

BAB I

PENDAHULUAN

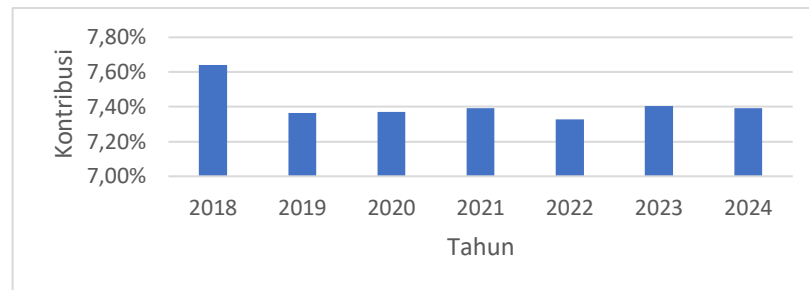
A. Latar Belakang

Perusahaan di seluruh dunia dihadapkan tantangan untuk beroperasi secara berkelanjutan dan bertanggung jawab pada era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat saat ini. Sektor pertambangan merupakan salah satu penopang pembangunan ekonomi suatu negara, karena perannya sebagai penyedia sumber daya energi yang sangat diperlukan bagi pertumbuhan perekonomian suatu negara. Sektor pertambangan di Indonesia menghadapi perubahan paradigma yang signifikan, seperti dengan adanya perubahan peraturan-peraturan yang dibuat oleh pemerintah seperti larangan ekspor dalam bentuk bahan mentah, pengurangan lahan usaha untuk eksplorasi maupun eksploitasi, serta suasana dan pandangan politik yang tidak mendukung pada pertambangan pada umumnya. Di Indonesia, sektor pertambangan memainkan peran penting dalam perekonomian dalam menciptakan lapangan kerja.

Selain itu pada sektor pertambangan juga memiliki dampak besar terhadap PDB, terutama di negara-negara yang kaya akan sumber daya alam. Produk dari sektor pertambangan ini memberikan kontribusi besar bagi pendapatan nasional, terutama melalui kegiatan ekspor komoditas seperti minyak, gas alam, batu-bara, dan mineral. Di Indonesia, sektor pertambangan memiliki peranan strategis dalam mendukung perekonomian, meskipun

besarnya kontribusi tersebut dapat berubah-ubah tergantung pada dinamika kondisi global maupun dalam negeri.

Grafik 1. 1 Kontribusi Sektor Pertambangan terhadap PDB



Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Grafik 1.1 pada tahun 2018, sektor ini memberikan kontribusi sebesar 7,64% dengan nilai PDB sebesar Rp 796.505 miliar atas dasar harga konstan (ADHK). Namun, pada tahun 2019, kontribusinya mengalami penurunan tajam menjadi 7,36% meskipun nilai PDB meningkat sedikit menjadi Rp 806.206 miliar. Pada tahun 2020, di mana kontribusi sektor pertambangan mencapai 7,37%, seiring dengan penurunan nilai PDB menjadi Rp 790.475 miliar. Penurunan ini sebagian besar dipengaruhi oleh melemahnya permintaan global dan fluktuasi harga komoditas tambang seperti batu bara, minyak, dan gas. Pada tahun 2021, kontribusi sektor pertambangan kembali mengalami kenaikan menjadi 7,39% dengan nilai PDB mencapai Rp 822.099 miliar. Kenaikan ini menandai adanya pemulihan permintaan global serta peningkatan aktivitas produksi di sektor ini. Pada tahun 2022, kontribusi sektor ini kembali turun menjadi 7,33%, meskipun nilai PDB meningkat menjadi Rp 858.146 miliar. Pada tahun 2023 mana kontribusi sektor pertambangan meningkat menjadi 7,40%, dengan nilai PDB mencapai Rp 910.679 miliar. Tahun 2024, kontribusi sektor ini kembali turun menjadi 7,39%, meskipun nilai

PDB meningkat menjadi Rp 955.260 miliar. Kontribusi sektor pertambangan ini sudah termasuk minyak dan gas.

