

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mengalokasikan sumber daya atau uang tunai kita dengan tujuan menghasilkan keuntungan yang lebih besar pada akhirnya dikenal sebagai investasi. Untuk mempersiapkan kebutuhan masa depan, seperti dana pensiun, dana sakit, dan pendidikan, sangat penting untuk memulai investasi sejak dini. Investasi tidak hanya menyisihkan uang untuk masa depan, tetapi juga melindungi properti kita dari inflasi yang tidak menentu. Tujuan investasi aktual harus mengarahkan pemilihan alat investasi yang tersedia. Ini termasuk saham, emas, real estate, nilai tukar mata uang asing, dan tabungan atau deposito berjangka. Secara umum, seseorang dapat melakukan investasi dalam jangka pendek, menengah, atau panjang. Contoh investasi jangka panjang adalah deposito, saham, reksa dana, dan real estate. Salah satu jenis investasi jangka menengah adalah dengan investasi emas, sedangkan yang lebih pendek adalah dengan investasi valuta asing. Pilihan sarana investasi harus didasarkan pada pemahaman investor terhadap risiko yang terkait dan tujuannya. Jika kita memiliki pemahaman yang kuat tentang instrumen investasi yang akan kita pilih, akan jauh lebih mudah untuk mengurangi risiko saat ini. Investasi pada aset seperti real estate, emas, tabungan, dan nilai tukar mata uang asing memiliki risiko yang lebih rendah daripada investasi saham. Investor yang ingin berpartisipasi di pasar modal saham tetapi tidak memahaminya dapat menggunakan instrumen investasi reksa dana. Dengan reksa dana, investor akan diawasi oleh manajer investasi atau tenaga ahli lainnya dan akan memperoleh imbal hasil atas dana yang ditempatkan di pasar modal. (Lucarelli et al, 2024).

Keuntungan yang diperoleh dari investasi saham disebut dengan return saham. Dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa tujuan utama investasi adalah untuk memperoleh keuntungan dari modal yang ditanam. Return Saham adalah istilah untuk melihat apakah investor mendapatkan keuntungan atau kerugian dari kepemilikan saham dalam jangka waktu tertentu. Return saham dapat dilihat dengan menghitung harga jual saham saat ini dikurangi dari harga beli awal dan ditambahkan dengan keuntungan investor yang diberikan perusahaan. Kemudian

hasilnya dibagi dengan harga beli awal dan dikalikan dengan 100 persen. Hasil ini dapat menunjukkan seberapa efektif investasi dalam menghasilkan keuntungan (Jao et al, 2023).

Return saham memegang peran krusial karena perannya sebagai tolak ukur keberhasilan investasi, pendorong motivasi investor, alat perbandingan berbagai opsi penanaman modal, penyedia gambaran potensi keuntungan di masa mendatang, serta instrumen evaluasi kinerja perusahaan. Oleh sebab itu return saham menjadi faktor kunci yang mendorong investor ikut berpartisipasi di pasar saham. Dengan mempertimbangkan tingkat return dan risiko, investor berupaya memaksimalkan keuntungan pada level risiko yang dapat diterima atau sebaliknya, mencapai return tertentu dengan risiko serendah mungkin. Sebelum menanamkan modal, reputasi perusahaan merupakan komponen penting dalam menilai potensi return dan risiko (Sanitha dkk, 2023).

Dampak yang diterima oleh pemangku kepentingan oleh aktivitas bisnis membentuk reputasi perusahaan, yang dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap return saham karena reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor dengan mengurangi asimetri informasi dan persepsi risiko, sehingga investor lebih bersedia membayar premi harga saham dan mempertahankannya lebih lama. Selain itu, reputasi unggul mempermudah akses pendanaan dengan biaya lebih rendah, memperkuat loyalitas pelanggan serta mitra usaha yang menjaga stabilitas pendapatan, dan mencerminkan praktik tata kelola serta manajemen risiko yang baik. Secara serentak faktor-faktor ini membuat saham perusahaan bereputasi cenderung memiliki volatilitas lebih rendah, return yang lebih stabil atau superior, dan mampu menarik minat investor institusional dalam jangka panjang (Zeyun et al, 2022).

Perspektif filosofis tentang pengelolaan organisasi mengalami pergeseran. Pada awalnya, konsep entitas bisnis didasarkan pada teori keagenan, yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan hanya berpusat pada keuntungan pengelola (agen) dan prinsip pemilik perusahaan. Namun, pandangan manajemen kontemporer, yang didasarkan pada teori pemangku kepentingan (stakeholder theory), memperluas tanggung jawab perusahaan dengan asumsi bahwa pencapaian

tujuan pemilik perusahaan merupakan bagian dari tanggung jawab mereka (Kholis et al, 2003).

