

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*
TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM STUDI PADA
PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

Skripsi

Oleh :

ABDUR RAHMAN HAKIM

Nim 52153046

Jurusan

AKUNTANSI SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

ABSTRAK

Abdur Rahman Hakim (52153046), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Volume Perdagangan Saham (Studi Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia), dengan Pembimbing Skripsi I Dr. Andri Soemitra, M.A dan Pembimbing II Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si.

Studi ini meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap volume perdagangan saham. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bukti tentang pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap volume perdagangan saham. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dan sumber data yang diperoleh yaitu data sekunder. Sampel penelitian ini adalah perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan laporan tahunan dan memiliki data yang lengkap sesuai dengan variabel-variabel yang digunakan selama tahun 2015-2017. Sampel penelitian ini sebanyak 11 perusahaan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu volume perdagangan saham dan variabel independen CSR, metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana, Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*R square*) variabel bebas terhadap variabel terikat 0,411, yang berarti CSR dapat menjelaskan 41,1% terhadap volume perdagangan saham, dengan hasil uji signifikansi parameter individual (uji t) mempunyai nilai signifikan 0 lebih kecil dari 0,05 dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,65 > 1,69$. Hal ini berarti hasil penelitian mendukung H_1 yang diajukan. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap volume perdagangan saham.

Kata Kunci : CSR, Volume Perdagangan Saham

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamiin. Tiada untaian kata yang paling indah kecuali segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya yang tidak terhingga kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Volume Perdagangan Saham (Studi Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)”***.

Sebagai salah satu perwujudan dari proses pendidikan kemahasiswaan dan juga sebagai syarat untuk melengkapi tugas akhir S1 Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari segi teknis maupun dari segi ilmiahnya yang semua itu disebabkan dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan Penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sehingga dapat dijadikan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan penulis agar bisa menjadi lebih baik.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Atas bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis perkenankan Penulis untuk menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Teruntuk kedua orangtua peneliti , Ayahanda Zubeir Rangkuti, S.H dan Ibunda Dra. Syahreni Nasution yang telah membesarkan ku atas segala kasih sayang serta doa, yang dengan tulus ikhlas selalu membantu, mengingatkan dan memberikan motivasi yang sangat berharga dalam segala hal tak terkecuali dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, M..A, selaku Rektor Universitas

IslamNegeri SumateraUtara.

3. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri SumateraUtara.
4. Bapak Hendra Harmain, SE, M.Pd selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah dan Ibu Kusmilwaty,S.E, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah
5. Kedua pembimbing skripsi saya yaitu Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku pembimbing skripsi I dan Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani M.Si selaku pembimbing skripsiII.
6. Kepada kak Siti fatimah yang telah memberi arahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan kepadapenulis.
8. Kakak peneliti Wirda Khairani S.pd dan Adik Ahmad Hidayat, Ismail Saleh yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan AKS-A stambuk 2015 yang telah berjuang bersama-sama peneliti selama perkuliahan, terkhusus untuk teman-teman barbar : Rais, Marahamdan, Ilham, Kevin, Okky, Candra, Riski, Paidi, Nahal, Anggi, Farid.

Semoga semua bantuan, bimbingan, do'a serta pengarahan yang diberikan kepada peneliti dapat dinilai ibadah oleh Allah SWT dan mendapatkan ridho-Nya. Harapan peneliti semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan bagi kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang akuntansi. Akhir kata penelitiberharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca dalam memperkaya ilmu pengetahuan.

Medan, Juli 2019

Abdur Rahman Hakim

(52153046)

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| A. Latar belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 9 |
| C. Pembatasan Masalah | 9 |
| D. Perumusan Masalah..... | 9 |
| E. Tujuan dan Kegunaan..... | 10 |
| F. Batasan Istilah | 11 |

BAB II KAJIAN TEORITIS

| | |
|--|----|
| A. Saham | 12 |
| 1. Pengertian Saham..... | 12 |
| 2. Harga Saham | 13 |
| 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham..... | 13 |
| B. Teori Sinyal | 15 |
| C. Landasan Teori <i>Corporate Social Responsibility</i> | 17 |
| 1. Teori <i>Stakeholder</i> | 17 |
| 2. Teori <i>Legitimasi</i> | 21 |
| D. <i>Corporate Social Responsibility</i> | 22 |
| 1. Prinsip-Prinsip dan Jenis <i>Corporate Social Responsibility</i> | 24 |

| | |
|---|----|
| 2. Manfaat CSR | 26 |
| 3. Perencanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> | 27 |
| 4. Implementasi <i>Social Responsibility</i> | 28 |
| 5. Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i> | 29 |
| E. <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Perspektif Islam..... | 31 |
| 1. Pelaku-pelaku Organisasi | 34 |
| 2. Lingkungan Alam | 37 |
| 3. Kesejahteraan Sosial Masyarakat | 38 |
| F. Volume Perdagangan..... | 41 |
| G. Pengaruh CSR Terhadap Volume Perdagangan Saham | 43 |
| H. Kajian Terdahulu | 44 |
| I. Kerangka Konseptual | 47 |
| J. Hipotesa..... | 48 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Pendekatan Penelitian..... | 49 |
| B. Lokasi Penelitian | 49 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 49 |
| D. Populasi dan Sampel..... | 50 |
| E. Defenisi Operasional | 52 |
| F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data | 54 |
| G. Analisis Data | 54 |
| 1. Uji Normalitas | 54 |
| 2. Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 55 |
| 3. Uji Hipotesis | 55 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia..... | 57 |
| 1. Sejarah Pasar Modal Indonesia | 57 |
| 2. Visi Misi Bursa Efek Indonesia | 60 |
| B. Deskripsi Data Penelitian..... | 61 |

| | |
|---|-----------|
| 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> | 61 |
| 2. Volume Perdagangan Saham (TVA) | 64 |
| C. Hasil Penelitian | 67 |
| 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif | 67 |
| 2. Uji Normalitas | 68 |
| 3. Analisa Regresi Linear Sederhana | 71 |
| 4. Uji Hipotesis | 72 |
| D. Pembahasan | 74 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Hal |
|---|-----|
| 1. Tabel 1.1 : Pengungkapan CSR terhadap Harga Saham | 3 |
| 2. Tabel 1.2 : Penurunan Volume Perdagangan | 7 |
| 3. Tabel 2.1 : Indikator CSR | 30 |
| 4. Tabel 2.2 : Penelitian Terdhulu | 44 |
| 5. Tabel 3.1 : Populasi Penelitian | 51 |
| 6. Tabel 4.1 : Indeks Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Pertanian Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia | 62 |
| 7. Tabel 4.2 : Volume Perdagangan Saham (TVA) Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | 65 |
| 8. Tabel 4.3 : Hasil Uji Statistik Deskriptif | 67 |
| 9. Tabel 4.4 : Hasil Uji Normalitas | 68 |
| 10. Tabel 4.5 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana | 71 |
| 11. Tabel 4.6 : Hasil Uji T CSR terhadap Volume Perdagangan Saham | 72 |
| 12. Tabel 4.7 : Hasil Uji Koefisien Determinasi | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Hal |
|---|-----|
| 1. Gambar2.1 : Kerangka Pemikiran | 47 |
| 2. Gambar 4.1 : Indeks Pengungkapan CSR..... | 63 |
| 3. Gambar 4.2 : Indeks Volume Perdagangan Saham (TVA) | 66 |
| 4. Gambar 4.3 : Hasil Uji Histogram..... | 69 |
| 5. Gambar 4.4 : Hasil Uji Probability Plot..... | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Sampel Perusahaan

Lampiran 2 : Data CSRI dan Volume Perdagangan Saham (TVA)

Lampiran 3 : Indikator Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Lampiran 4 : Output SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Sejarah perkembangan akuntansi, terjadi perkembangan pesat setelah terjadinya revolusi industri di Inggris (1760-1860), yang menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber daya alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka, tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial.¹

Para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Pendapat tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*).²

¹ Rimba Kusumadiaga, “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi, 2010), h.1.

² Ismail Solihin, *Coporate Social Reponsibility from Charity to Sustainability* (Jakarta:Salemba Empat,2009), h.1

Perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh, dan bukan saja menjadi bagian yang bertanggungjawab kepada pemiliknya saja (*stakeholder*) tetapi bertanggungjawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (*stakeholder*).

Pasar modal menjadi instrumen yang sangat penting, dikarenakan fungsi dan peran pasar modal berperan untuk mengalokasikan sumber daya ekonomi secara optimal guna mempertemukan kepentingan suatu investor selaku pihak yang memiliki kelebihan dana dengan peminjam selaku pihak yang membutuhkan dana.

