

STRATEGI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* UNTUK STABILITAS SAHAM DAN KEBERLANJUTAN BISNIS PASCA *INITIAL PUBLIC OFFERING* (IPO)

Lusiana Wahyu Eka Agustina¹; Nurita Andriani²; Muhammad Syarif³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura^{1,2,3}

Email : Lusiana.w.e.a@gmail.com¹; nurita.andriani@trunojoyo.ac.id²;
syarif@trunojoyo.ac.id³

ABSTRAK

Perusahaan yang baru saja melantai di pasar melalui Initial Public Offering (IPO) menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan stabilitas harga saham dan meyakinkan investor tentang kemampuan mereka untuk tumbuh secara berkelanjutan. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu cara yang efektif untuk membangun kepercayaan investor dengan memberikan sinyal positif terkait komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan. Pengaruh CSR terhadap daya tarik investor pasca-IPO, serta bagaimana CSR berkontribusi pada kinerja saham dan stabilitas harga saham, dibahas dalam artikel ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dan metode studi literatur. Studi literatur ini menggali berbagai referensi terkait efektivitas CSR dalam meningkatkan daya tarik investor pasca-IPO, dengan fokus pada penerapan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan Internet of Things (IoT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang transparan dan komprehensif dapat meningkatkan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta berkontribusi pada kinerja saham yang lebih baik, terutama setelah IPO. Pengungkapan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan memperkuat persepsi investor terhadap prospek jangka panjang perusahaan, sekaligus meningkatkan stabilitas harga saham dan kinerja keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengintegrasikan CSR dalam strategi bisnis mereka untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan yang berkelanjutan di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility (CSR); IPO; Daya Tarik Investor; Pengungkapan CSR; Stabilitas Harga Saham; Keberlanjutan

ABSTRACT

Companies that have just entered the market through an Initial Public Offering (IPO) face major challenges in maintaining share price stability and convincing investors of their ability to grow sustainably. Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) is an effective way to build investor trust by providing a positive signal regarding the company's commitment to social and environmental sustainability. This article discusses the influence of CSR on the attractiveness of post-IPO investors, as well as how CSR contributes to stock performance and price stability, using a descriptive research approach and literature study methods. The literature study explores various relevant sources regarding the effectiveness of CSR in increasing the attractiveness of post-IPO investors, with a focus on the application of technology such as artificial intelligence (AI) and the Internet of Things (IoT). The research results show that transparent and comprehensive CSR disclosure can improve the company's image, strengthen relationships with stakeholders, and contribute to better stock performance,

especially after the IPO. Disclosures covering economic, social, and environmental aspects strengthen investors' perceptions of the company's long-term prospects while increasing share price stability and long-term financial performance. Therefore, companies need to integrate CSR into their business strategies to ensure sustainability and continued success in the competitive market.

Keywords : Corporate Social Responsibility (CSR); IPO; Investor Attraction; CSR Disclosure; Stock Price Stability; Sustainability

PENDAHULUAN

Perusahaan yang baru saja masuk ke pasar melalui Initial Public Offering (IPO) menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan stabilitas harga saham dan meyakinkan investor akan kemampuan mereka untuk tumbuh secara berkelanjutan. Melalui IPO, perusahaan bertujuan untuk memperoleh pendanaan jangka panjang yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Namun, setelah IPO, perusahaan menghadapi tantangan menjaga stabilitas harga saham dan membuktikan kemampuan untuk tumbuh secara berkelanjutan. Setelah penawaran umum perdana (IPO), investor akan mencermati implikasi finansial, sosial, dan lingkungan dari operasi perusahaan. Dalam situasi ini, salah satu instrumen strategi yang efektif untuk membangun dan meningkatkan kepercayaan investor adalah pengungkapan dan pelaksanaan inisiatif CSR. Dengan menerapkan CSR secara transparan dan berkelanjutan, perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap isu sosial dan lingkungan. Hal ini akan menarik bagi investor yang peduli terhadap hal lain selain sekadar menghasilkan laba.