Awalnya hal ini membantu menciptakan keunggulan kompetitif dengan berfokus pada aspek non-ekonomi. Ternyata seiring dengan berjalananya waktu, CSR berkembang menjadi alat strategi perusahaan yang memungkinkan adanya diferensiasi dan keunggulan kompetitif dengan menggabungkan tujuan akademik dan komersial. CSR juga merupakan bidang manajemen yang dapat memberikan kemungkinan akan adanya diferensiasi yang sangat kompetitif dengan menggabungkan tujuan pasar dan masyarakat, dan karena manfaat gandanya tersebut CSR dapat menjadi platform strategi bisnis untuk pemasaran. CSR adalah prioritas bisnis yang membantu pengembangan sikap positif di antara konsumen dan perusahaan (Chunhui Huo et al, 2022).

CSR adalah bagian penting dari pendekatan strategis pemasaran karena dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan untuk mencapai keinginan konsumen, membuat konsumen percaya terhadap perusahaan, dan menciptakan pandangan positif tentang produk dan perusahaan. Seperti yang dinyatakan dalam UU Republik Indonesia No. 40 Tahun (2007) Pasal 1 Nomor 3 tentang Perseroan Terbatas, Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perseroan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan umum. Oleh karena itu, di Indonesia, CSR dianggap penting dan wajib. Kemudian ditambahkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun (2012), yang secara komprehensif membahas aspek tanggung jawab sosial dan lingkungan. Semua perusahaan yang memengaruhi lingkungan dan sumber daya alam, baik perusahaan yang mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam maupun perusahaan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam harus mematuhi kewajiban dan aturan.

Akuntansi Hijau (Green Accounting), juga dikenal sebagai Akuntansi Lingkungan, adalah salah satu cara untuk menerapkan teori stakeholder dan mempengaruhi reputasi perusahaan. Di sini, "akuntansi hijau" berarti akuntansi yang memasukkan anggaran atau biaya lingkungan dalam operasi bisnis. Green

accounting adalah akuntansi yang menemukan, mengukur, menunjukkan, dan mengungkapkan biaya dan manfaat tidak langsung dari operasi perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial (GuanghuiChang et al, 2024). Sejak tahun 1970-an, konsep akuntansi hijau telah berkembang di Eropa. Tekanan dari lembaga non-pemerintah dan peningkatan kesadaran lingkungan mendorong konsep ini. Perusahaan akan diminta untuk menerapkan pengelolaan lingkungan dan aktivitas bisnis oleh Green Accounting. Dengan menerapkan akuntansi hijau, diharapkan kelestarian lingkungan akan meningkat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan menilai kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya (lingkungan) dan manfaat atau efek (ekonomi), serta menghasilkan efek perlindungan lingkungan (Dewi et al, 2022).

Sudah menjadi rahasia umum bahwa Indonesia memiliki banyak sumber daya alam, termasuk sumber daya laut, bumi, dan darat, tetapi sumber daya ini sering dieksplorasi secara berlebihan tanpa pengendalian yang tepat, yang mengakibatkan pencemaran lingkungan. Hal ini pasti akan melanggar Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun (1997) dan Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun (2009) tentang pengelolaan lingkungan hidup, yang menyatakan bahwa setiap orang harus berusaha untuk berkegiatan dalam menjaga, mengelola, dan memberikan informasi yang benar serta akurat tentang lingkungan hidup agar menjadi lebih baik dan sehat merupakan tanggung jawab mereka, karena hal ini adalah hak asasi setiap warga negara Indonesia. Seluruh biaya—biaya yang dianggarkan untuk melakukan aktivitas GA dan CSR dimasukkan ke dalam laporan keuangan dan dianggap sebagai beban atau liabilitas pada laporan laba rugi, yang mengurangi laba rugi perusahaan. Namun, seluruh informasi tentang aktivitas kegiatan yang berkaitan dengan GA dan CSR, termasuk informasi keuangan, sosial, dan lingkungan, digabungkan ke dalam satu set pelaporan akuntansi dalam laporan tahunan atau laporan berkelanjutan.

Tidak banyak peneliti yang melakukan penelitian tentang bagaimana GA memengaruhi reputasi dan return saham di pasar modal yang kebanyakan peneliti hanya berfokus pada pengaruh GA terhadap profitabilitas perusahaan, dan penelitian ini tampaknya sudah sangat tersebar luas. Oleh karena itu, ini akan

menjadi topik diskusi yang sangat menarik karena kedua metode penerapan teori pemangku kepentingan tersebut memiliki kemungkinan besar untuk mempengaruhi reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan dan diharapkan dapat berdampak positif pada return saham.