Salah satu jenis investasi yang diminati investor di pasar modal Indonesia (Bursa Efek Indonesia) adalah investasi berupa volume perdagangan saham, kegiatan perdagangan saham dalam suatu volume yang sangat tinggi disuatu bursa akan ditafsirkan sebagai tanda pasar membaik (*bullish*).³ Naik turunnya harga saham sebenarnya ditentukan oleh jumlah permintaan dan penawaran. Semakin banyak yang berminat membeli saham perusahaan, maka harga saham meningkat, para investor mulai menggunakan kinerja CSR untuk menentukan saham mana yang mereka beli.⁴ Volume perdagangan mencerminkan kekuatan penawaran dan permintaan yang merupakan refleksi dari perilaku investor. Meningkatnya permintaan dan penawaran saham, maka volume perdagangan meningkat juga.⁵

Survey Global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi mereka, menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan

³Abdul dan Nasuhi Hidayat, “*Studi Empiris Tentang Pengaruh VolumePerdagangan Dan Return Terhadap Bid-Ask Spread Industri Rokok Di Bursa Efek Jakarta Dengan Model Koreksi Kesalahan*”. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol.3 No.1, h.69

⁴Maria R.Nindita, *Sustainable Business & Corporate Social Responsibility(CSR)*, (Jakarta:CECT, 2014), h.32

⁵Dody Hapsoro, Muhammad Harist Zidni, “*The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure On Economic Consequences*”, *Journal Of Business and Economics*, Vol 6. No 9

keputusan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan keuangan berkorelasi dengan harga saham perusahaan tersebut.⁶

Namun pada beberapa perusahaan pertanian yang ada di Bursa Efek Indonesia terjadi penurunan harga saham sebagaimana dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 1.1

Pengungkapan CSR terhadap Harga Saham

| NO | Nama Perusahaan | Indeks Pengungkapan CSR | | Harga saham | | Penurunan Harga Saham |
|----|------------------------------|-------------------------|--------|-------------|--------|-----------------------|
| | | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | |
| 1 | PT. Astra Agro Lestari Tbk | 0.3291 | 0.3544 | 16.775 | 13.150 | 21,6% |
| 2 | PT. BISI Internationaal Tbk | 0.1519 | 0.1645 | 1.900 | 1.795 | 5,5% |
| 3 | PT. Salim Ivomas Pratama Tbk | 0.0506 | 0.0506 | 494 | 464 | 6,07% |

Sumber : www.idx.co.id (Diolah)

Harga saham PT Astra Agro Lestari Tbk, mengungkapkan indeks CSR senilai 0.3291, ada penambahan pengungkapan CSR ditahun 2017 yakni menjadi 0.3544, yang mana berdampak pada harga sahamnya mengalami penurunan sebesar 21,6% menjadi Rp13.150 per sahamnya, sementara pada PT BISI International Tbk mengungkapkan indeks CSR senilai 0.1519, dan meningkat di tahun 2017 menjadi 0.1645, namun harga saham mengalami penurunan sebanyak 5,5% menjadi Rp 1.795 per sahamnya, PT Salim Ivomas Pratama Tbk juga mengungkapkan indeks CSR senilai 0.0506 dan tidak ada peningkatan CSR di

⁶ Karli Soedijanto & Asep Ismail Siddik, “ Pengaruh tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr Disclosure) Terhadap Return Saham”, dalam *Jurnal Akuntansi Riset*, Vol.1, No. 2, h.224

tahun berikutnya, akan tetapi mengalami penurunan harga saham sebesar 6,07% menjadi Rp 464 per sahamnya.

Adapun beberapa peneliti yang menghubungkan antara pengungkapan CSR terhadap reaksi pasar dan volume perdagangan saham yang menemukan bahwa praktik CSR tidak berpengaruh terhadap harga saham dan ada yang menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan sosial dengan volume perdagangan saham seputar publikasi laporan tahunan. Hasil yang berbeda mengungkapkan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go-public* berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Hasil ini didukung oleh peneliti lain bahwa terdapat pengaruh pengungkapan sosial terhadap reaksi investor yang tercermin dalam harga saham dan volume perdagangan.⁷

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks Indonesia (terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR untuk kategori *discretionary responsibilities*) dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary responsibilities*) artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan, bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan Undang-Undang yang berlaku di negara Republik Indonesia. Kedua, pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan *discretionary business*, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh Undang-Undang (bersifat *mandatory*).⁸

Keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat hampir pasti membawa dampak negatif terutama perusahaan industri pertanian, meskipun memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan. Dilihat dari sisi negatif industrialisasi tersebut, tidak adil manakala masyarakat harus menanggung beban

⁷ Diota Prameswari Vijaya. "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Aktivitas Volume Perdagangan dan Harga Saham", <https://ejournal.undiksha.ac.id>. Diunduh pada tanggal 28 Januari 2019.

⁸ Ibid, h.17

sosial. Terkait itu, masyarakat adalah pihak yang tidak memperoleh kontra prestasi langsung dari industrialisasi, terutama masyarakat garis bawah (*grass root*) yang secara modal dan kesempatan tidak mendapat akses, sementara mereka yang harus menanggung dampak sosial dan lingkungan .

Menurut Undang-Undang No.40 tahun 2007 Pasal 74 tentang perseroan terbatas (UUPT), yang disahkan pada tahun 2007 yang berisikan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), (2) TJSL sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Maka CSR (*corporate social responsibility*) atau tanggung jawab social perusahaan yang sebelumnya merupakan suatu hal yang bersifat sukarela akan berubah menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan.⁹

Adapun sanksi pidana pelanggaran CSR terdapat dalam Undang-Undang nomor 3 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan : “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan /atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah.¹⁰

⁹ Undang-Undang No.40 tahun 2007 Pasal 74 tentang perseroan terbatas (UUPT)

¹⁰ Undang-Undang nomor 3 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1)

Selain dilihat dari dasar hukum pelaksanaannya, CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilah antara pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar (misalnya perusahaan berbentuk korporasi) dan pelaksanaan CSR oleh perusahaan kecil dan menengah (*small-mediumenterprise-SME*). Selama ini, terdapat anggapan yang keliru bahwa pelaksanaan CSR hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar, padahal tidak hanya perusahaan besar yang dapat memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan melainkan perusahaan kecil dan menengah pun bisa memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.¹¹

Tanggung jawab sosial sudah diterapkan oleh beberapa perusahaan besar dan menengah di Indonesia. Penerapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan besar terbukti dari keterlibatannya baik langsung maupun melalui jalur pemerintah seperti: Penyediaan air bersih, program pelestarian alam, perbaikan indeks pembangunan manusia, mensponsori kegiatan olahraga, dan membantu sarana pendidikan. Adapun tanggung jawab sosial oleh perusahaan kecil dan menengah masih sebatas penyediaan lapangan kerja.

Para pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipisahkan, karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Mewajibkan perseroan menyisihkan dana CSR melanggar hak asasi manusia (HAM) dan merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya (*costs*) dan menurunkan laba perseroan. Penurunan laba berdampak pada penurunan jumlah deviden yang diterima pemegang saham dan nilai ekuitas perusahaan. Tujuan jangka panjang perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan.¹²

Memahami konsep CSR dari sudut pandang Islam sangat penting dilakukan. Hal ini disebabkan agama Islam adalah agama terbesar di Indonesia. Pertumbuhan agama Islam yang begitu cepat dan meningkat keinginan masyarakat muslim untuk bekerja dan berusaha sesuai dengan nilai-nilai Islam, mendorong lahirnya

¹¹ *Ibid*, h.161-162

¹² *Ibid*.

perusahaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Salah satunya kehadiran lembaga keuangan syariah membuktikan lahirnya konsep-konsep *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)* yang sesuai dengan norma-norma Islam.

Seiring dengan pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan, di harapkan dunia pasar modal Indonesia akan semakin mengenal dan menerapkan investasi yang memiliki tanggung jawab sosial. Orientasi produk syariah sebagai sarana mewujudkan investasi bertanggung jawab sosial secara verbal disebutkan dalam *Master Plan Pasar Modal Indonesia 2005-2009*. Pengembangan investasi berbasis syariah merupakan salah satu faktor pendukung yang memungkinkan penerapan investasi yang memiliki tanggung jawab sosial di Indonesia.¹³

CSR secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap volume perdagangan, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka volume perdagangan meningkat.¹⁴

Namun pada perusahaan PT. BISI International, Tbk mengalami penurunan volume perdagangan saham dengan peningkatan pengungkapan CSR.

Tabel 1.2
Penurunan Volume perdagangan

| NO | Nama Perusahaan | Indeks Pengungkapan CSR | | Volume Perdagangan Saham | | Total penurunan volume |
|----|-----------------------------|-------------------------|--------|--------------------------|----------|------------------------|
| | | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | |
| 1. | PT. Astra Agro Lestari, Tbk | 0.3291 | 0.3544 | 0.0061 | 0.0003 | 90,6% |
| 2 | PT. Gozco Plantation, Tbk | 0.0633 | 0.0759 | 0.00044 | 0.000095 | 64,4% |

¹³Andri Soemitra, *Masa Depan Pasar Modal Syariah Di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2014), h.218

¹⁴ Maria Stefani, (Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Volume Perdagangan Saham Pada Indusri Makanan dan Minuman yang Tercatat Di BEI, h.62.)

| | | | | | | |
|----|----------------------------------|--------|--------|----------|----------|-------|
| 3. | PT. Central Protinaprima, Tbk | 0.0759 | 0.1519 | 0.000260 | 0.000001 | 99,2% |
|----|----------------------------------|--------|--------|----------|----------|-------|

Sumber : www.idx.co.id (Diolah)

Pengungkapan CSR pada PT. Astra Agro Lestari, Tbk mengalami peningkatan pada tahun 2017, dan volume perdagangan saham mengalami penurunan sebesar 90,6%. Pada PT Gozco Plantation, Tbk mengalami peningkatan CSR dan volume perdagangan saham mengalami penurunan sebesar 64,4%, dan pada PT Central Protinaprima, Tbk juga mengalami peningkatan CSR namun mengalami penurunan volume perdagangan saham sebesar 99,2%.

Dari uraian diatas, maka yang dijadikan objek penelitian ini adalah perusahaan pertanian yang tercatat di BEI, alasan memilih perusahaan tersebut dikarenakan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan berupa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, dan alam. Perusahaan pertanian termasuk perusahaan yang banyak mengakibatkan kerusakan sumber daya alam, dan alasan lainnya adalah agar adanya pembaharuan penelitian. Peneliti juga menggunakan *Trading Volume Activity* (TVA) yaitu aktivitas volume perdagangan saham, sebagai salah satu indikator untuk melihat liquid atau tidak liquidnya suatu saham dipasar modal yang merupakan cerminan dari keadaan perusahaan. Hal ini dikarenakan naik turunnya harga saham yang diperdagangkan dilantai bursa di tentukan oleh kekuatan pasar.

