Hak Asasi manusia

Indikator kinerja hak asasi manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemilihan supplier/ kontaktor. Indikator ini meliputi pelatihan mengenai hak asasi manusia bagi karyawan dan aparat keamanan, sebagaimana juga bagi nondiskriminasi, kebebasan berserikat, tenaga kerja anak, hak adat, serta kerja paksa, dan kerja wajib (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 32).

1) Aspek praktik Investasi dan Pengadaan

- a) Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
- b) Persentase pemasok dan kontaktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/filtrasi atas aspek HAM.
- c) Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.

2) Aspek Nondiskriminasi

Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.

3) Aspek kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul

Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang teridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.

a) Aspek Pekerja Anak

Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.

b) Aspek Kerja Paksa dan Kerja Wajib

Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.

c) Aspek Praktik/Tindakan Pengamanan

Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.

d) Aspek Hak Penduduk Asli

Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.

3) Masyarakat

Indikator kinerja masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari

interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 35).

a) Aspek Komunitas

Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.

b) Aspek Korupsi

- i. Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
- ii. Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
- iii. Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.

c) Aspek Kebijakan Publik

- i. Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
- ii. Nilai kontributif finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.

d) Aspek Kelakuan Tidak Bersaing

Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktik monopoli serta sanksinya.

e) Aspek Kepatuhan

Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.

4) Tanggung Jawab Produk

Indikator kinerja tanggung jawab produk membahas aspek produk dari organisasi pelapor dan serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 37).

a) Aspek Kesehatan dan Keamanan Pelanggan

- i. Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
- ii. Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.

b) Aspek Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa

- i. Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
- ii. Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
- iii. Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.

c) Aspek Komunikasi Pemasaran

- i. Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
- ii. Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.

d) Aspek Keleluasaan Pribadi (*privacy*) Pelanggan

Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (*privacy*) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

e) Aspek Kepatuhan

Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa. Dari ke-34 aspek tersebut terdapat 79 informasi baik inti maupun informasi tambahan yang merupakan standar pengungkapan laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan menurut *Global reporting Initiative*.

2.2.5 Teori Sinyal

Teori sinyal (*Signaling Theory*) berfokus pada bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada pihak eksternal, terutama investor, untuk menunjukkan kinerja atau prospek perusahaan. Menurut Spence (1973), pengungkapan CSR dapat berfungsi sebagai sinyal positif yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Dalam pasar saham, pengungkapan ini memberikan informasi

tambahan yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan menarik minat investasi, sehingga berdampak pada kenaikan harga saham.

2.2.6 Teori legitimasi

Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*) menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu menjalankan kegiatannya sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat (Suchman, 1995). Dalam konteks ini, perusahaan berusaha memperoleh “legitimasi sosial” melalui praktik-praktik seperti pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR), sebagai bentuk upaya untuk menunjukkan bahwa aktivitas mereka sejalan dengan ekspektasi masyarakat. Di industri pertambangan yang rentan terhadap kritik publik terkait eksploitasi sumber daya alam dan kerusakan lingkungan, pengungkapan CSR menjadi alat penting untuk mempertahankan legitimasi. Pengungkapan yang transparan dan bertanggung jawab mengenai program sosial, ekonomi, maupun lingkungan menunjukkan komitmen perusahaan untuk beroperasi secara etis dan bertanggung jawab. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh pada citra perusahaan dan dapat meningkatkan kepercayaan investor yang berdampak terhadap harga saham.

2.2.7 Teori Stakeholder

Teori stakeholder (*Stakeholder Theory*) dikembangkan oleh Freeman (1984), menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham (shareholder), tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholder) yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Stakeholder ini mencakup karyawan, masyarakat sekitar, pelanggan, pemerintah, hingga investor. Dalam penerapan CSR, pendekatan stakeholder menjadi penting karena menunjukkan bagaimana perusahaan mempertimbangkan kepentingan

berbagai pihak dalam pengambilan keputusan bisnisnya. CSR tidak hanya menjadi alat untuk mencapai kepatuhan hukum, tetapi juga sarana membangun hubungan positif dengan stakeholder. Perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap kepentingan sosial dan lingkungan akan lebih dipercaya oleh publik dan investor, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi pasar dan meningkatkan harga saham perusahaan.