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau Bursa Efek Indonesia (IDX) yang beroperasi di Indonesia adalah salah satu cara untuk memberikan dana untuk berinvestasi. PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) berhasil mencatatkan pencapaian baru dalam jumlah investor saham. Hingga akhir tahun 2024, BEI telah mencatat pertumbuhan lebih dari 744 ribu investor baru, melampaui 6 juta single investor identification (SID), atau lebih tepatnya 6.001.573 SID. Peningkatan jumlah investor disebabkan oleh kerja sama dan kontribusi yang dilakukan oleh Self-Regulatory Organization (SRO) dengan dukungan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berbagai pemangku kepentingan pasar modal seperti Anggota Bursa, Perusahaan Tercatat, dan komunitas pasar modal lainnya dalam melakukan sosialisasi investasi di pasar modal. Di Indonesia BEI telah menjangkau lebih dari 19,1 juta orang melalui lebih dari 17.083 kegiatan edukasi pasar modal. Investor lokal tetap mendominasi kepemilikan saham di BEI pada tahun 2024 dengan 51,5% berbanding 48,5% kepemilikan investor asing. Investor individu juga mendominasi dengan 53,3%, dengan 38,3% kepemilikan investor institusi dalam negeri dan 15% kepemilikan investor individu berbanding 46,6% kepemilikan investor institusi (Simon, 2024).

Jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI terus meningkat per 19 Juli 2024 tercatat 934 emiten terdaftar, dan menurut data terbaru per 2 Desember 2024 jumlahnya mencapai 941 perusahaan. Dari seluruh perusahaan tersebut BEI mengelompokkan kepada 12 sektor utama yaitu sektor energi (*energy*), sektor barang baku (*basic materials*), sektor perindustrian (*industrials*), sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*), sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*), sektor kesehatan (*healthcare*), sektor keuangan (*financials*), sektor properti & real estat (*properties & real estate*), sektor teknologi (*technology*), sektor infrastruktur (*infrastructures*), sektor transportasi & logistik (*transportation & logistics*) dan sektor produk investasi tercatat (*listed investment products*) (Indonesia Stock Exchange (IDX), 2025).

Namun dalam hal ini sektor yang paling berpengaruh terhadap dampak lingkungan, ekonomi dan sosial adalah sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*) dikarenakan skala produksinya yang masif membutuhkan energi, air, dan lahan dalam volume besar sehingga menimbulkan emisi gas rumah kaca serta limbah padat dan cair yang signifikan. Rantai pasoknya yang panjang mulai dari pertanian dan peternakan hingga pengolahan, distribusi, dan ritel membawa risiko deforestasi, polusi air, dan penggunaan bahan baku yang tidak berkelanjutan. Dari sisi ekonomi sektor ini menyumbang porsi penting terhadap PDB, menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, dan mendukung stabilitas pendapatan pemerintah melalui penerimaan pajak, dengan permintaan yang terus-menerus memberikan efek pengganda pada sektor terkait. Dan secara sosial ketersediaan produk kebutuhan pokok memengaruhi gizi, kesehatan, dan kualitas hidup masyarakat, sementara praktik bisnisnya seperti kebijakan upah dan hak buruh langsung menentukan kesejahteraan komunitas di sepanjang rantai nilai. Ditambah lagi regulasi yang ketat dan pengawasan konsumen terhadap isu lingkungan dan kesehatan membuat setiap inefisiensi atau pelanggaran di sektor ini cepat memengaruhi reputasi perusahaan serta kehidupan jutaan orang. Barang Consumer Non-Cyclicals juga disebut barang konsumen primer, mencakup perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan barang kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, produk perawatan rumah tangga, dan kebersihan yang permintaannya relatif stabil sepanjang tahun dan tidak terpengaruh oleh perubahan musim atau ekonomi. Karakteristik ini membuat saham di sektor tersebut cenderung lebih tahan banting, dengan volatilitas harga yang rendah dan pendapatan yang konsisten, sehingga sering dianggap sebagai investasi defensif bagi para investor (Nadya, 2023).

Perusahaan (emiten) yang mencatat return saham stabil atau meningkat secara konsisten akan memperkuat kepercayaan investor lewat persepsi risiko yang lebih rendah sehingga memicu minat beli berkelanjutan, menurunkan cost of equity karena premi risiko yang dipersyaratkan investor lebih ringan, serta meningkatkan likuiditas pasar melalui peningkatan volume transaksi dan penyempitan bid-ask spread. Hal ini sekaligus mempermudah akses pendanaan baik melalui rights issue maupun penerbitan obligasi dengan biaya modal yang lebih kompetitif, dan

menarik alokasi dana institusi jangka panjang seperti manajer investasi dan dana pensiun. Di sisi lain kinerja andal tersebut mengokohkan reputasi perusahaan di mata mitra bisnis, kreditur, dan regulator serta membawa efek pengganda ekonomi seperti kenaikan valuasi emiten yang memacu kapitalisasi pasar, meningkatkan penerimaan pajak, dan mendukung penciptaan lapangan kerja, sehingga stabilitas korporasi berdampak nyata pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan.