Atas dasar hal ini, maka penelitian ini penting untuk diteliti pada sektor pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap volume perdagangan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015 sampai dengan 2017

Berdasarkan asumsi, pertimbangan dan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Volume Perdagangan saham (Studi pada Perusahaan Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang ditulis, dapat diberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber daya alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam.
2. Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan berkorelasi dengan harga saham perusahaan, namun pada beberapa perusahaan petanian yang ada di BEI terjadi penurunan harga saham.
3. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka volume perdagangan saham meningkat, namun pada perusahaan PT. BISI Internationaal, Tbk mengalami penurunan volume perdagangan.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis hanya berfokus pada masalah pengaruh CSRD terhadap volume perdagangan saham. Peneliti juga membatasi periode laporan keuangan yakni tahun 2015 sampai dengan 2017. Hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih fokus dan hasil yang dimaksud dalam penelitian ini berfokus pada satu objek perusahaan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah : “Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Volume Perdagangan Saham ?”

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap volume perdagangan saham pada perusahaan pertanian yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

2. Kegunaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

a) Manfaat Teoritis

- 1) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan oleh akademisi dalam ilmu akuntansi dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap volume perdagangan saham yaitu salah satunya teori *stakeholder*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan pengetahuan.
- 2) Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana dibidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai volume perdagangan pada masa yang akan datang.

b) Manfaat Praktis

- 1) Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkap sehingga membantu untuk meningkatkan nilai perusahaan yang berdampak pada volume perdagangan perusahaan, sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
- 2) Bagi Investor, memberikan wawasan baru dalam mempertimbangkan aspek aspek yang perlu diperhitungkan dalam

investasi, memberikan informasi mengenai perusahaan-perusahaan yang akan dijadikan sebagai investasi dan diharapkan membantu investor untuk berinvestasi secara bijak.

- 3) Bagi Masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

F. Batasan Istilah

Untuk tidak menimbulkan adanya perbedaan pengertian, perlu ada penjelasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Batasan istilah yang digunakan diambil dari beberapa pendapat para pakar dalam bidangnya. Namun sebagian ditentukan oleh peneliti dengan maksud untuk kepentingan penelitian ini. Beberapa batasan istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility*, adalah bentuk tanggungjawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.
2. Volume perdagangan saham, adalah rasio antara jumlah saham yang diperdagangkan pada waktu tertentu terhadap jumlah saham yang beredar pada waktu tertentu.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Saham

1. Pengertian Saham

Saham adalah surat berharga yang menunjukkan kepemilikan perusahaan sehingga pemegang saham memiliki hak klaim atas deviden atau distribusi lain yang dilakukan perusahaan kepada pemegang saham lainnya.¹ Saham merupakan surat bukti atau tanda penyertaan modal pada suatu perseroan terbatas.² Pengertian saham juga adalah: “surat bukti bahwa kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham, dengan memiliki saham suatu perusahaan, maka investor akan mempunyai hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan, setelah dikurangi dengan pembayaran semua kewajiban”.

Pendapat lain mengatakan saham adalah mewakili persentase kepemilikan perusahaan, atau ekuitas pemegang saham.³ Dapat ditarik kesimpulan saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan, selebar saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemiliknya (berapapun porsinya/jumlahnya) dari suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut.⁴

Adapun saham syariah adalah bukti kepemilikan atau suatu perusahaan yang memenuhi kriteria syariah dan tidak termasuk saham yang memiliki hak-hak istimewa. Penerbitan saham yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah

¹ Supar Wasesa, et.all, *Manajemen Keuangan Prinsip dan Penerapan*, (Medan : Madenatara,2016), h.220.

² Martono, Agus Harjito, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta :Ekonosia, 2005), h.367

³ *Ibid*

⁴ Charles P. Jones, *Investments*, (Asia : John Wiley and Sons, 2007), h.39.

merupakan alternatif bagi investor yang memiliki preferensi berinvestasi pada instrumen penyertaan modal (ekuitas).⁵

2. Harga Saham

Saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang dalam suatu perusahaan. Selebar saham adalah selebar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik saham dari suatu perusahaan yang menerbitkan saham tersebut. Selebar saham mempunyai nilai atau harga. Harga saham dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. **Harga Nominal**, merupakan harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan.
- b. **Harga Perdana**, merupakan harga pada waktu saham tersebut dicatat di bursa efek dalam rangka penawaran umum penjualan saham perdana yang disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*). Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan emiten. Dengan demikian akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat
- c. **Harga Pasar**, adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di bursa efek. Transaksi disini tidak melibatkan lagi emiten dan penjamin emisi.

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham

Harga saham yang terjadi dipasar modal selalu berfluktuasi dari waktu ke waktu. Fluktuasi harga saham tersebut akan ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Jika jumlah penawaran lebih besar dari jumlah permintaan, pada umumnya kurs harga saham akan menurun, dan sebaliknya jika jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran terhadap suatu efek,

⁵Andri, *Masa Depan Pasar Modal Syariah Di Indonesia*,h.125-126

maka harga saham cenderung naik, faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham yaitu :⁶

a. Faktor Internal

- 1) Pengumuman tentang pemasaran, produksi, penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan produk, dan laporan penjualan.
- 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.
- 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.
- 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.

⁶Supar, *Manajemen Keuangan Prinsip dan Penerapan*, h.229

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.

b.Faktor Eksternal

- 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.
- 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.
- 4). Gejolak politik dalam negeri dan fluktuasi nilai tukar.
- 5). Berbagai isu baik dari dalam negeri dan luar negeri.⁷

B. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Isyarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan

⁷*Ibid*, h.230

oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan, atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.⁸

Teori sinyal merupakan konsep dimana pihak pemberi informasi dapat memilih apa dan bagaimana informasi akan ditampilkan dan pihak penerima informasi dapat memilih bagaimana menginterpretasikan informasi yang diterima. Perusahaan baik dapat membedakan dirinya dengan perusahaan yang tidak baik dengan mengirimkan sinyal yang dapat dipercaya (*credible signal*) mengenai kualitasnya kepasar modal. *Signaling Theory* merupakan sinyal-sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan. Dimana informasi mengenai perubahan harga dan volume saham mengandung informasi dalam memberikan bukti yang bermanfaat dan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.⁹

Pengumuman Informasi akuntansi memberikan sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik atau buruk dimasa mendatang, apabila informasi keuangan memiliki penilai yang baik maka informasi yang diterima investor merupakan *good news* sehingga investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham dan berujung pada perubahan harga saham. Sebaliknya bila informasi keuangan menunjukkan penilai buruk maka informasi yang diterima investor adalah *bad news* dan mempengaruhi perdagangan serta harga saham pula.¹⁰

⁸ Eugene F. Brimingham dan Joel F. Houston, *Manajemen Keuangan*, (Erlangga : Jakarta, 2001), h. 36.

⁹ Khairudin dan Wandita. “Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt Equity Ratio (DER) dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Di Indonesia” dalam Jurnal Akuntansi & Keuangan, VIII, 1, (Maret, 2017), h. 70.

¹⁰ *Ibid*

Teori *signal* menunjukkan adanya asimetri informasi antar pihak manajemen perusahaan dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Asimetri informasi dapat terjadi diantara dua kondisi ekstrem yaitu perbedaan informasi yang kecil sehingga tidak mempengaruhi manajemen, atau perbedaan yang sangat signifikan sehingga dapat berpengaruh terhadap manajemen dan harga.¹¹

C. Landasan Teori *Corporate Social Responsibility*

1. Teori *Stakeholder*

Istilah *Stakeholder* pertama sekali muncul tahun 1708. Kata ini telah dipakai oleh banyak pihak dan mempunyai berbagai makna dalam berbagai ilmu atau konteks, misalnya administrasi bisnis, ilmu komunikasi, pengelolaan sumber daya alam, dan sosiologi. Lembaga-lembaga masyarakat pun telah menggunakan secara luas istilah *stakeholder* ini kepada setiap orang yang berkepentingan dalam proses-proses pengambilan dan pelaksanaan keputusan.¹²

Dijelaskan dengan detail berbagai pendapat mengenai definisi *stakeholder* ini. Beberapa definisi yang mendefinisikan pihak *stakeholder* sebagai kelompok atau individu dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan, mereka mempunyai kekuatan dan pengaruh terhadap isu-isu tersebut, dalam beberapa dekade terakhir ini kesadaran mengenai strategi mulai berkembang, tidak hanya sekedar menguasai pasar (pengguna) saja, tetapi juga menguasai pemilik yang berkepentingan. Disebutkan bahwa *stakeholder* sebagai pemilik yang berkepentingan.¹³

¹¹ Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* dalam Raharja dan Sari, "Perbandingan Alat Analisis (Diskriminan dan Regresi Logistik) Terhadap Peringkat Obligasi (PT Pefindo)", *Jurnal Maksi*, VIII, 1, (Januari, 2008), h. 89.

¹² Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility*, (Depok: Kencana, 2017), h.23.

¹³ *Ibid*, h.24

The classic definition of Stakeholder is 'any group or individual who can affect or is affected by achievement of the organization's objective's, definisi klasik *stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian objektif organisasi.¹⁴

Pihak *stakeholder* perusahaan dapat dibagi kepada dua jenis, yaitu *stakeholder* primer (*primary stakeholder*) dan *stakeholder* skunder (*secondary stakeholder*). *Stakeholder* primer merupakan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan ikut menanggung resiko, seperti pemegang saham, kreditur, pekerja, dan direksi perusahaan. Pemerintah pun termasuk dalam golongan *stakeholder primer*, walaupun tidak secara langsung mempunyai hubungan secara ekonomi.¹⁵

Bentuk yang kedua adalah *stakeholder skunder*, yaitu sifat hubungan keduanya saling memengaruhi namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak ditentukan oleh *stakeholder* jenis ini. Contoh *stakeholder* skunder adalah media dan kelompok berkepentingan seperti lembaga sosial masyarakat, dan serikat buruh.¹⁶

Konsep pihak *stakeholder* itu sendiri telah mengalami banyak perubahan yang mendasar. Jika dahulu dianggap sebagai pihak pemilik kepentingan adalah pemegang saham, dewan pengarah, dewan direksi, pengguna dan pemerintah, kini setelah berkembang menjadi luas meliputi pekerja, serikat pekerja, dan masyarakat umum.