2.3 Harga Saham

2.3.1 Pengertian Harga Saham

Menurut Jones (2007), saham biasa merepresentasikan proporsi kepemilikan dalam suatu entitas korporasi, yang juga dikenal sebagai ekuitas pemegang saham. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa saham berfungsi sebagai instrumen yang mengindikasikan adanya partisipasi modal atau kepemilikan individual maupun institusional dalam suatu perusahaan. Secara fisik, selembar saham merupakan dokumen yang mengkonfirmasi status kepemilikan seseorang atau badan usaha atas sebagian aset perusahaan penerbit, terlepas dari besaran persentase kepemilikan yang tercantum.

Harga saham sering dicatat berdasarkan perdagangan terakhir pada hari bursa sehingga sering disebut harga penutupan, oleh karena itu harga saham diukur dari harga resmi berdasarkan transaksi penutupan terakhir pada hari bursa (Mudji dan Mudjilah, 2003: 125).

2.3.2 Faktor yang Memengaruhi Harga Saham

Menurut Weston dan Brigham (2001: 26) dalam penelitian Putri (2013) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi saham yakni:

A. *Earning per Share*

Dalam suatu perusahaan memiliki investor yang berinvestasi saham perusahaan tersebut, para investor akan menerima laba atas sahamnya. Semakin tinggi laba per saham yang dihasilkan maka semakin tinggi tingkat kepercayaan para investor terhadap perusahaan karena dengan begitu perusahaan akan memberikan pengembalian yang cukup baik, hal ini akan mendorong investor untuk menambah investasinya pada perusahaan tersebut, sehingga harga saham perusahaan makin meningkat.

B. Tingkat Bunga

Tingkat bunga mempengaruhi harga saham dengan:

- 1) Memengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dan obligasi, apabila suku bunga naik, maka investor akan mendapatkan hasil yang lebih besar dari obligasi, oleh sebab itu investor akan menjual saham mereka dan menukarnya dengan obligasi. Penjualan saham akan menurunkan harga saham, dan begitu sebaliknya.
- 2) Memengaruhi laba perusahaan, hal ini terjadi jika karena bunga adalah biaya, makin tinggi bunga, makin rendah laba perusahaan dan suku bunga memengaruhi kegiatan ekonomi sehingga akan memengaruhi laba perusahaan.

C. Jumlah Kas Dividen yang Dibagikan

Kebijakan dalam membagikan dividen ada dua hal, pertama laba perusahaan dibagikan kepada pemegang saham dengan membagi dividen, dan sisanya laba

lainnya akan disisihkan sebagai laba ditahan. Peningkatan pembagian dividen merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham karena jumlah kas dividen yang besar diinginkan oleh investor, sehingga investor akan menambah jumlah kepemilikan saham, sehingga harga saham akan meningkat.

D. Jumlah Laba yang Didapat Perusahaan

Informasi laba yang didapat perusahaan tercantum pada laporan keuangan. Pada umumnya investor melakukan investasi di perusahaan yang menghasilkan profit yang cukup baik karena mencerminkan kinerja perusahaan, dan prospek yang lebih baik di masa datang sehingga investor tertarik untuk berinvestasi. Investasi yang bertambah di suatu perusahaan karena banyaknya investor yang tertarik pada saham perusahaan tersebut akan meningkatkan penawaran terhadap saham yang akibatnya akan menaikkan harga saham perusahaan.

E. Tingkat Risiko dan Tingkat Pengembalian

Jika tingkat risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan perusahaan meningkat, maka akan memengaruhi harga saham perusahaan. Biasanya makin tinggi risiko maka makin tinggi pula tingkat pengembalian yang diharapkan investor (high risk high return). Tingkat pengembalian yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk membeli saham suatu perusahaan, pengembalian ini dapat berupa dividen. Dividen yang tinggi ini akan menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan. Minat yang tinggi dari investor akan meningkatkan penawaran terhadap saham yang selanjutnya juga akan menaikkan harga saham perusahaan.