Namun, sektor ini juga menghadapi tantangan besar terkait dampak lingkungan dan sosial dari operasinya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan pertambangan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam strategi bisnis tersebut. Langkah pertama untuk menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif, perusahaan berusaha memperbaiki kinerja dan mengembangkan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh operasi perusahaan. Semakin tinggi bentuk pertanggungjawaban tersebut, semakin baik citra perusahaan dan tentunya akan membuat perusahaan lebih baik di mata investor dan pelanggan. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditunjukkan dengan harga saham, jika harga sahamnya tinggi, maka nilai perusahaannya juga baik.

Harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham.³ Harga saham merupakan harga atas lembar saham yang dapat dibedakan menjadi harga nominal, harga perdana atau harga pasar serta mencerminkan informasi-informasi yang terjadi di pasar modal.⁴ Di pasar modal, harga saham bisa dilihat dan terus berubah-ubah setiap waktu. Informasi

³ Jogiyanto Hartono. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 10 (Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, 2016), h. 188

⁴ Musdalifah Aziz, dkk. *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor, dan Return Saham* (Jakarta: Deepublish, 2015). h. 81

ini penting untuk investor agar tahu waktu yang tepat untuk membeli atau menjual saham.

Bagi Investor, harga saham memiliki arti penting, karena harga saham dapat menentukan nilai investasi dan potensi keuntungan atau kerugian yang mungkin didapatkan. Pada teori sinyal menyatakan jika harga saham naik setelah investor membelinya, maka dapat menghasilkan keuntungan saat menjualnya. Namun, jika harga saham turun, investor akan mengalami kerugian jika menjualnya. Perkembangan harga saham diperlukan investor untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat berkembang sehingga investor dapat meningkatkan kepercayaan terhadap suatu perusahaan. Selain harga saham, informasi mengenai laporan keuangan juga diperlukan oleh investor.

Informasi laporan keuangan saja tidak cukup untuk memastikan keberlanjutan perusahaan. Informasi tentang aspek sosial dan lingkungan yang diwujudkan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Setiap entitas pada perusahaan memiliki tanggung jawab moral dan sosial terhadap pelestarian lingkungan di masyarakat. Bentuk dari tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan masyarakat dapat dibuktikan dengan cara mengungkapkan CSR. CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya, maka hal tersebut tentunya juga akan meningkatkan nilai dari suatu perusahaan yang akan mempengaruhi pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam teori *Stakeholder*, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham saja, tetapi juga kepada semua pihak yang terpengaruh oleh

aktivitas perusahaan, yaitu para pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam kerangka teori *stakeholder*, CSR yang dijalankan dengan baik mencerminkan perhatian perusahaan terhadap kepentingan stakeholder, yang meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata publik dan investor. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor sehingga menarik minat investasi dan mendorong kenaikan harga saham. Pengungkapan CSR merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dan penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan.

Pentingnya pelaksanaan CSR juga diatur secara resmi dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Salah satu diantaranya ialah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, yang mengatur secara khusus tentang kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.⁵ Peraturan mengenai CSR juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Pasal 6 dan Pasal 7. Pasal 6 menjelaskan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). Sedangkan Pasal 7 menjelaskan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁶ CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan.

⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Pada pembangunan berkelanjutan persaingan antar perusahaan untuk menjadi yang lebih unggul kinerjanya semakin ketat. Perusahaan berusaha meningkatkan nilai pasar perusahaannya untuk bertahan maupun terus berkembang menghadapi kompetisi tersebut. Nilai pasar sebuah perusahaan tidak hanya dipengaruhi kepemilikan aset berwujud sebagai modal keuangan saja. Nilai pasar perusahaan juga dipengaruhi oleh kondisi perusahaan dalam mendayagunakan nilai-nilai yang tidak tampak dari aset tidak berwujud dalam hal ini yaitu modal intelektual (*Intellectual Capital*).

Bagi perusahaan dalam era modern saat ini, modal intelektual (*Intellectual Capital*) merupakan modal tidak berwujud yang sangat penting bagi aset perusahaan tersebut. Perusahaan yang berbasis pengetahuan (*knowledge based company*) memiliki karyawan-karyawan yang mempunyai keterampilan, keahlian serta daya inovasi yang tinggi. Dengan adanya basis pengetahuan, investasi perusahaan terhadap aset berwujud (*tangible asset*) menjadi semakin kecil dibandingkan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang mendapat alokasi investasi yang lebih besar. Hal ini ditandai dengan peningkatan anggaran *Research and Development* dan peningkatan anggaran untuk *training* karyawan di beberapa perusahaan. Semakin meningkatnya investasi perusahaan pada aset tidak berwujud maka semakin besar kesadaran perusahaan terhadap pentingnya *intellectual capital*.⁷

⁷ Josofiene Johan Marzoeqi, "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2016)," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 14, no. 1 (2018): 61–82, h. 62.