¹⁴ Andrew L. Friedman dan Samantha Miles, *Stakeholder Theory and Practice*, (Newyork: Oxpord University Press, 2006), h.1.

¹⁵ Muhammad, *Islamic Corporate Social Responsibility*, h.24

¹⁶ *Ibid*, h.24.

Pihak *stakeholder* perusahaan juga termasuk lingkungan. Hal ini disebabkan perusahaan harus bertanggung jawab untuk merawat lingkungan dan hidup bersama secara terus menerus.¹⁷

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa defnisi *stakeholder* tidak sekedar menjawab pertanyaan siapa *stakeholder* terhadap suatu hal, tetapi juga sifat hubungan *stakeholder* dengan isu, sikap, pandangan serta pengaruh *stakeholder* terhadap isu, aspek-aspek, menjadi penting untuk menentukan siapa pihak *stakeholder* dalam suatu perusahaan.

Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*), sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi luas yaitu sampai pada rana sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial, fenomena ini terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi (*ekonomi focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*sosial dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.¹⁸

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, mayarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.¹⁹

¹⁷ *Ibid*, h.25

¹⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*,(Yogyakarta:Graha Imu, 2011), h. 93

¹⁹ *Ibid*.

Stakeholder internal sangat sulit untuk diidentifikasi oleh karyawan walaupun mereka berinteraksi dalam keseharian. *Internal Stakeholder* terdiri atas pelanggan, mitra, pesaing. Berdasarkan intuisi, karyawan mengerti bahwa mereka harus bertemu dengan kebutuhan dan harapannya kesatuan yang lahir ini, mereka masih terbiasa melakukan pekerjaan yang buruk karena mereka jarang melihat grup ini sebagai *stakeholder*.²⁰

Stakeholder eksternal adalah individu yang membeli produk atau menggunakan jasa yang diberikan sebuah perusahaan. Mereka berada diluar perusahaan dan memiliki sesuatu untuk diraih dan dirawat sebagai hasil dari penggunaan produk atau jasa atau memiliki hubungan dengan perusahaan tersebut. Mereka bisa berupa *supplier, joint venture groups*, pemakai akhir, pesaing.²¹

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*, dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Dikatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerfull stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.²²

Teori *stakeholder* memberikan pengetahuan teoritis dasar bagi praktisi *public relations* untuk memahami bagaimana individu, kelompok, dan

²⁰ Veithzal Rivai, et.all, *Corporate Performance Management*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2011), h.166.

²¹ *Ibid*, h.164

²² Yunus Handoko, "Implementasi Social and Enviromental Disclosure dalam Perspektif Teoritis" Jurnal JIBEKA, Vol.8 No.2, 2014, h.74

organisasi eksternal memengaruhi aktivitas organisasi tempat bekerja, cakupan *stakeholder* lebih luas dari publik. Teori ini menjelaskan proses membangun relasi yang dilakukan organisasi dengan para aktor di sekitar yang terkait dengan operasional organisasi sehari-hari. Teori ini dikembangkan yang dimaksudkan menawarkan pendekatan pragmatis untuk mendorong organisasi memahami *stakeholder* nya agar mendapat kondisi terbaik, kondisi terbaik ini sebagai *superior performance*. Bahwa tanggung jawab sosial organisasi terkait dengan *stakeholder*. Hanya dengan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, organisasi tersebut dimungkinkan memperoleh keuntungan.

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi adalah anggapan menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan defenisi yang dikembangkan secara sosial.²³

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan dan dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihkan terhadap masyarakat, pemerintah individu, dan kelompok masyarakat.

Teori legitimasi merupakan alasan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR. Teori legitimasi berdasarkan pada asumsi

²³ Mark C. Suchman , “*Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches*”, Journal Article, Vol.20, No 3, 1995

bahwa perusahaan memiliki hak untuk beroperasi, jika perusahaan tersebut beroperasi bersamaan dengan melakukan aktivitas sosial.²⁴

Agar publik dapat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, aktivitas tersebut harus disertai dengan pengungkapan. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan, maka pengungkapan CSR yang dilakukan juga semakin luas, semakin besar sebuah perusahaan maka semakin besar perhatian yang diberikan oleh pemerintah dan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, sehingga semakin besar pula tekanan publik kepada perusahaan untuk mengungkapkan CSR.²⁵

D. Corporate Social Responsibility

CSR sebagai “*A bussiness acts in socially responsible manner when its decision and actions account for and balance diverse stakeholder interest*”.Defenisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.²⁶

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan, biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum perundangan.²⁷

Pertanggungjawaban social perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan

²⁴ Hery, *Kajian Riset Akuntansi*, (Jakarta : Grasindo,2017), h.110

²⁵ *Ibid*, h.111

²⁶ A.B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*,(Jakarta: Erlangga Group,2009), h.10.

²⁷ Ismail, *Corprate Social Responsibility*,h.6.

perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum²⁸.

CSR sebagai proses komunikasi sosial dan lingkungan dari organisasi ekonomi terhadap kelompok tertentu di masyarakat, yang melibatkan tanggung jawab organisasi (terutama perusahaan), diluar tanggung jawab keuangan kepada pemilik modal, khusus nya pemegang saham. Dari berbagai defenisi CSR ada satu kesamaan bahwa CSR tidak bisa lepas dari kepentingan *stakeholder* dan *stakeholder* perusahaan.

CSR adalah melaksanakan bisnis dengan cara yang lebih dari apa yang dituntut oleh etika, Undang-Undang, pasar, adapun bursa saham malaysia menyebut CSR adalah keikhlasan dan keterbukaan perusahaan berlandaskan kepada nilai etika dan hormat kepada komunitas, pekerja, alam sekitar, pemegang saham, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.²⁹

CSR sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk beroperasi dalam bidang ekonomi, sosial, dan masyarakat sekitar dengan menyeimbangkan berbagai kepentingan.³⁰ Berdasarkan defenisi-defenisi diatas dapat dirumuskan bahwa CSR adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat (*community*) di sekitarnya yang merupakan serangkain aktif kegiatan perusahaan ditengah-tengah masyarakat dan semua pemegang yang berkepentingan dalam rangka pengembangan kualitas kearah yang lebih baik dalam berbagai dimensi kehidupan.

²⁸ Rahmawati, *Teori Akuntansi Keuangan*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), h.179.

²⁹ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility*, (Depok : Kencana, 2017), h.28

³⁰ *Ibid*, h.29

1. Prinsip-Prinsip dan Jenis *Corporate Social Responsibility*

Ranah tanggung jawab sosial (*social responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan pemangku kepentingan. Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial.

Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yaitu: *sustainability*, *accountability*, *transparency*.³¹ *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana pengguna sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.

Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan. Berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalah pahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan

Pemilihan program kegiatan CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan tergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai oleh

³¹Nor, *Corporate Social Responsibility*, h.59-60.

perusahaan. Ada enam kategori program CSR. Adapun keenam program CSR tersebut adalah sebagai berikut:³²

a. Cause Promotion

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, dan perekrutan tenaga sukarela untuk kegiatan tertentu.

b. Cause Related Marketing (CRM)

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta aktivitas tertentu.

c. Corporate Social Marketing (CSM)

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan isu-isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

d. Corporate philanthropy

Perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara Cuma-Cuma. Biasanya

³² Firsan nova, *Republic Relation*, (Jakarta : media bangsa, 2012), h.309

berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

e. *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

f. *Socially responsible business practice*

Perusahaan melakukan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

2. Manfaat CSR

Dalam menjelaskan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu: laba, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan deviden kepada pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha dimasa depan, serta membayar pajak kepada pemerintahnya.

Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Pertama, mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.³³

Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula

³³ A.B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, h.13.

perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.

Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Keempat, CSR dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan *stakeholdernya*, pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih.

Kelima, meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

Dan keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.³⁴

3. Perencanaan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam dan berkelanjutan, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kualitas perencanaan praktik

³⁴*Ibid*, h. 14.

tanggungjawab sosial perusahaan tergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Rumusan tahapan perencanaan, evaluasi, dan implementasi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sebagai berikut:³⁵

- a. Menetapkan visi
- b. Menetapkan tujuan
- c. Menetapkan target
- d. Mempertimbangkan kebijakan
- e. Menetapkan strategi
- f. Merancang struktur organisasi
- g. Merancang program
- h. Menyediakan sumberdaya manusia
- i. *Linkage stakeholder* dan pemetaan wilayah
- j. Penentuan sumberdana
- k. Implementasi
- l. Evaluasi

4. Implementasi *Social Responsibility*

Implementasi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) merupakan tahap aplikasi program *social responsibility* sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Penerapan tanggung jawab sosial membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan karyawan pelaksana.