Menurut Alwi dalam Ervinah (2012: 31) ada beberapa faktor yang memengaruhi harga saham, yaitu:

A. Faktor Internal (Lingkungan Mikro)

- 1) Pengumuman tentang pemasaran, produksi, penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan produk, dan laporan penjualan. Pengumuman-pengumuman tersebut terdapat di laporan tahunan perusahaan yang mencerminkan informasi tentang produk dan pemasaran. Semakin luas dan baik informasi yang diungkapkan perusahaan, akan menambah informasi yang dibutuhkan oleh investor, sehingga investor lebih percaya dengan kinerja perusahaan dan prospek perusahaan yang semakin baik. Minat investor terhadap saham perusahaan akan membuat harga saham perusahaan naik.
- 2) Pengumuman pendanaan (*financing announcements*), seperti pengumuman yang berhubungan dengan ekuitas dan utang. Ekuitas dan utang merupakan informasi finansial yang penting ketika hendak berinvestasi. Ketika informasi ini dinilai baik oleh investor, akan semakin banyak investasi terhadap perusahaan yang menyebabkan harga saham naik, akan tetapi ketika informasi dinilai kurang baik, maka banyak investor yang tidak tertarik, bahkan menarik pendanaan dari perusahaan tersebut yang akan membuat turunnya harga saham.
- 3) Pengumuman badan direksi manajemen (*management-board of director announcements*) seperti perubahan dan pergantian direktur, manajemen, dan struktur organisasi. Badan direksi manajemen berisi orang-orang

yang menjalankan perusahaan. Ketika ada suatu pergantian dalam badan direksi, investor akan mencari informasi tentang perubahan tersebut, apabila pergantian dalam badan direksi diyakini akan membawa manfaat bagi perusahaan, akan menyebabkan semakin banyak investor yang berinvestasi di perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya.

- 4) Pengumuman pengambilalihan diversifikasi, seperti laporan merger, investasi ekuitas, laporan *take over* oleh pengakuisisian dan diakuisisi, laporan divestasi dan lainnya.
- 5) Pengumuman investasi (*investment announcements*), seperti melakukan ekspansi pabrik, pengembangan riset, dan penutupan usaha lainnya. Pengumuman investasi mencerminkan keadaan dan kinerja perusahaan, apabila pengumuman dinilai baik, maka investor akan membeli saham perusahaan, apabila pengumuman dinilai tidak baik, maka investor akan menjual sahamnya.
- 6) Pengumuman ketenagakerjaan (*labour announcements*), seperti negosiasi baru, kontrak baru, pemogokan dan lainnya. Informasi ini merupakan salah satu informasi pengungkapan CSR. Hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawan akan menciptakan lingkungan kerja yang baik dan kegiatan operasional berjalan lancar. Apabila informasi dinilai baik, maka investor akan berinvestasi pada perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya.
- 7) Pengumuman laporan keuangan perusahaan, seperti peramalan laba sebelum akhir tahun fiskal dan setelah akhir tahun fiskal, *earning per share* (EPS) dan *dividen per share* (DPS), *price earning ratio*, *net profit*

margin, return on assets (ROA), dan lain-lain. Informasi finansial masih merupakan informasi yang paling penting bagi investor, apabila kondisi keuangan perusahaan baik, dan memiliki prospek yang menjanjikan, maka akan semakin banyak investor yang berinvestasi, dan menyebabkan naiknya harga saham perusahaan.