Maka berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan secara rinci tentang return saham, reputasi perusahaan, praktik CSR, dan GA, dalam hal ini penulis ingin melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Praktik Corporate Social Responsibility Dan Green Accounting Terhadap Return Saham Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Mediator Pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclical Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2022-2024”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat menemukan masalah yang membuat penelitian ini dipandang sebagai hal baru. Reputasi perusahaan sangat penting karena dapat mendorong peningkatan return saham dan salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah praktik Corporate Social Responsibility yang merupakan kewajiban dan solusi untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, praktik akuntansi hijau juga sangat penting. Umumnya peneliti sebelumnya hanya melihat Green Accounting melalui aspek keuangan, dan disini peneliti akan menunjukkan bahwa Green Accounting juga dapat memberikan perhatian khusus melalui sudut pandang pemangku kepentingan. Dengan beberapa perusahaan yang bergerak pada sektor barang konsumen primer (*Consumer Non-Cyclicals*) dikarenakan banyak faktor yang memiliki dampak langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan, ekonomi dan sosial sebagai bentuk refleksi dari penerapan CSR dan GA.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, terarah, dan tidak meluas. Maka penelitian ini terbatas pada:

1. Praktik Corporate Social Responsibility dan Green Accounting (informasi diambil bukan hanya melalui laporan tahunan dan keberlanjutan, namun informasi ini akan dikumpulkan dari berbagai media).
2. Dengan dimediasi oleh reputasi perusahaan yang mungkin berdampak terhadap return saham melalui analisis yang akan dilakukan oleh penulis berdasarkan fakta dan data yang telah tersedia.
3. Emiten yang bergerak dalam sektor barang konsumen primer (Consumer Non-Cyclicals) adalah perusahaan atau emiten yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini hanya menggunakan beberapa emiten dan bukan seluruhnya, dikarenakan keterbatasan data yang dapat diakses dan diolah, maka sample yang dipilih harus memenuhi kriteria yang telah penulis tetapkan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan masalah di atas peneliti mengembangkan pertanyaan pada penelitian sebagai berikut:

1. Apakah praktik Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan?
2. Apakah praktik Corporate Social Responsibility dapat berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap return saham?
3. Apakah praktik Green Accounting berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan?
4. Apakah praktik Green Accounting berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham?
5. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham?
6. Apakah reputasi perusahaan dapat memediasi hubungan antara praktik Corporate Social Responsibility terhadap return saham?
7. Apakah reputasi perusahaan dapat memediasi hubungan antara praktik Green Accounting terhadap return saham?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dan Green Accounting (GA) memengaruhi return saham yang dimediasi oleh reputasi perusahaan. Penelitian ini juga menyelidiki latar belakang penelitian dan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Berikut ini adalah tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh praktik Corporate Social Responsibility terhadap reputasi perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh praktik Corporate Social Responsibility terhadap return saham.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh praktik Green Accounting terhadap reputasi perusahaan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh praktik Green Accounting terhadap return saham.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh reputasi perusahaan terhadap return saham.
6. Untuk menguji dan menganalisis reputasi perusahaan sebagai mediator hubungan antara praktik Corporate Social Responsibility dengan return saham.
7. Untuk menguji dan menganalisis reputasi perusahaan sebagai mediator hubungan antara praktik Green Accounting dengan return saham.

F. Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, batasan, rumusan, dan tujuan penelitian di atas, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat dan kontribusi, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti, demi meningkatkan kompetensi diri, kecerdasan intelektual, dan emosional, terutama dalam mengaplikasikan ilmu dari bangku kuliah ke dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Chief Executive Officer (CEO) perusahaan yang telah atau akan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar dapat meningkatkan atau mempertahankan performa investasi melalui return saham.

3. Bagi Pemangku Kepentingan

Sebagai acuan dan informasi baru terhadap pemangku kepentingan dalam menilai dan merancang pengambilan keputusan untuk berinvestasi melalui instrument perhitungan return saham.

4. Bagi Akademisi

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi empiris, terutama untuk mempelajari praktik akuntansi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan serta bagaimana hal-hal ini berdampak pada return saham. Selain itu diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Medan Sumatera Utara mempelajari masalah yang berkaitan dengan judul tersebut.

5. Bagi Pustaka

Perpustakaan Universitas Negeri Medan Sumatera Utara dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai sumber literatur tambahan.