Manajemen implementasi tanggung jawab sosial perusahaan juga dilakukan dengan pola *Charity*, *Social Activity*, dan *Community Development*. Implementasi tanggung jawab berbasis *Charity Philanthropy* berarti kegiatan tanggung jawab bersifat karitatif, jangka pendek insidental. Disini, masyarakat dijadikan objek yang harus memperoleh bantuan, sehingga perusahaan

³⁵Nor Hadi , *Corporate Social Responsibility*, h.124

merupakan pihak dermawan yang siap berderma setiap saat. Contoh pelaksanaan tanggung jawab sosial seperti bantuan bencana alam, bantuan sembako, bantuan hari raya, bantuan masyarakat sekitar, beasiswa, pemberian produk dan lainnya.³⁶

Strategi berupa *social activity*, merupakan strategi pelaksanaan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dengan bantuan jasa untuk meringankan atau membantu meringankan masyarakat. Contoh rill pelaksanaan tanggung jawab sosial ini, seperti: pelaksanaan jalan sehat, organisasi donor darah, pemberi (layanan Cuma-Cuma, pelatihan, mengorganisir relawan dalam aktivitas sosial dan sejenisnya).³⁷

Strategi *community development*, mendudukan *stakeholder* dalam paradigma *common interest*. Prinsip simbiosis mutualisme sebagai pijakan pelaksanaan *social repsonsibility*. *Stakeholder* dilibatkan pada pola hubungan *recources-based partnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *stakeholder*. *Stakholder* memperoleh kesempatan meningkatkan kesejahteraan lewat pemberdayaan yang dikelola bersama lewat kegiatan produktif seperti *income generating*, pemilikan saham oleh *stakeholder* seperti saham bonus bagi karyawan dan direksi, dana bergulir dan sebagainya.³⁸

5. Indikator Corporate Social Responsibility

Terdapat sebanyak 79 indikator CSR menurut GRI yang mana terbagi atas : Ekonomi (9 item), Lingkungan (30 item), Tenaga Kerja (14 item), Hak Asasi Manusia (9 item), Kemasyarakatan Sosial (8 item), Produk (9 item), dijelaskan sebagai berikut :

³⁶ *Ibid*, h.145

³⁷ *Ibid*

³⁸ *Ibid*, h.146

Tabel 2.1
Indikator CSR

| INDIKATOR CSR MENURUT GRI | |
|--|---|
| Indikator Kinerja Ekonomi | Kinerja Ekonomi (4 item) |
| | Keberadaan Pasar (3 item) |
| | Dampak Ekonomi Tidak Langsung (2 item) |
| Indikator Kinerja Lingkungan | Material (2 item) |
| | Energi (5 item) |
| | Air (3 item) |
| | Keanekaragaman Hayati (5 item) |
| | Emisi, Effluent, dan Limbah (10 item) |
| | Produk dan Jasa (2 item) |
| | Kesesuain (1 item) |
| | Transportasi (1 item) |
| | Keselarasn (1 item) |
| Indikator Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak | Pekerjaan (3 item) |
| | Hubungan Tenaga Kerja Manajemen (2 item) |
| | Kesehatan dan Keselamatan Kerja (4 item) |
| | Pendidikan dan Pelatihan (3 item) |
| | Keanekaragaman dan Kesempatan Setara (2 item) |
| Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia | Praktik Investasi dan Pengadaan (3 item) |
| | Non-Diskriminasi (1 item) |
| | Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok (1 item) |
| | Tenaga Kerja Anak (1 item) |
| | Pegawai Tetap dan Kontrak (1 item) |
| | Praktik Keselamatan (1 item) |

| | |
|--|--|
| | Hak Produk Asli (1 item) |
| Indikator Kinerja Masyarakat Sosial | Kemasyarakatan (1 item) |
| | Korupsi (3 item) |
| | Kebijakan Publik (2 item) |
| | Perilaku Anti Persaingan (1 item) |
| | Kepatuhan (1 item) |
| Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk | Keselamatan dan Kesehatan Konsumen (2 item) |
| | Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa (3 item) |
| | Komunikasi Pemasaran (2 item) |
| | Privasi Konsumen (1 item) |
| | Kesesuain (1 item) |

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung CSR adalah :

$$CSRI j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRI j = *Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

X_{ij} = Kriteria Variabel : 1 = Jika Item i diungkapkan ; 0 = jika itemi tidak diungkapkan

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j , n_j < 79 dengan demikian, 0 < CSRI j < 79

E. Corporate Social Responsibility(CSR) dalam Perspektif Islam

Jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif dengan mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajaran, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, maka akan bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.³⁹ Tujuan keadilan

³⁹ M. Umer Capra, *Sistem Moneter Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press & Tazkia Cendeki, 2000), h. 25.

sosioekonomi dalam distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari falsafah moral Islam dan komitmennya yang pasti terhadap persaudaraan dan kemanusiaan.⁴⁰

Konsep CSR dalam perspektif Islam lebih menjurus kepada pendekatan rohani. Pandangan bersifat rohani adalah berdasarkan dari ajaran Al-Quran dan Sunnah. Ide mengenai tanggung jawab sosial ini terkandung dalam ikatan kerohanian (*religious bond*). Ikatan kerohanian ini menggambarkan komitmen terhadap standar moral dan juga norma-norma sosial dengan berasaskan kepada syariah. Ini karena dalam Islam matmalat yang ingin dicapai bukan tertumpu kepada keperluan material saja, tetapi merangkumi konsep kesejahteraan hidup manusia yang menekankan konsep persaudaraan dan keadilan sosioekonomi, dan spiritual bagi setiap insan.

Program CSR dalam Islam harus bersesuaian dengan masalah dan *maqasid al-Shari'ah*, mewajibkan untuk mengutamakan kepentingan *al-dharuriyyah* lebih dahulu, dilanjutkan pada kepentingan *al-hajiyyah* dan yang terakhir *al-tahsiniyyah*. Walaupun dalam pencapaian ketiga kepentingan ini bukanlah sesuatu yang berlaku secara berurutan dan ketat, tetapi pencapaian ketiga piramida masalah ini menjadi petunjuk bagi pengelola perusahaan dalam memutuskan program CSR yang tepat guna dan tepat sasaran.

CSR dalam perspektif Islam merupakan perbuatan inhern dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam adalah masalah, sehingga bisnis merupakan upaya dalam menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan semata. Bisnis dalam Islam memiliki posisi sangat mulia sekaligus strategis karena tidak sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an:

⁴⁰ *Ibid.*

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat. Maka bertebaranlah kamu dimuka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S AlJumu'ah : 10).⁴¹

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ
اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya : bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadapkepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan diamana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S. Al Baqarah: 148).⁴²

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial tertuju kepada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat sekitar perusahaan.⁴³ Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain, sebagai berikut:

⁴¹ Q.S. Al- Jumu'ah (62): 10.

⁴² Q.S. AL-Baqarah (2): 148

⁴³ Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 64.

1. Pelaku-pelaku Organisasi

a) Hubungan Perusahaan dengan Pekerja.

1) Keputusan Perekrutan, Promosi, bagi pekerja.⁴⁴

Islam mendorong bagaimana memperlakukan sesama muslim secara adil. Sebagai contoh, dalam perekrutan, promosi dan keputusan-keputusan lain dimana seorang manajer harus menilai kinerja seseorang terhadap orang lain, kejujuran serta keadilan adalah sebuah keharusan.

2) Upah yang adil.⁴⁵

Dalam organisasi Islam, pemberian upah harus diberikan dengan cara yang adil, baik bagi pekerja maupun juga pemilik perusahaan. Pada hari pembalasan, Rasulullah SAW akan menjadi saksi terhadap orang yang mempekerjakan buruh dan mendapatkan pekerjaannya diselesaikan olehnya namun tidak memberikan upah kepadanya.

3) Penghargaan terhadap keyakinan pekerja.⁴⁶

Prinsip umum tauhid atau keesaan berlaku untuk semua lingkup hubungan antara perusahaan dan pekerjaannya. Pengusaha muslim tidak boleh memperlakukan perkerjanya seolah-olah Islam tidak berlaku selama waktu kerja. Sebagai contoh, pekerja muslim harus diberi waktu untuk mengerjakan shalat, tidak boleh dipaksa untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan moral Islam, beri waktu istirahat bila sakit dan tidak dapat bekerja, dan lain sebagainya. Untuk menegakkan keadilan dan keseimbangan, keyakinan para pekerja non-muslim juga harus dihormati.

⁴⁴ *Ibid*

⁴⁵ *Ibid*, h.65

⁴⁶ *Ibid*

4) Hak Pribadi

Jika seorang pekerja memiliki keterbatasan fisik yang membuatnya tidak dapat mengerjakan tugasnya atau jika seorang pekerja telah berbuat kesalahan di masa lalu, maka pemilik perusahaan tidak boleh menyiarkan berita tersebut. Hal ini akan melanggar hak pribadi sang pekerja untuk dapat memiliki hak pribadi.⁴⁷

b) Hubungan Pekerja dengan Perusahaan

Berbagai persoalan etis mewarnai hubungan antara pekerja dengan pihak perusahaan, terutama berkaitan dengan persoalan kejujuran, kerahasiaan, dan konflik kepentingan. Maka, seorang pekerja tidak boleh menggelapkan uang perusahaan dan juga tidak boleh membocorkan rahasia perusahaan kepada orang diluar perusahaan. Praktek tidak etis lain terjadi jika para manajer menambahkan harga palsu untuk makanan dan pelayanan dalam pembukuan keuangan perusahaan. Beberapa dari mereka melakukan penipuan karena merasa dibayar rendah dan ingin mendapatkan upah yang adil. Bagi para pekerja Muslim, Allah SWT memberikan peringatan yang jelas di dalam Al-Quran surat Al A'raaf (7) ayat 33 41:

قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ
الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا
نَعْمُونَ ﴿٣٣﴾

Artinya : Katakanlah: "Tuhanku hanya mengharmkan perbuatan yang keji, baik yang nampak ataupun yang tersembunyi, dan perbuatan dosa, melanggar hak manusia tanpa alasan yang benar, (mengharamkan) mempersekutukan Allah dengan sesuatu yang Allah tidak menurunkan hujjah untuk itu dan

⁴⁷ Ibid, h. 67

*(mengharamkan) mengada-ngadakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.*⁴⁸

Pekerja muslim yang menyadari makna ayat diatas seharusnya tidak berbuat sesuatu dengan cara-cara yang tidak etis.

c) Hubungan Perusahaan dan Pelaku Usaha Lain

1) Distributor

Etika bisnis menyebutkan bahwasanya seseorang harus melakukan negosiasi kepada pihaklain dengan harga yang adil dan tidak mengambil keuntungan berdasarkan bagian yang lebih besar. Untuk menghindari kesalah pahaman di masa depan, Allah SWT telah memerintahkan kita untuk membuat perjanjian kewajiban bisnis secara tertulis. Transaksi gharar antara perusahaan dan pemasoknya juga dilarang dalam Islam.Selain persoalan di perbolehkannya praktek agensi secara umum, pedagang dilarang campur tangan dalam sistem pasar bebas melalui suatu bentuk perantaraan tertentu. Perantaraan semacam ini mungkin akan menyebabkan terjadinya inflasi harga.