B. Faktor Eksternal (Lingkungan Makro)

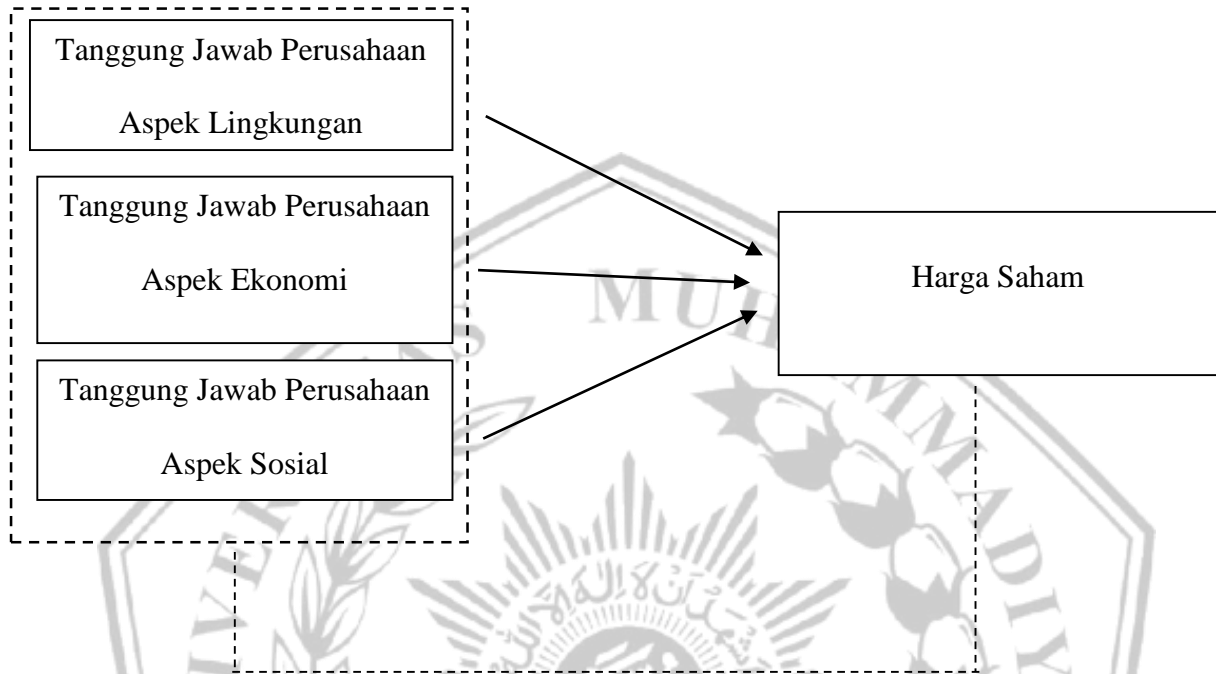
- 1) Pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, inflasi, serta berbagai regulasi dan deregulasi ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Ketika suatu perusahaan taat pada regulasi pemerintah, maka hal itu akan menjadi suatu nilai tambah bagi perusahaan, dan membuat investor semakin yakin untuk berinvestasi pada perusahaan.
- 2) Pengumuman hukum (*legal announcements*), seperti tuntutan karyawan terhadap perusahaan atau terhadap manajernya. Apabila perusahaan menghadapi tuntutan hukum, hal tersebut akan membuat citra negatif bagi perusahaan. Citra yang negatif ini akan membuat investor tidak akan berinvestasi pada perusahaan, dan menjual kepemilikan sahamnya, hal ini akan menurunkan harga saham perusahaan.
- 3) Pengumuman industri sekuritas (*securities announcements*), seperti laporan pertemuan tahunan, insider trading, volume atau harga saham perdagangan, pembatasan/penundaan trading. Industri sekuritas merupakan salah satu hal yang mempengaruhi harga saham, karena apabila industri sekuritas secara umum dinilai baik, maka menunjukkan bahwa kondisi pasar juga sedang baik.

- 4) Gejolak politik dalam negeri dan fluktuasi nilai tukar juga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan pada terjadinya pergerakan harga saham di bursa efek suatu negara.
- 5) Berbagai isu baik dari dalam negeri dan luar negeri. Isu-isu yang dinilai negatif akan menjatuhkan citra perusahaan di mata publik, hal ini dapat menurunkan harga saham perusahaan, karena banyaknya investor yang melepaskan kepemilikan sahamnya.