Epstein dan Freedman, (1994) menunjukkan bahwa pemegang saham memberikan perhatian yang signifikan terhadap data sosial yang disajikan oleh suatu bisnis dalam laporan tahunannya. Oleh karena itu, dalam "laporan keberlanjutan," bisnis harus merinci tidak hanya kinerja keuangan mereka tetapi juga dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Bisnis mungkin memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan data yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan kinerja sosial dan lingkungan yang kuat akan melihat harga saham mereka naik sebagai hasil dari sentimen investor yang positif (Wati, dan Prambudi, 2019) . Pengungkapan CSR diharapkan dapat memberikan sinyal “good news” perusahaan untuk investor. Tujuan pernyataan sukarela perusahaan adalah untuk membuat informasi keuangan dan non-keuangan lebih transparan dalam laporan tahunan dan prospektus, dengan harapan dapat menjembatani kesenjangan pengetahuan

antara investor institusional dan investor biasa serta mengurangi asimetri informasi (Gunarsih, Handayani and Wijayanti, 2014)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Implementasi CSR melibatkan tiga pilar utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang saling berintegrasi untuk mendukung keberlanjutan bisnis. Keseimbangan antara ketiga aspek tersebut berkontribusi pada terciptanya keberlanjutan perusahaan yang lebih solid serta memperkuat hubungan yang harmonis antara perusahaan, para pemangku kepentingan, dan komunitas.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan bagian integral dari strategi bisnis kontemporer. Tanggung jawab sosial perusahaan membantu perusahaan menjadi lebih bereputasi dan memberikan kembali kepada para pemangku kepentingannya. Meskipun CSR tidak wajib, CSR sangat disarankan sebagai alat strategis untuk meningkatkan kinerja dan kemungkinan finansial di masa mendatang.

Perusahaan dapat memperkuat tujuan mereka dan menjamin bahwa inisiatif yang mereka luncurkan dapat memberikan manfaat nyata bagi semua pemangku kepentingan melalui penerapan CSR yang efektif. Bisnis memberikan manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya ketika mereka melaksanakan inisiatif CSR yang direncanakan, yang juga membantu mereka mencapai tujuan internal mereka. Dengan implementasi CSR yang terukur, perusahaan dapat memastikan keberhasilan program yang berdampak jangka panjang serta memperkuat posisinya di pasar.

Dalam konteks bagi perusahaan yang baru tercatat di bursa melalui Penawaran Umum Perdana (IPO), pelaksanaan CSR dapat berperan sebagai sarana yang efisien untuk mendukung perusahaan. mengatasi tantangan pasca-IPO, seperti menjaga stabilitas nilai saham dan membuktikan potensi pertumbuhan jangka panjang. Oleh karena itu, implementasi CSR yang baik dapat menjadi solusi strategis dalam menghadapi tantangan tersebut dan memastikan keberlanjutan bisnis di pasar yang kompetitif. CSR memungkinkan perusahaan untuk menarik perhatian investor, membangun reputasi yang kuat, dan menciptakan hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan. Dengan demikian, CSR menjadi komponen strategis untuk

memastikan keberlanjutan bisnis dan memaksimalkan manfaat dari pendanaan yang diperoleh melalui IPO.

Ada banyak penelitian yang berfokus pada apa yang dilakukan organisasi dalam kaitannya dengan manajemen laba di Indonesia saat ini. Penelitian oleh Isyanto dan Ratnaningsih (2014) Artinya, inisiatif CSR perusahaan dikaitkan dengan manajemen laba. Tindakan perusahaan memengaruhi nilai dan keberhasilan finansial setelah Penawaran Umum Perdana (IPO), yang pada gilirannya terkait dengan manajemen laba (Kusumawardhani and Siregar, 2009).

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate social responsibility (CSR)

Perusahaan yang mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bertujuan untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka (Pranoto dan Yusuf, 2014). Pendapat ini diperkuat dengan pendapat Ardianto *et al.*, (2011) Perusahaan dan komunitas bisnis yang mempraktikkan apa yang dikenal sebagai "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan" (CSR) bertujuan untuk membantu memastikan pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan menyeimbangkan kebutuhan masyarakat dan lingkungan.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengamanatkan tugas sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam Indonesia, yang mengatur pelaksanaan CSR di negara ini. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012, yang dikeluarkan pada tahun 2012, semakin memperkuat pelaksanaan CSR dengan mensyaratkan rencana kerja tahunan yang menguraikan program operasi dan pendanaan yang diperlukan untuk pelaksanaan CSR.

Setiap tahun, bisnis di Indonesia menyelenggarakan berbagai acara CSR, yang didorong oleh undang-undang negara yang mengamanatkan pelaksanaannya. Menurut Chen (Saraswati dan Faisal (2014) Tanggung jawab sosial yang lebih besar adalah kualitas lain yang dibina oleh ciri-ciri perusahaan yang mempunyai dampak sosial besar.