Modal intelektual (*Intellectual Capital*) mulai berkembang di Indonesia setelah munculnya PSAK No. 19 (revisi 2009) tentang aktiva tidak berwujud (*intangible assest*). Meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai *intellectual capital*, namun kurang lebih *intellectual capital* telah mendapat perhatian. Walau tidak dinyatakan secara eksplisit namun dapat disimpulkan bahwa *Intellectual Capital* telah mendapat perhatian yang semakin meningkat. Semakin meningkatnya perhatian tersebut, berarti semakin meningkat kesadaran perusahaan mengenai *Intellectual Capital*. Akan tetapi dalam dunia bisnis, *Intellectual Capital* masih belum dikenal luas di Indonesia. Oleh karena itu, jika perusahaan mengacu pada bisnis berdasarkan pengetahuan maka perusahaan di Indonesia dapat bersaing dengan menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi kreatif yang dihasilkan oleh *Intellectual Capital* yang dimiliki perusahaan.⁸

Intellectual capital hadir didukung oleh beberapa teori yaitu *stakeholder theory* dan teori agensi (*agency theory*). Yang menyatakan bahwa *stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi, atau yang terpengaruh oleh pencapaian tujuan organisasi.⁹ Perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholder*, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan pemegang saham. *Intellectual*

⁸ Erlinda Pudji Setyawati, "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga* 30, no. 2 (2020): 100-113, h. 101.

⁹ Ihyaul Ulum, *Intellectual Capital (Konsep Dan Kajian Empiris)*, Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 4

Capital, yang mencakup modal manusia, modal struktural, dan modal yang digunakan, merupakan sumber daya penting yang harus dikelola secara efektif oleh manajemen untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan. Dengan pengelolaan *Intellectual Capital* yang baik, Kepercayaan stakeholder yang meningkat ini menjadi sinyal positif bagi investor, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham perusahaan. Sedangkan pada teori agensi, *intellectual capital* adalah sumber nilai strategis tetapi juga sumber risiko asimetri informasi. Oleh karena itu, pengelolaan dan pelaporan *intellectual capital* yang transparan dapat menjadi mekanisme penting untuk mengurangi konflik antara agen dan prinsipal. Pengungkapan ini juga berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor bahwa manajemen memiliki kompetensi dan orientasi jangka panjang terhadap nilai perusahaan.

Selain *intellectual capital*, ukuran perusahaan (*firm size*) juga diduga berpengaruh terhadap harga saham, yang dimaksud dengan ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan, dan total aset. Pada teori sinyal (*signaling theory*), ukuran perusahaan menyatakan bahwa perusahaan dengan skala besar akan lebih stabil menghasilkan laba dan menarik investor untuk berinvestasi dan hal ini akan berdampak pada citra perusahaan sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Apabila semakin besar ukuran perusahaan maka semakin menarik minat investor untuk berinvestasi karena menguntungkan.¹⁰

¹⁰ Harry I. Wolk, James L. Dodd, & John J. Rozycki, *Accounting Theory: Conceptual Issues in a Political and Economic Environment* (London: SAGE Publication, 2017), h. 17

Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar, biasanya diukur berdasarkan total aset, dianggap memiliki kinerja yang lebih baik dan prospek yang lebih stabil dibanding perusahaan yang lebih kecil. Hal ini memberikan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan tersebut, sehingga harga saham cenderung meningkat.

Selain itu, perusahaan besar cenderung memiliki akses lebih mudah terhadap sumber pendanaan, baik internal maupun eksternal, sehingga dapat memaksimalkan peluang investasi yang mendukung peningkatan profitabilitas. Hal tersebut juga dijelaskan didalam teori agensi (*Agency Theory*), hubungan antara manajer (agen) dan pemilik (prinsipal). Dalam konteks ukuran perusahaan, perusahaan besar cenderung memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi sehingga perlu mengungkapkan informasi lebih luas untuk mengurangi biaya tersebut. Selain itu, perusahaan besar biasanya memiliki permintaan publik yang lebih tinggi terhadap informasi dibandingkan perusahaan kecil.¹¹

Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi karena kompleksitas pengelolaan dan pengawasan yang lebih besar. Untuk mengurangi biaya ini, perusahaan besar biasanya mengungkapkan informasi yang lebih luas dan transparan kepada publik dan investor, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar dan mendorong kenaikan harga saham. Suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan, agar investor

¹¹ I Gusti Ngurah Gede Rudangga and Gede Merta Sudiarta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 7 (2016): 4394–4422, h. 4398

yang sudah menanamkan modalnya di perusahaan tersebut tidak menarik modalnya kembali. Sedangkan investor yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memenuhi target yang telah ditetapkan, artinya besarnya laba harus dicapai sesuai dengan target yang sudah ditetapkan.

Pencapaian keuntungan menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan. Ketika perusahaan mampu menghasilkan keuntungan berarti juga akan meningkatkan kesejahteraan para pihak-pihak yang berkepentingan. Kemampuan perusahaan untuk mencapai laba ini sering disebut dengan istilah profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.¹²

Rasio profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Alasan pemilihan rasio profitabilitas dalam penelitian ini karena dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kinerja keuangan perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas membantu dalam analisis yang lebih mendalam terhadap efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Hal ini dikarenakan rasio profitabilitas mempunyai manfaat dan tujuan untuk pihak internal dan eksternal, paling utama pihak yang mempunyai keperluan dengan entitas.

¹² Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan Perusahaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 124

Salah satu rasio profitabilitas yang dapat mempengaruhi harga saham adalah NPM. NPM merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Semakin besar NPM maka kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dianggap semakin baik.¹³ NPM bertujuan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat kepada besar kecilnya laba usaha dalam hubungan dengan penjualan.¹⁴

Salah satu teori yang bisa digunakan dalam NPM ialah teori agensi (*Agency Theory*). Teori agensi memberikan penjelasan tentang hubungannya pada investor. Investor berarti orang yang membeli saham maupun petinggi seperti komisaris perusahaan. Seorang investor berhak mengetahui keadaan tempat dirinya berinvestasi, oleh karenanya dengan memahami laporan keuangan yang disajikan perusahaan maka diharapkan investor terkait mengetahui kondisi perusahaan. Investor berkeinginan dana yang diinvestasikan berkembang sehingga dapat memberikan hasil yang memuaskan.¹⁵ Dengan demikian, semakin tingginya rasio NPM maka akan meningkatkan minat para investor untuk menanamkan modalnya pada saham perusahaan tersebut, sehingga permintaan akan saham tersebut meningkat. Dengan tingginya permintaan terhadap saham tersebut maka harga saham juga akan meningkat.

¹³ Hanafi, M. M. dan A. Halim, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2012), h. 81

¹⁴ Hamdi Sari Maryoni & Wenny Djuari, "ANALISIS NET PROFIT MARGIN (STUDI KASUS UD.BERKAH ILAHI TAHUNAN JEPARA)," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 5, no. 2 (2016): 103-106

¹⁵ Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 16

Berdasarkan pemaparan tersebut, akan dibahas lebih lanjut terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas serta pengaruhnya terhadap Harga Saham. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, maka permasalahan yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan harga saham sebagai indikator penting yang mencerminkan kinerja dan prospek suatu perusahaan di mata investor. Bagi investor harga saham memiliki peranan penting, karena mencerminkan nilai ekonomi suatu perusahaan di pasar modal. Bagi investor, harga saham menjadi acuan utama dalam mengambil keputusan investasi, baik untuk membeli maupun menjual saham. Kenaikan harga saham umumnya menunjukkan persepsi positif terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan, sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi.

Keputusan ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan berdasarkan faktor internal maupun eksternal dalam menjaga dan meningkatkan harga sahamnya. Di sektor pertambangan, yang dikenal memiliki risiko tinggi dan ketergantungan besar terhadap kondisi pasar global, perusahaan dituntut untuk menunjukkan kinerja yang solid, tidak hanya dari sisi keuangan, tetapi

juga dari aspek non-keuangan. CSR menjadi salah satu bentuk komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan, yang dapat meningkatkan citra dan kepercayaan publik. Di sisi lain, pengelolaan *Intellectual Capital* secara efektif mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya tidak berwujud untuk menciptakan nilai tambah. Selain itu, ukuran perusahaan dan tingkat profitabilitas yang tercermin melalui profitabilitas juga dianggap mempengaruhi kepercayaan investor. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut sejauh mana kemampuan perusahaan dalam mengelola CSR, *Intellectual Capital*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dapat memengaruhi harga saham secara signifikan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang sudah diuraikan maka masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024?
2. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024?
3. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024?