2) Pembeli atau Konsumen

Pembeli atau konsumen seharusnya mendapatkan barang atau jasa dalam kondisi baik serta dengan harga yang wajar pula. Pembeli atau konsumen pun harus di beri info apabila terdapat kekurangan pada suatu barang atau jasa tersebut, Islam dalam hal ini melarang praktek-praktek di bawah ini ketika berhubungan dengan konsumen atau pembeli:

- (a) Penggunaan alat ukur yang tidak tepat
- (b) Penimbunan sertamanipulasi harga
- (c) Penjualan barang palsu maupunrusak
- (d) Bersumpah palsu dalamsebuah penjualan
- (e) Membeli baranghasil curian

⁴⁸ Q.S. Al- A'raaf (7) : 34

(f) Mengambil bunga atau ribadari transaksi tersebut.

3) Pesaing

Dalam negara-negara barat yang menyatakan diri sebagai kawasan berdasarkan prinsip persaingan pasar, namun kenyataannya kegiatan bisnis yang ada memperlihatkan bahwa sebuah bisnis berusaha untuk dapat lebih unggul di banding pesaingnya serta mengeliminasi para pesaingnya. Dengan mengeliminasi para pesaingnya, sebuah perusahaan selanjutnya akan dapat memperoleh hasil ekonomi di atas rata-rata melalui praktek-praktek penimbunan dan monopoli harga. Dalam Islam kegiatan persaingan yang tidak sehat seperti diatas tidak dibenarkan.

2. Lingkungan Alam

Islam sangat mendorong kaumnya untuk dapat menghargai alam dalam segala aktivitasnya. Bahkan, Allah SWT telah memberikan keindahan alam sebagai salah satu dari tanda-tanda dari kuasa-Nya. Islam mengutamakan peran manusia atas lingkungan alam dengan memberi tanggung jawab kepada lingkungan sekelilingnya sebagai penerapan sifat khalifah Allah SWT. Dalam peranannya sebagai khalifah, seorang pengusaha Muslim diharapkan memelihara lingkungan alamnya.

Kecenderungan mutakhir paham *environ mentalisme* bisnis, dimana sebuah usaha secara proaktif memberi perhatian yang cermat dalam memperhatikan lingkungan sekitar, sebenarnya bukan merupakan suatu yang baru. Sejumlah contoh semakin memperjelas betapa pentingnya hubungan Islam dengan lingkungan alam, perlakuan terhadap binatang, polusi lingkungan dan hak-hak kepemilikan, dan polusi lingkungan terhadap sumber-sumber alam “bebas” seperti misalnya udara dan air.

3. Kesejahteraan Sosial Masyarakat

Selain harus bertanggung jawab kepada berbagai pihak yang berkepentingan dalam usahanya dan lingkungan alam sekelilingnya, kaum Muslim dan organisasi tempat mereka bekerja juga diharapkan memberikan perhatian kepada kesejahteraan umum masyarakat dimana mereka tinggal. Sebagai bagian masyarakat, pengusaha muslim harus turut memperhatikan kesejahteraan anggotanya yang miskin dan lemah. Bisnis muslim harus memberi perhatian kepada usaha-usaha amal dan mendukung berbagai tindakan kedermawanan.⁴⁹

Dalam perspektif Islam, tanggung jawab social merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika. Ihsan merupakan melakukan perbuatan baik yang memberi manfaat kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, tanggung jawab sosial merupakan ajaran dari kepemilikan dalam Islam. Allah SWT adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang diberikan amanah oleh Allah SWT.

Tanggung jawab sosial selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:⁵⁰

⁴⁹*Ibid*, h. 82.

⁵⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Prospektif Islam*, (Malang : UIN Malang Press, 2007), h. 45.

1) *Al-Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.⁵¹

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika perusahaan mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam Al-Quran Surat Hud (11) ayat 85, Allah SWT berfirman

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan."⁵²

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

2) *Al-Ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi *Corporate Social Responsibility*(CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki

⁵¹*Ibid*, h. 46.

⁵² Q.S. Huud (11) : 85

ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.⁵³

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

3) Manfaat

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya, memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi.⁵⁴

4) Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis.⁵⁵

Prinsip Amanah dalam hal ini dapat dilakukan dalam bentuk pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak,

⁵³ *Ibid*, h. 47

⁵⁴ *Ibid*, h. 48

⁵⁵ *Ibid*

pembayaran karyawan, dll. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial serta menjaga keseimbangan lingkungan.⁵⁶

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:

- a) Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholder*.
- b) Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam
- c) Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.⁵⁷

F. Volume Pedagangan

Volume perdagangan diartikan sebagai jumlah saham yang diperdagangkan pada hari tertentu. Perdagangan suatu saham yang aktif, yaitu dengan volume perdagangan yang besar, menunjukkan bahwa saham tersebut digemari oleh para investor yang berarti saham tersebut cepat diperdagangkan. Ada kemungkinan *dealer* akan mengubah posisi kepemilikan sahamnya pada saat perdagangan saham semakin tinggi atau *dealer* tidak perlu memegang saham dalam jumlah terlalu lama. Volume perdagangan akan menurunkan kos pemilikan saham sehingga menurunkan *spread*. Dengan demikian semakin aktif perdagangan suatu saham atau semakin bervolume perdagangan suatu saham, maka semakin rendah biaya pemilikan saham tersebut yang berarti akan mempersempit *bid-ask spread* saham tersebut.⁵⁸

Volume perdagangan merupakan jumlah yang dipertukarkan. Pertukaran terjadi ketika agen pasar menetapkan nilai yang berbeda-beda untuk aset. Dalam teori perdagangan dikembangkan asumsi bahwa para agen pasar selalu merevisi

⁵⁶ *Ibid*, h. 48

⁵⁷ *Ibid*

⁵⁸ Sri Dewi Ari, “Pengaruh Return Saham, Volume Perdagangan Saham Dan Variant Return Saham Terhadap Bid-Ask Spead Saham”, dalam Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 12 No. 1, April 2008, h.27-38

harga permintaan mereka dan menemukan pasangan perdagangan yang potensial. Volume perdagangan mengingat jika investor dapat menterjemah dan menganalisis informasi yang divergen dari ekspektasi sebelumnya. Dan volume perdagangan akan menurun jika pasar ada biaya pasar.⁵⁹

Dalam pasar keuangan diindikasikan bahwa para agen beragam dalam memahami perubahan lingkungan pasar khususnya volume perdagangan. Pertama, adanya inkonsistensi antara permintaan perdagangan dalam suatu peristiwa tanpa informasi baru menyebabkan investor berkeinginan untuk spekulasi. Kedua, data volume keuangan yang dilaporkan ke media tidak selalu jelas. Dan ketiga, pengaruh desain insitusional pasar atas volume perdagangan. Volume perdagangan lebih rendah di pasar tidak sempurna karena informasi tidak jelas yang membuat kesalahan perdagangan investor. Volume perdagangan bergantung pada perbedaan opini ketika investor menerima informasi yang berbeda, oleh sebab itu harga pasar disesuaikan dengan datangnya informasi dan selanjutnya menegaskan nilai unik informasi kepada setiap investor.⁶⁰

Volume perdagangan saham abnormal yaitu selisih antara volume sesungguhnya terjadi dengan volume perdagangan normal. *Unexpected trading volume* (volume perdagangan saham abnormal) digunakan sebagai alatukur volume perdagangan karena volume perdagangan saham abnormal merupakan volume penyesuaian pasar untuk melihat reaksi pasar, yang merupakan bukti perubahan *probabilitas* penilaian investor atas distribusi return masa depan.

Reaksi harga dan reaksi volume perdagangan secara statistik terjadi secara dependen, dimana reaksi volume perdagangan saham dependen terhadap

⁵⁹ Ghazali Syamni, *Perilaku Perdagangan Order Investor Bursa Indonesia*, (Yogyakarta : Deepublish, 2015), h.17.

⁶⁰ *Ibid*

reaksi harga saham, dan hubungan antara reaksi harga dan volume perdagangan lebih dekat pada dependensi dari pada keceratan keduanya.⁶¹

Keseluruhan dipasar (PSmt) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:⁶²

$$PSmt = Smt : SBmt$$

Keterangan:

PSmt = keseluruhan pada periode t

Smt = jumlah saham yang diperdagangkan di pasar keseluruhan pada periode t

SBmt = jumlah saham yang beredar di pasar keseluruhan pada periode t

G. Pengaruh CSR terhadap Volume Perdagangan Saham

Aspek kepercayaan dari investor merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam pasar saham. Oleh sebab itu, suatu *announcement* akan ditanggapi oleh investor dengan beragam. Jika tanggapan investor homogen, tidak akan ada reaksi sehingga tidak terjadi transaksi.⁶³

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan merespon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham, dan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga merespon negatif melalui penurunan harga saham yang tercermin melalui perubahan harga saham.

Teori Legitimasi menekankan pentingnya strategi pengungkapan perusahaan, termasuk laporan sosial perusahaan. Teori ini telah menjadi salah satu teori yang

⁶¹ Hartono dan Jogianto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, cet 2, 2000), h.25.