Daniri (dalam Purwanto, 2011) mengemukakan bahwa terdapat dua faktor utama yang mendorong perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial, yaitu faktor eksternal (external drivers) dan faktor internal (internal drivers). Aturan, undang-undang, dan kebutuhan untuk melakukan penilaian dampak lingkungan (AMDAL)

merupakan contoh variabel eksternal, tetapi pola pikir pimpinan dan pemilik perusahaan (pemangku kepentingan) menentukan elemen internal, seperti tingkat kepedulian terhadap tanggung jawab sosial. Di sisi lain, variabel internal berasal dari tindakan pemangku kepentingan seperti pemilik dan manajer, dan mencakup hal-hal seperti seberapa serius perusahaan menjalankan kewajiban sosialnya untuk membantu masyarakat di sekitarnya tumbuh (tanggung jawab pengembangan masyarakat).

Dalam implementasi CSR, terdapat tiga tingkatan kegiatan yang dapat dilaksanakan dalam berbagai program CSR. Rahmadani et al, (2019) menjelaskan tiga tingkatan dalam penerapan strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Tingkatan pertama adalah charity, yang berfokus pada pemberian bantuan langsung kepada pihak yang membutuhkan. Kegiatan pada tingkatan ini lebih bersifat amal atau donasi, dengan tujuan untuk memberikan dukungan kepada mereka yang membutuhkan tanpa mengharapkan imbalan atau keuntungan. Charity sering kali melibatkan sumbangan berupa uang, barang, atau bantuan lainnya yang diberikan langsung kepada individu atau kelompok yang membutuhkan, tanpa memperhatikan konteks atau solusi jangka panjang terhadap masalah yang ada.

Tingkatan kedua adalah philanthropy. Pada tingkatan ini, inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan dilaksanakan secara lebih metodis dengan tujuan memecahkan masalah sosial. Philanthropy tidak hanya memberikan bantuan secara langsung, tetapi juga fokus pada penyelesaian permasalahan yang lebih spesifik dan parsial, dengan melihat kebutuhan yang dihadapi oleh masyarakat sekitar perusahaan. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan solusi yang lebih bertahan lama terhadap masalah sosial yang ada, meskipun belum mencakup keseluruhan masalah yang ada dalam masyarakat.

Tingkatan ketiga adalah citizenship. Pada tingkat ini, program CSR berfokus pada pembangunan kapasitas masyarakat secara lebih menyeluruh, dengan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian masyarakat tersebut. Pada tingkatan ini, fokusnya adalah memberi orang alat yang mereka butuhkan untuk memecahkan masalah mereka sendiri dan terus maju saat keadaan menjadi sulit. Membantu orang lain atau menemukan solusi parsial untuk masalah bukanlah satu-satunya tujuan metode ini. tetapi juga bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat bagi masyarakat agar mereka dapat berkembang dan mengelola tantangan yang ada tanpa terlalu bergantung pada bantuan eksternal dari perusahaan.

Initial Public Offering (IPO)

IPO adalah penawaran umum saham pertama kali oleh perusahaan kepada masyarakat, di mana perusahaan yang mencatatkan sahamnya bertujuan memperoleh dana untuk mengembangkan usaha (Aini, 2013). Sementara itu, menurut Sugiyanto *et al.*, (2023) Dalam penawaran umum perdana (IPO), suatu bisnis awalnya memberikan informasi tentang sahamnya kepada masyarakat umum dalam bentuk prospektus, yang menarik orang untuk membeli saham tersebut.

Bagi sebagian besar bisnis, menjadi perusahaan publik dengan penawaran umum perdana (IPO) adalah cara terbaik untuk mendapatkan dana ekuitas yang mereka butuhkan untuk tumbuh dan berkembang. (Lowry, 2003). Penawaran umum perdana (IPO) merupakan cara umum bagi perusahaan muda untuk mengumpulkan modal untuk biaya operasional dan ekspansi. Menurut Almilia (2003) keputusan untuk go public sering kali diambil karena perusahaan membutuhkan suntikan dana yang signifikan untuk mempercepat proses pengembangan dan memperkuat posisi keuangan mereka.

Melalui IPO, perusahaan dapat membuka peluang untuk meningkatkan modal yang diperlukan untuk mengembangkan berbagai aspek bisnisnya, mulai dari memperluas kapasitas produksi hingga memasuki pasar baru. IPO memungkinkan perusahaan untuk menarik perhatian investor dari berbagai kalangan, yang pada gilirannya dapat memberikan modal yang sangat dibutuhkan. Dalam hal ini, IPO menawarkan beberapa keuntungan, seperti yang dijelaskan oleh Hartono, (2013), Pertama, memahami nilai pasar perusahaan; kedua, meningkatkan likuiditas pemegang saham; dan ketiga, kemudahan perolehan modal di masa depan.