4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024?
5. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024.
3. Untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital* terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024.
4. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan Pengungkapan terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024.

5. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan Pertambangan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi perusahaan atau seluruh pihak yang memerlukan informasi terkait pengaruh Pengungkapan pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini sebagai sarana untuk literasi dan menambah pengetahuan mengenai penerapan pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham. Perusahaan sebenarnya yang ada di perusahaan sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia pada saat ini.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan acuan empiris yang dapat digunakan peneliti lain untuk mengembangkan atau memperluas kajian dalam bidang yang sama.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini ruang lingkungnya mencakup analisis pengaruh pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2024.

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu pada ketersediaan data, terutama dalam pengukuran CSR yang mungkin tidak selalu dilaporkan secara konsisten oleh semua perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2024.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan tentang makna suatu konsep atau istilah secara teoritis dan abstrak, biasanya berdasarkan referensi dari teori atau literatur ilmiah yang sudah ada.

- a. Harga Saham adalah harga yang terjadi di pasar modal pada waktu tertentu dan harga saham ditentukan oleh pelaku pasar. Tinggi

rendahnya harga saham tersebut ditentukan oleh penawaran dan permintaan saham tersebut di pasar modal.¹⁶

- b. *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk beroperasi secara etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. CSR mencakup berbagai inisiatif yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan ekonomi.¹⁷
- c. *Intellectual Capital* adalah aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan.¹⁸
- d. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Ukuran perusahaan sering kali berpengaruh pada kinerja dan strategi perusahaan.¹⁹
- e. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.²⁰

¹⁶ Jogiyanarto Hartono, *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi...*, h. 143

¹⁷ Rindang Adrai dan Didin Hikmah Perkasa, "Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam International Human Resources Management," *E Journal Universitas Paramadina* 6, no. 2 (2024): 68-85, h. 69.

¹⁸ Elvie Maria Silalahi, *Buku Referensi Intellectual Capital Improve Your Employee Productivity And Performance* (Sleman: Deepublish, 2021), h. 1.

¹⁹ Yohana et al., "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020)," *Jurnal Riset Akuntansi Politala* 4, no. 2 (2021):58-66, h. 59.

²⁰ Agus Sartono, *Manajemen Keuangan* (Yogyakarta: BPFE, 2008), h. 122.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran atau penafsiran dari definisi konseptual yang menjelaskan bagaimana suatu variabel atau konsep akan diukur, diamati, atau diimplementasikan secara konkret dalam suatu penelitian.

- a. Harga Saham diukur berdasarkan nilai pasar dari satu lembar saham perusahaan yang tercatat di bursa efek pada waktu tertentu, yang biasanya diukur dalam satuan mata uang (misalnya rupiah atau dolar).
- b. CSR diukur melalui indikator-indikator yang mencakup pengeluaran untuk program sosial, laporan keberlanjutan, dan pengungkapan informasi terkait tanggung jawab sosial yang dipublikasikan dalam laporan tahunan perusahaan.
- c. *Intellectual Capital* diukur menggunakan indikator seperti investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan (*human capital*), sistem manajemen dan proses internal (*structural capital*), serta hubungan dengan pelanggan dan mitra (*relational capital*). Pengukuran dapat dilakukan melalui survei atau analisis laporan tahunan.
- d. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset yang dilaporkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Alternatifnya, ukuran perusahaan juga dapat diukur dengan total pendapatan atau kapitalisasi pasar.

- e. Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio-rasio keuangan yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset, modal, dan pendapatannya untuk menghasilkan keuntungan.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, Rumusan masalah yang diteliti, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian. Bab ini juga menjelaskan gambaran permasalahan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi penjelasan teori-teori yang digunakan, penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian ini, dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengkurun, serta teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang berisi deskripsi tempat penelitian, deskripsi data penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Pada bab ini berisi pembahasan secara rinci mengenai hasil penelitian dan hasil data.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran yang berkaitan dengan penelitian. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.