2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, maka kerangka konsep dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Skema Penelitian Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Harga Saham

- Pengaruh persial = Pengaruh interaksi masing-masing variabel independen indikator lingkungan, indikator ekonomi, dan indikator sosial pada *Corporate Social Responsibility* terhadap harga saham
- Pengaruh simultan = Pengaruh interaksi variabel independen indikator lingkungan, indikator ekonomi, indikator sosial pada *Corporate Social Responsibility* secara keseluruhan terhadap harga saham

2.4.1. Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan Aspek Sosial terhadap Harga Saham Perusahaan

Indikator lingkungan pada GRI menunjukkan bagaimana proses kegiatan operasi perusahaan memengaruhi lingkungan. Semakin berkembangnya perusahaan pertambangan maka semakin banyak kerusakan lingkungan yang terjadi karena kegiatan perusahaan pertambangan seringkali melakukan eksplorasi dalam mencari bahan-bahan mentah. Maraknya kasus perusahaan pertambangan batubara merusak ekosistem bahkan bencana yang merugikan penduduk sekitar.

Penurunan saham yang terjadi pada beberapa perusahaan diakibatkan kasus pencemaran, bahkan kemungkinan besar bisa bangkrut karena kerusakan yang sangat merugikan bagi lingkungan dan penduduk sekitar perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa informasi lingkungan yang dipengaruhi oleh kegiatan operasi perusahaan dapat mempengaruhi oleh kegiatan operasi perusahaan dapat mempengaruhi keputusan investor dan pemegang saham. Dapat disimpulkan, semakin sedikit dampak yang ditimbulkan perusahaan pada lingkungan, dan makin peduli perusahaan terhadap lingkungan akan membawa dampak positif bagi perusahaan. Pengungkapan informasi lingkungan yang semakin membaik dan memberikan nilai positif akan meningkatkan rasa percaya terhadap perusahaan dan membuat investor makin yakin dalam berinvestasi sehingga harga saham akan semakin tinggi sebab citra perusahaan yang dimiliki.

2.4.2. Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan Aspek Ekonomi terhadap Harga Saham Perusahaan

Indikator ekonomi pada GRI menentukan luasnya pengaruh ekonomi dalam pelaporan tahunan perusahaan dan menunjukkan bagaimana aliran dana diantara pemangku kepentingan dan dampak ekonomi yang disebabkan oleh aktivitas operasi perusahaan pada masyarakat luas. Hal – hal yang mempengaruhi kinerja ekonomi meliputi biaya operasi, pendapatan, profit, tingkat bunga, EPS, dividen yang diberikan, serta informasi lain yang ada pada laporan keuangan perusahaan.

Kinerja ekonomi akan semakin baik jika diikuti oleh meningkatnya indikator ekonomi pada laporan keuangan perusahaan. Hal ini juga akan menarik para investor dalam berinvestasi dan akan membuat harga saham perusahaan semakin tinggi.

2.4.3. Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan Aspek Lingkungan terhadap Harga Saham Perusahaan

Masyarakat sekitar, para pekerja, hak asasi manusia serta tanggung jawab produk merupakan satu kesatuan dalam indikator yang mempengaruhi CSR sosial dan merupakan aspek yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dengan berbagai macam kalangan dan berbagai kepentingan yang dimiliki. Selain itu, aktivitas sosial perusahaan yang baik akan memberikan nilai positif pada kinerja finansial perusahaan dan meningkatkan minat investor untuk membeli saham. Hal ini diakibatkan oleh meningkatnya performa tenaga kerja, seluruh pegawai perusahaan yang terpenuhi hak-haknya dan terdapat hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga terciptanya kepercayaan dalam masyarakat atas produk yang dihasilkan.

2.5 Hipotesis

- H1. Tanggung jawab perusahaan aspek lingkungan berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2023
- H2. Tanggung jawab perusahaan aspek ekonomi berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2023.
- H3. Tanggung jawab perusahaan aspek lingkungan berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2023.
- H4. Tanggung jawab perusahaan aspek lingkungan, ekonomi, sosial berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2023.