Namun, meskipun ada keuntungan tersebut, terdapat beberapa potensi kerugian yang perlu dipertimbangkan. Beberapa kerugian yang mungkin timbul, selain manfaat yang bisa diperoleh, antara lain: (1) dampak negatif dari penyebaran informasi, (2) kekhawatiran akan pengambilalihan, dan (3) biaya pelaporan yang lebih tinggi sebagai akibat dari pelaporan triwulanan dan tahunan wajib kepada otoritas seperti BAPEPAM di Indonesia.

Dengan berbagai keuntungan ini, IPO menjadi langkah strategis bagi perusahaan yang ingin mengakses modal lebih besar dan memperkuat posisinya di pasar. Jadi, penawaran umum perdana (IPO) tidak hanya membantu organisasi secara finansial

dalam jangka pendek, tetapi juga membuka jalan bagi pertumbuhan yang jauh lebih besar di masa depan.

Strategi Pasca-IPO

Strategi pasca-Initial Public Offering (IPO) sangat penting bagi perusahaan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan kinerja di pasar. Dalam menganalisis strategi, perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan mereka, seperti kondisi ekonomi, tingkat persaingan di pasar, tren industri yang berkembang, serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Pengembangan bisnis menjadi salah satu elemen krusial dalam mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan setelah melakukan IPO (Initial Public Offering). Almilia (2003) Memprediksi kinerja perusahaan setelah penawaran umum perdana (IPO) secara umum dimungkinkan dengan melihat metrik keuangannya, faktor fundamental, struktur industri, sensitivitas terhadap kondisi ekonomi makro, dan karakteristik penawaran. Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti karakteristik keuangan perusahaan, indikator fundamental, sensitivitas perusahaan terhadap perubahan kondisi makroekonomi, struktur industri di mana perusahaan beroperasi, serta karakteristik penawaran saham, semuanya berperan penting dalam memprediksi posisi perusahaan setelah melaksanakan IPO.

Adanya perubahan-perubahan positif yang membawa keuntungan bagi perusahaan pasca-IPO telah membuktikan bahwa langkah tersebut tidak hanya berhasil mencapai tujuan strategis yang ditetapkan, seperti penggalangan dana dan peningkatan visibilitas, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri keuangan Indonesia secara keseluruhan. Menurut Luciana, hal ini mengimplikasikan bahwa perusahaan yang diperkirakan akan bertahan setelah melakukan IPO cenderung memiliki karakteristik potensi pertumbuhan yang relatif tinggi.

Teori Stakeholder

Siapa pun yang memiliki hubungan dengan bisnis atau berpotensi untuk secara langsung atau tidak langsung terpengaruh oleh bisnis tersebut dianggap sebagai pemangku kepentingan, baik mereka bekerja untuk perusahaan atau tidak. Berdasarkan peran dan dampaknya terhadap tindakan dan kebijakan perusahaan, pihak-pihak ini harus diberi perhatian penuh oleh perusahaan, menurut teori pemangku kepentingan.

Hubungan antara pemangku kepentingan dan data yang mereka peroleh dijelaskan oleh teori pemangku kepentingan (Sun et al., 2010 dalam Mestuti, 2012). Menurut Mestuti, (2012), Bahwa semua pemangku kepentingan harus memiliki akses ke informasi mengenai tindakan korporasi yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka merupakan prinsip utama filosofi ini (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Mestuti, 2012). menekankan bahwa bisnis bukan sekadar perusahaan swasta yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan; bisnis juga memiliki tanggung jawab kepada banyak kelompok yang berkepentingan dalam keberhasilannya, termasuk pemegang saham, kreditor, pelanggan, vendor, masyarakat, dan para ahli di bidangnya. Dukungan dari para pemangku kepentingan ini sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Bisnis memiliki tugas kepada banyak kelompok kepentingan, termasuk negara, selain tugas sosialnya. Liu & Anbumozhi, (2009) merinci bagaimana bisnis-bisnis Tiongkok mengatasi masalah-masalah yang diangkat oleh pemerintah dan pemegang saham dengan menyusun laporan tanggung jawab sosial perusahaan (CSD). Jika dilihat melalui sudut pandang kepemilikan perusahaan, posisi pemerintah sebagai pemegang saham di perusahaan-perusahaan menjadi jelas. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan strategi utama bagi banyak bisnis milik negara Thailand, menurut studi empiris (Wuttichindanon, 2017). Di Thailand, perusahaan milik negara umumnya menerbitkan CSD secara terpisah, tidak digabungkan dengan laporan tahunan. Hal ini didorong oleh pandangan bahwa perusahaan milik negara, sebagai bagian dari kepemilikan masyarakat, mendapatkan perhatian lebih besar dari publik terkait aktivitas sosial dan pelaporannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran stakeholder, baik eksternal maupun internal, sangat menentukan dalam pelaksanaan CSR dan keberlanjutan perusahaan itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan strategi penelitian deskriptif untuk meneliti, dari sudut pandang pekerja sosial, berbagai keadaan dan kejadian yang berkaitan dengan CSR sebagaimana berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat.

Tinjauan pustaka, yang juga dikenal sebagai studi pustaka, adalah strategi penelitian yang digunakan untuk menulis artikel ini. Hal ini memerlukan penelitian terhadap suatu topik dengan membaca dan mengevaluasi karya-karya sebelumnya yang

relevan dengannya. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk lebih mendalami masalah yang sedang dibahas dengan meneliti berbagai sumber tekstual untuk mendapatkan informasi yang relevan.

Untuk menyusun tinjauan pustaka ini, kami menyisir sejumlah publikasi yang membahas topik kemampuan CSR untuk menarik investor setelah IPO, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan teknologi seperti AI dan IoT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) berkontribusi terhadap kemampuan perusahaan untuk menarik investor setelah penawaran umum perdana (IPO).

Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan analisis berbagai sumber yang relevan guna memahami efektivitas CSR dalam konteks ini. Artikel yang terpilih dibaca, dipahami, dan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi konsep, studi empiris, dan temuan terkait hubungan strategi pasca IPO dan CSR. Evaluasi kritis terhadap artikel dilakukan untuk memastikan validitas dan keandalan data yang berasal dari sumber bereputasi. Pendekatan literature review yang komprehensif ini memberikan gambaran mendalam tentang tren dan temuan terkini dalam bidang CSR dan daya tarik investor pasca-IPO.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Setelah Penawaran Umum Perdana (IPO), penelitian ini berupaya menilai kemandirian inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam memastikan kelangsungan jangka panjang harga saham dan operasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat meningkatkan kepercayaan investor dan posisi perusahaan di pasar, serta seberapa besar dampak CSR terhadap kinerja pasar saham perusahaan, terutama dalam jangka panjang setelah penawaran umum perdana (IPO). Beberapa hasil dan pembahasan yang diperoleh dari analisis data dan studi literatur adalah sebagai berikut:

Pengungkapan CSR dalam Prospektus dan Laporan Tahunan

Peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam laporan tahunan dan prospektus merupakan praktik umum bagi perusahaan yang baru saja berdiri. Investor melihat peningkatan yang signifikan dalam citra perusahaan setelah pengungkapan yang membahas faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi. Hasil menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR berbanding lurus dengan kepercayaan

investor dan respons positif terhadap harga saham. Dalam laporan tahunan, perusahaan biasanya menyajikan informasi tentang pencapaian dan inisiatif CSR yang telah dilakukan, serta dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kinerja CSR perusahaan dan bagaimana hal tersebut sejalan dengan tujuan bisnis.

Pengungkapan CSR dalam prospektus dan laporan tahunan menjadi alat penting untuk menciptakan kepercayaan investor. Berdasarkan Epstein dan Freedman, (1994), informasi sosial dalam laporan perusahaan memainkan peran strategis dalam menarik perhatian investor. Penemuan ini penting karena mendukung kesimpulan penelitian sebelumnya bahwa pengungkapan CSR meningkatkan harga saham setelah penawaran umum perdana (IPO). Terdapat kesenjangan pengetahuan yang lebih kecil antara investor institusional dan investor ritel karena sinyal "berita baik" CSR (Gunarsih, Handayani and Wijayanti, 2014). Dengan mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam strategi bisnis, perusahaan tidak hanya meningkatkan stabilitas harga saham tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang dengan investor.

Harga saham perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR mereka, menurut penelitian Ponga dan Amanah (2015). Yunina dan Eftiana (2017) menemukan bahwa sensitivitas industri, ukuran dewan komisaris, dan ukuran bisnis adalah beberapa variabel yang memengaruhi jumlah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Kesimpulan ini didukung oleh penelitian mereka.

Sebuah studi regresi mengungkapkan bahwa, pada tingkat signifikansi 0,021, ukuran perusahaan memiliki dampak substansial pada pengungkapan CSR. Ini menunjukkan bahwa informasi terkait CSR lebih mungkin diungkapkan dalam laporan tahunan oleh perusahaan yang lebih besar. Penelitian ini menemukan bahwa dewan yang lebih besar lebih mungkin untuk mengungkapkan inisiatif CSR mereka, tetapi juga menunjukkan bahwa faktor ini mungkin tidak cukup kuat untuk meningkatkan pengungkapan CSR di perusahaan yang diperiksa ($p = 0,621$). Namun, pada tingkat signifikansi 0,010, sensitivitas industri terbukti berdampak signifikan pada pengungkapan CSR. Ini menunjukkan bahwa transparansi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) lebih umum di kalangan bisnis di sektor yang memprioritaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Sebanyak 0,004 menunjukkan bahwa ketiga faktor yakni ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan sensitivitas industri semuanya berdampak pada pengungkapan CSR. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor tersebut saat merancang strategi pengungkapan CSR yang efektif dan transparan. Mengingat pentingnya peran CSR dalam meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan, perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk memastikan bahwa pengungkapan CSR dilakukan secara optimal dan sesuai dengan harapan pemangku kepentingan.

Diversifikasi Dampak CSR terhadap Stabilitas Harga Saham

Salah satu cara untuk mengukur pengungkapan CSR adalah dengan melihat seberapa sensitif suatu perusahaan terhadap berbagai jenis industri Purwanto, (2011). Sensitivitas industri merujuk pada sejauh mana aktivitas industri berdampak langsung terhadap lingkungan. Perusahaan yang beroperasi di industri dengan tingkat sensitivitas lingkungan yang tinggi biasanya lebih memperhatikan pengungkapan CSR karena aktivitas mereka dapat memengaruhi alam secara signifikan. Secara umum, perusahaan di industri sensitif cenderung menarik perhatian lebih besar dari masyarakat, karena dampak operasi mereka yang luas terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian Anggraini, (2006) menyoroti fakta bahwa pemangku kepentingan dan masyarakat umum lebih memperhatikan organisasi dengan tingkat sensitivitas industri yang tinggi karena tindakan mereka yang terkait dengan industri memiliki konsekuensi yang luas.

Hasilnya juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR secara signifikan dipengaruhi oleh sensitivitas industri. Perusahaan yang mengungkapkan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan mereka pada tingkat yang lebih tinggi lebih mampu menjaga harga saham mereka tetap stabil setelah penawaran umum perdana (IPO), menurut data yang tersedia saat ini. Investor dituntun untuk percaya bahwa suatu perusahaan memiliki potensi pertumbuhan jangka panjang yang baik ketika inisiatif CSR-nya dijalankan dengan baik. Dengan demikian, CSR bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga strategi yang mendukung keberlanjutan perusahaan.

CSR memegang peranan penting dalam membangun citra positif dan menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. Penelitian Wati, dan Prambudi, (2019) menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja sosial dan lingkungan yang baik

cenderung mendapatkan respons positif dari investor. Hal ini menguatkan pandangan bahwa CSR tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai alat strategis yang mendukung daya saing perusahaan di pasar. Sinergi antara tiga pilar CSR ekonomi, sosial, dan lingkungan terbukti mampu memperkuat posisi perusahaan. Perusahaan yang konsisten dalam mengimplementasikan CSR menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik dibandingkan yang tidak.

Perusahaan yang beroperasi di industri dengan sensitivitas tinggi terhadap isu sosial dan lingkungan seringkali mengalami fluktuasi harga saham yang lebih besar, yang dipengaruhi oleh pengungkapan CSR mereka. Jika perusahaan gagal memenuhi ekspektasi terkait CSR, harga sahamnya dapat terpengaruh secara negatif. Sebaliknya, perusahaan yang berhasil memenuhi ekspektasi ini dan menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan sosial serta lingkungan akan cenderung memperoleh respons positif dari pasar dan investor. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR berperan penting dalam menciptakan diversifikasi dampak yang positif terhadap stabilitas harga saham. CSR yang efektif dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk meredam fluktuasi harga saham yang disebabkan oleh faktor eksternal, sekaligus meningkatkan stabilitas jangka panjang melalui peningkatan kepercayaan investor.

Manajemen Laba dan Pengungkapan CSR

Perusahaan yang aktif dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) cenderung mengurangi praktik manajemen laba, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kredibilitas laporan keuangan mereka. Hal ini terjadi karena perusahaan yang berfokus pada CSR sering kali mengutamakan transparansi dan akuntabilitas dalam setiap aspek operasionalnya, termasuk dalam laporan keuangan. Pengungkapan CSR yang transparan dalam prospektus dan laporan tahunan menjadi mekanisme penting untuk membatasi praktik manajemen laba yang sering kali menciptakan kesan positif sementara terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan yang berkomitmen untuk mengungkapkan informasi CSR secara jujur dan terbuka cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan praktik akuntansi yang dapat menyesatkan atau menciptakan gambaran yang tidak sesuai dengan kenyataan. Hal tersebut disebabkan oleh kekhawatiran bahwa setiap manipulasi laba atau pengelolaan keuangan yang tidak transparan dapat merusak reputasi dan integritas perusahaan yang telah dibangun melalui komitmen terhadap CSR. Reputasi yang telah terbangun dengan

baik melalui pengungkapan CSR yang konsisten dan dapat dipercaya menjadi faktor yang sangat bernilai bagi perusahaan, yang tidak ingin mempertaruhkan citra baik mereka hanya untuk keuntungan jangka pendek.

Penelitian oleh Isyanto dan Ratnaningsih (2014) menunjukkan adanya hubungan erat antara pengungkapan CSR dan pengurangan praktik manajemen laba. Temuan ini relevan dengan konteks pasca-IPO, di mana transparansi informasi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kepercayaan investor. Dengan mengurangi manajemen laba melalui pengungkapan CSR, perusahaan dapat meningkatkan kredibilitas dan akuntabilitasnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Prasetya dan Gayatri, (2019) yang menjadi jelas bahwa pengungkapan CSR perusahaan dapat membatasi strategi manajemen profitabilitas mereka. Mereka menemukan bahwa bisnis yang memprioritaskan CSR cenderung mengikuti semua aturan dan regulasi yang relevan, yang berarti lebih sedikit ruang untuk praktik akuntansi yang curang dan laba yang digelembungkan. Dalam jangka panjang, perusahaan ingin mencapai keseimbangan antara menghasilkan uang dan berbuat baik bagi masyarakat, sehingga mengambil pendekatan etis untuk mengelola keuangannya. Ini akan membantunya mendapatkan kepercayaan dari investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Tanggapan Stakeholder terhadap CSR

Implementasi CSR yang mencakup keberlanjutan lingkungan dan tanggung jawab sosial mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Program CSR yang terukur membantu perusahaan membangun hubungan harmonis dengan stakeholder, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan reputasi perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian (Uyun, Noviyanti and Primasari, 2024) Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR (Corporate Social Responsibility) memiliki dampak utama dalam meningkatkan daya tarik, reputasi, dan keberhasilan finansial suatu bisnis. Perusahaan dapat meningkatkan citra publik dan daya tariknya bagi investor dengan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang juga berfungsi untuk memperkuat ikatan dengan konstituen utama seperti konsumen, pekerja, dan masyarakat. Namun, kemanjuran CSR bervariasi dan dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti strategi perusahaan, keadaan industri, undang-undang yang relevan, dan sejauh mana CSR terintegrasi ke dalam proses bisnis operasional.

Menurut penelitian ini, CSR merupakan indikator kinerja utama bagi bisnis, karena konsumen lebih menyukai merek yang baik dalam tanggung jawab sosial dan ekonomi. Pelanggan lebih loyal, bersedia membayar harga yang lebih tinggi, dan cenderung tidak memiliki kesan yang tidak baik terhadap suatu perusahaan setelah mendengar tentang inisiatif CSR-nya, yang semuanya berkontribusi pada hasil bisnis yang lebih baik. Itulah menurut Rehman et al. (2020).

Kreditur dan investor harus memperhatikan dengan saksama deklarasi tanggung jawab sosial perusahaan saat memutuskan apakah akan berinvestasi di suatu perusahaan atau tidak. Komitmen terhadap praktik bisnis yang etis dan transparan dapat ditunjukkan melalui pengungkapan yang baik (Prasetya dan Gayatri, 2019).

KESIMPULAN

Nilai perusahaan dan stabilitas harga saham sangat dipengaruhi oleh pengungkapan CSR. Memperoleh kepercayaan investor melalui pengungkapan kewajiban sosial secara aktif dan jujur merupakan cara yang terbukti untuk meningkatkan kinerja saham, terutama setelah penawaran umum perdana (IPO). Dedikasi perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dapat dilihat secara positif melalui pengungkapan yang membahas masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini meningkatkan posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan pandangan investor terhadap potensi jangka panjangnya. Dengan mengintegrasikan CSR secara efektif dalam strategi bisnis, perusahaan tidak hanya meningkatkan citra dan reputasinya, tetapi juga dapat meningkatkan stabilitas harga saham dan kinerja keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan CSR sebagai bagian integral dari strategi mereka untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan, dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, seperti ukuran perusahaan, sensitivitas industri, dan struktur manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S.N. (2013) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi underpricing saham pada perusahaan IPO di BEI periode 2007-2011', *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).
- Almilia, L.S. and Silvy, M. (2003) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Status Perusahaan Pasca Ipo Dengan Menggunakan Teknik', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(4), pp. 1–34.
- Anggraini, F.R.R. (2006) 'Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)', *Simposium Nasional Akuntansi*, 9(23–26).

- Ardianto, E. *et al.* (2011) *Efek kedermawanan pebisnis dan CSR berlipat-lipat*. Elex Media Komputindo.
- Epstein, M.J. and Freedman, M. (1994) 'Social disclosure and the individual investor', *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 7(4), pp. 94–109.
- Gunarsih, T., Handayani, W. and Wijayanti, L.E. (2014) 'Pengaruh pengungkapan intellectual capital dan kepemilikan institusi terhadap underpricing pada penawaran umum perdana', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), pp. 85–101.
- Hartono, J. (2013) 'Teori portofolio dan analisis investasi, BPFE', *Yogyakarta: Edisi Kedelapan* [Preprint].
- Isyanto, S. and Ratnaningsih, D. (2014) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kualitas Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEITahun 2009 - 2012) Silviana Isyanto Dewi Ratnaningsih Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi UniversitasAtma Jaya Yogyakarta', *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, pp. 1–15.
- Kusumawardhani, N.A.S. and Siregar, S.V. (2009) 'Fenomena Manajemen laba menjelang IPO dan kaitannya dengan nilai perusahaan pasca-IPO', *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XII* [Preprint].
- Liu, X. and Anbumozhi, V. (2009) 'Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies', *Journal of cleaner production*, 17(6), pp. 593–600.
- Lowry, M. (2003) 'Why does IPO volume fluctuate so much?', *Journal of Financial economics*, 67(1), pp. 3–40.
- Mestuti, A.S. and SITI, M. (2012) *Analisis Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2009-2010)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Ponga, B.T. and Amanah, L. (2015) 'Pengaruh CSR dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Pemoderasi', *Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), pp. 1–15.
- Pranoto, A.R. and Yusuf, D. (2014) 'Program CSR berbasis pemberdayaan masyarakat menuju kemandirian ekonomi pasca tambang di Desa Sarij // i\kern -.15em jaya', *Jurnal ilmu sosial dan ilmu politik*, 18(1), pp. 39–50.
- Prasetya, P.J. and Gayatri (2019) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening', *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), pp. 58–66.
- Purwanto, A. (2011a) 'Pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, terhadap corporate social responsibility', *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8(1), pp. 12–29.
- Purwanto, A. (2011b) 'Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility', *Universitas Diponegoro*, 8(1), pp. 12–29.
- Rahmadani, R., Raharjo, S.T. and Resnawaty, R. (2019) 'Fungsi Corporate social responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat', *Share : Social Work Journal*, 8(2), p. 203. Available at: <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081>.
- Rehman, Z.U. *et al.* (2020) 'Do corporate social responsibility disclosures improve financial performance? A perspective of the Islamic banking industry in Pakistan', *Sustainability (Switzerland)*, 12(8), p. 3302.

- Saraswati, A.D. And Faisal, F. (2014) *Analisis Faktor--Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Corporate Charitable Contributions (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sugiyanto, R. *et al.* (2023) 'Analisis Underpricing Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), pp. 1517–1526.
- Uyun, L., Noviyanti, S.E. and Primasari, D. (2024) 'Peran CSR terhadap Keberlangsungan Perusahaan The Role of CSR in Company Sustainability', *JEMeS, Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial*, 7(2), pp. 40–52.
- Wati, L.N., Syahdam, G.R. and Prambudi, B. (2019) '5635-17995-2-Pb', 3(2), pp. 98–110.
- Yunina, Y. and Eftiana, N. (2017) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris Dan Sensitivitas Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016', *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), p. 119. Available at: <https://doi.org/10.29103/jak.v5i2.1819>.