⁶² *Ibid*, h.22

⁶³ Said Kelana dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan : Pengujian-pengujian empiris*, (Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2005), h.91

paling dikutip dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Pelaporan CSR ditujukan untuk mempengaruhi para pemangku kepentingan dan persepsi publik legitimasi organisasi dengan memberikan informasi yang akan menggiring perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosial.

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa tujuan perusahaan tidak semata-mata beorientasi untuk meningkatkan nilai pemilik, tetapi juga pihak lain yang tertarik pada perusahaan.

Volume perdagangan mencerminkan kekuatan penawaran dan permintaan yang merupakan refleksi dari perilaku investor. Meningkatnya volume penawaran dan permintaan saham, maka volume perdagangan meningkat juga. Volume perdagangan tinggi menunjukkan bahwa saham perusahaan menarik bagi investor. Dengan melakukan praktek pengungkapan CSR perusahaan saham diharapkan semakin dimintai oleh investor.⁶⁴

H. Kajian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

| NO | Peneliti | Judul | Vaiabel Terkait | Hasil penelitian |
|----|------------|---|---|---|
| 1 | Ayu (2011) | Pengaruh <i>Corporate Social</i> Terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa | Tanggung jawab sosial, nilai perusahaan, volume perdagangan | <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan |

⁶⁴ Dody Hapsoro dan Muhammad Harist Zidni, "The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure On Economic Consequences " Journal of business and Economics, Vol 6, No 9

| | | | | |
|--|--|---|-------|---|
| | | Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2011) | saham | terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikan 0,007 dan CSR tidak berpengaruh terhadap Volume perdagangan dengan tingkat signifikan 0,382 |
|--|--|---|-------|---|

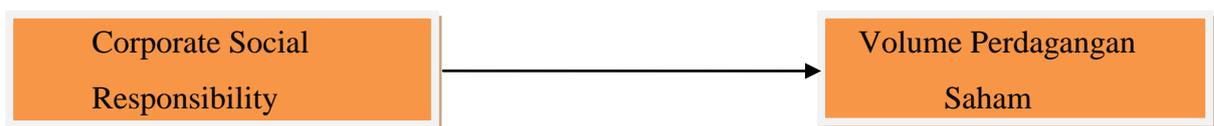
| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| 2 | Christeven Aldorino, Rika Kharlina Ekawati, Cherrya Dhia Wenny (2010) | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> dan Kinerja Keuangan Terhadap Volume Perdagangan Saham pada Perusahaan Perbankan dan Asuransi di BEI. | CSR, Kinerja Keuangan, Volume Perdagangan | Pengungkapan CSR, Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham. |
| 3 | Maria Stefani Susani (2013) | Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Volume Perdagangan Saham Pada Industri Makanan dan Minuman yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia | CSR, Volume Perdagangan | CSR dengan Volume Perdagangan Saham khususnya pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI, dimana hasil pengujian berpengaruh |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | | positif dan signifikan antara CSR dengan Volume Perdagangan |
|--|--|--|--|---|

I. Kerangka Konseptual

Perubahan volume perdagangan saham dapat menunjukkan aktivitas perdagangan saham yang mencerminkan keputusan investasi investor dan apabila sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya baik, oleh karena itu CSR merupakan cara untuk mendongkrak nilai suatu perusahaan, dengan adanya pengungkapan CSR menjadi daya tarik bagi para investor dan menjadikannya sebagai bentuk informasi yang bermanfaat untuk keputusan investasi.

Dari uraian yang dikemukakan sebelumnya, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran yang dapat dilihat melalui gambar berikut:



Gambar 2.1 :Kerangka Pemikiran

J. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Secara teknik, hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya melalui data yang diperoleh dari sampel penelitian. Secara statistik, hipotesis merupakan pernyataan keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sampel. Didalam hipotesis itu terkandung sebuah ramalan. Ketepatan ramalan itu tentu tergantung pada penguasaan peneliti itu atas ketepatan landasan teoritis dan generalisasi yang telah dibacakan pada sumber-sumber acuan ketika melakukan telaah pustaka.⁶⁵

Berdasarkan telaah teori dan kerangka pemikiran diatas, dapat diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : CSR tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan saham.

H_a : CSR berpengaruh signifikan terhadap volume perdagangan saham.

⁶⁵ Margono, *Metodologi penelitian pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h.67.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif dengan statistik deskriptif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial untuk menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi.¹ Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertanian yang telah *go-public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui pelaporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan yang diperoleh melalui akses situs <http://www.idx.co.id>. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan maret 2019.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka-angka dan dapat dihitung, antara lain data laporan tahunan untuk periode tahun 2015-2017 serta data lainnya yang menunjang pembahasan.

¹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : FEBI UIN-SU Press,2016), h.8

2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh yaitu data skunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan dari luar perusahaan yang diteliti. Data ini diperoleh dari literatur, dokumen-dokumen penting yang berhubungan langsung dengan penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diperoleh dari www.idx.co.id.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga merupakan keseluruhan elemen-elemen berkaitan dengan peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan.²

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan pertanian yang terdaftar di BEI sebanyak 15 perusahaan, dengan alasan perusahaan – perusahaan pertanian mempunyai dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode tahun 2015 sampai dengan 2017, dengan alasan bahwa laporan tahunan perusahaan terbaru yang digunakan.

2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut.³ Pemilihan sampel digunakan dengan metode *purposive sampling* (sampel bertujuan) yaitu pengambilan sampel dari target spesifik yang akan mampu menyediakan informasi yang diinginkan karena mereka satu-

² Arfan Ikhsan, Muhyarsyah, et.al, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Medan : Citapustaka Media, 2014), h.105.

³ *Ibid*, h.1506.

satunya yang bisa memberikan informasi yang dibutuhkan atau karena mereka sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti. dan bagian sampel yang digunakan adalah *judgement sampling* sampel ini terjadi ketika peneliti memilih anggota sampel untuk disesuaikan dengan beberapa ukuran sampel. dengan tujuan untuk mendapatkan sampel representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan pertanian yang terdaftar di BEI untuk tahun 2015 sampai dengan 2017
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap selamatahun 2015 sampai dengan tahun 2017 dan memiliki data yang lengkap sesuai dengan variabel-variabel yang digunakan.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

| No | Nama Perusahaan | Kriteria Sampel | |
|----|------------------------------------|-----------------|------------|
| | | Kriteria 1 | Kriteria 2 |
| 1 | Astra Agro Lestari | ✓ | ✓ |
| 2 | BISI International | ✓ | ✓ |
| 3 | Bumi Teknokultura Unggul | ✓ | ✗ |
| 4 | BW Plantation | ✓ | ✓ |
| 5 | Central Proteinaprima | ✓ | ✓ |
| 6 | Dharma Samudera Fishing Industries | ✓ | ✗ |
| 7 | Gozco Plantations | ✓ | ✓ |
| 8 | Inti Kapuas Arowana | ✓ | ✗ |
| 9 | Jaya Agra Wattie | ✓ | ✓ |
| 10 | PP London Sumatra Indonesia | ✓ | ✓ |
| 11 | Sampoerna Agro | ✓ | ✓ |

| | | | |
|--------------|---------------------------|----|---|
| 12 | Salim Ivomas Pratama | ✓ | ✓ |
| 13 | SMART | ✓ | ✓ |
| 14 | Tunas Baru Lampung | ✓ | ✓ |
| 15 | Bakrie Sumatera Plantions | ✓ | ✗ |
| Total Sampel | | 11 | |

E. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah pengertian variabel yang diungkap dalam defenisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini secara matematis disimbolkan dengan huruf (Y). Bagi kebanyakan peneliti dalam desain penelitiannya, variabel dependen umumnya digunakan hanya satu variabel saja. Variabel dependen dalam peneitian ini adalah volume perdagangan, volume perdagangan yaitu selisih antara volume sesungguhnya terjadi dengan volume perdagangan normal.

Keseluruhan dipasar (PSmt) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut: ⁴

$$TVA = \frac{\text{Saham perusahaan yang diperdagangkan (Smt)}}{\text{Saham perusahaan yang beredar /Listing (SBmt)}}$$

⁴*Ibid*, h.22.

Keterangan:

T= keseluruhan pada periode t

Smt = jumlah saham yang diperdagangkan di pasar keseluruhan pada periode t

SBmt = jumlah saham yang beredar di pasar keseluruhan pada periode t

2. Variabel Independen

Variabel independen disebut juga dengan variabel bebas merupakan jenis variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel dependen yang diduga sebagai akibatnya. Variabel ini secara matematis disimbolkan dengan huruf (X). Jumlah variabel ini tidak terbatas dalam sebuah penelitian. Variabel ini disebut juga dengan variabel anteseden.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan dan nilai 1 jika diungkapkan, selanjutnya skor dari setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Peneliti menggunakan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Index*) sebagai proksi pengungkapan CSR karena merupakan aturan internasional yang telah di akui oleh perusahaan dunia. Indikator pengungkapan GRI dalam penelitian ini adalah Terdapat sebanyak 79 indikator CSR menurut GRI yang mana terbagi atas : Ekonomi (9 item), Lingkungan (30 item), Tenaga Kerja (14 item), Hak Asasi Manusia (9 item), Kemasyarakatan Sosial (8 item), Produk (9 item), rumus sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRI j = Responsibility Disclosure Index Perusahaan j

X_{ij} = Kriteria Variabel : 1 = Jika Item i diungkapkan ; 0 = jika item i tidak diungkapkan

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j < 79$ dengan demikian, 0
 $CSRI_j \leq 79$

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penyusunan skripsi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan mulai dari tahun 2015 sampai 2017 yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pengumpulan dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan, ikhtisar pemegang saham, dan laporan alokasi dana CSR atau informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Pengumpulan data dimaksudkan guna untuk menjawab persoalan penelitian dan memperkaya literatur untuk menunjang data kuantitatif yang diperoleh.

G. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perusahaan ini adalah:

1. Uji Normalitas

Dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen nya memiliki distribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak hanya dengan melihat histogram residual apakah memiliki bentuk seperti lonceng atau tidak.

Cara uji normalitas bisa juga menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Pengujian normalitas dengan analisis grafik dapat juga melihat grafik normal P-P Plot, dilihat apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan dengan uji statistik yaitu dengan menguji statistik Kolmogorov – Smirnov dengan kriteria signifikan > 0.05 maka data berdistribusi normal.⁵

2. Analisis regresi linier sederhana

adalah suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap volume perdagangan saham pada perusahaan pertanian yang tercatat di BEI dengan menggunakan rumus

$$Y = a + b(X)$$

Dimana :

Y = Volume perdagangan saham

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X= Corporate Social Responsibility

3. Uji hipotesis

a. Uji Statistik t (t-test)

Uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Ho yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan nol atau $H_0 : b_i = 0$. Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol ($H_a : B_i \neq 0$), artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang

⁵Arfan.et.all, *Metodologi Penelitian Bisnis*, h.186

signifikan terhadap variabel dependen. Ataupun dapat dijelaskan jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel maka disimpulkan bahwa variabel berpengaruh.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

R square dan Adjusted R Square disebut sebagai koefisien determinasi. Koefisien ini menjelaskan berapa besar proporsi varians dalam dependen yang dapat dilaskan oleh variabel-variabel independen secara bersama-sama. Nilai koefisiennya adalah diantara nol dan satu.

Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai R^2 gunanya untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen (x) secara simultan terhadap variabel dependen (y). Nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$, jika nilai R^2 sebesar 0 berarti variansi dari variabel dependen tidak dapat diterangkan samasekali oleh variabel independen.⁶

⁶*Ibid*, h.199

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia

1. Sejarah Pasar Modal Indonesia

Pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.¹

Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

- 14 Desember 1912 : Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.
- 1914 – 1918 : Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I.

¹ Bursa Efek Indonesia, Sejarah dan Milestone, <https://www.idx.co.id>. Diunduh pada tanggal 8 Juli 2019

- 1925 – 1942 : Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya. Awal tahun 1939 : Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
- 1942 – 1952 : Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II.
- 1952 : Bursa Efek di Jakarta diaktifkan kembali dengan UU Darurat Pasar Modal 1952, yang dikeluarkan oleh Menteri kehakiman (Lukman Wiradinata) dan Menteri keuangan (Prof. DR. Sumitro Djojohadikusumo). Instrumen yang diperdagangkan: Obligasi Pemerintah RI(1950).
- 1956 : Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif.
- 1956 – 1977 : Perdagangan di Bursa Efek vakum.
- 10 Agustus 1977 : Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal. Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama.
- 1977 – 1987 : Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal.
- 1987 : Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia.
- 1988 – 1990 : Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat.
- 2 Juni 1988 : Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer.²

²*Ibid*

- Desember 1988 : Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk *go public* dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.
- 16 Juni 1989 : Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya.
- 13 Juli 1992 : Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUTBEJ.
- 22 Mei 1995 : Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (*Jakarta Automated Trading Systems*).
- 10 November 1995 : Pemerintah mengeluarkan Undang –Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996.
- 1995 : Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya.
- 21 Juli 2000 : Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
- 28 Maret 2002 : BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*).
- 6 Oktober 2004 : Perilisan *Stock Option*
- 30 November 2007: Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI)
- 8 Oktober 2008 : Pemberlakuan suspensi perdagangan
- 10 Agustus 2009 : Pendirian Penilai Harga Efek Indonesia (PHEI)
- 2 Maret 2009 : Peluncuran sistem perdagangan baru PT Bursa Efek Indonesia : JATS-NextG
- Agustus 2001 : Pendirian PT. Indonesia Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
- Januari 2012 : Pembentukan otoritas jasa keuangan

- Desember 2012 : Pembentukan *Securities Investor Protection Fund* (SIPF)
- 02 Januari 2013 : Pembaruan jam perdagangan
- 6 Januari 2014 : Penyesuain Kembali *lot size and trick price*
- 12 November 2015: *Louning* kampanye yuk nabung saham
- 10 November 2015 : TICMI bergabung dengan ICaMEL
- 02 Mei 2016 : Penyesuain kembali *tick size*
- 18 April 2016: Peluncuran idx chanel
- 23 Maret 2017 : Peresmian idx incubater
- 6 Februari 2017 : Relaksasi Marin
- 2017 : Tahun peresmian *indonesia securities fund*
- 7 mei 2018 : Pembaruan sistem perdagangan dan new data center
- 26 November 2018 : *Louning* penyelesaian transaksi T+2
- 27 Desember 2018 : Penambahan Tampilan Informasi Notasi Khusus pada kode perusahaan tercatat.

2. Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia

a) Visi Bursa Efek Indonesia

Menjadi bursayang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

b) Misi Bursa Efek Indonesia

Menyediakan infrastruktur untuk mendukung terselenggaranya perdagangan efek yang teratur, wajar, dan efisien serta mudah diakses oleh seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*).³

³ Bursa Efek Indonesia, Ikhtisar , <https://www.idx.co.id>. Diunduh pada tanggal 8 Juli 2019

B. Deskripsi Data Penelitian

Data yang digunakan diambil dari data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut penjelasan data variable penelitian

1. *Corporate Social Responsibility*

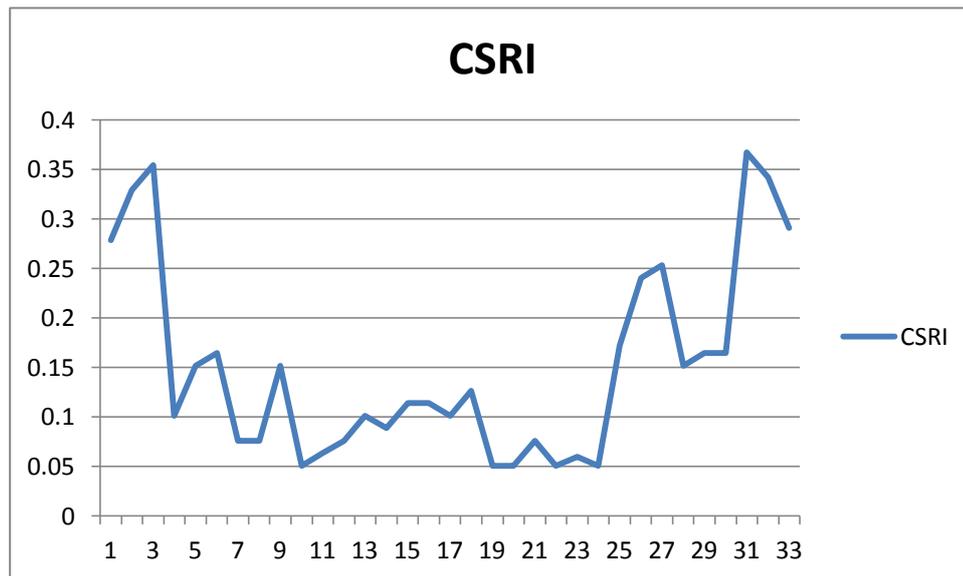
CSR dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab social perusahaan melalui indeks pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Oleh karena itu dari penelitian ini terdiri atas 15 perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia maka diambil 11 perusahaan pertanian yang sesuai kriteria dan tercatat di Bursa Efek Indonesia yang dijadikan sampel penelitian ini adalah PT.Astra Agro Lestari, Tbk. PT. BISI International, Tbk. PT. BW Plantation, Tbk. PT. Central Proteinaprima, Tbk. PT. Gozco Plantations, Tbk. PT. Jaya Agra Wattie, Tbk. PT. PP London Sumatera Indonesia, Tbk. PT. Sampoerna Agro, Tbk. PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk. PT. SMART, Tbk. PT. Tunas Baru Lampung, Tbk. Indeks pengungkapan CSR dihitung berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Index*) dengan menghitung perbandingan antara kriteria CSR yang diungkapkan di perusahaan dengan jumlah item untuk perusahaan yakni sebanyak 79.

Berdasarkan uraian diatas, maka disajikan hasil pengungkapan CSR dari perusahaan pertanian yang terdaftar di BEI untuk tahun 2015-2017 yang disajikan sebagai berikut :

TABEL 4.1
INDEKS PENGUNGKAPAN CSR (CSRI) PADA PERUSAHAAN PERTANIAN
YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2015-2018

| NO | NAMA PERUSAHAAN | TAHUN | | |
|----|---------------------------------------|--------|--------|--------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 |
| 1 | PT.Astra Agro Lestari, Tbk. | 0,2784 | 0,3291 | 0,3544 |
| 2 | PT. BISI International, Tbk. | 0,1013 | 0,1519 | 0,1645 |
| 3 | PT.Central Proteinaprima, Tbk. | 0,0759 | 0,0759 | 0,1519 |
| 4 | PT. BW Plantation, Tbk. | 0,360 | 0,3417 | 0,2911 |
| 5 | PT. Gozco Plantations, Tbk | 0,0506 | 0,0633 | 0,0759 |
| 6 | PT. Jaya Agra Wattie, Tbk. | 0,1012 | 0,0886 | 0,1139 |
| 7 | PT. PP London Sumatera Indonesia, Tbk | 0,1139 | 0,1012 | 0,1266 |
| 8 | PT. Sampoerna Agro, Tbk | 0,0506 | 0,0633 | 0,0759 |
| 9 | PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk. | 0,0506 | 0,0506 | 0,0506 |
| 10 | PT. SMART, Tbk. | 0,1772 | 0,2405 | 0,2532 |
| 11 | PT. Tunas Baru Lampung, Tbk. | 0,1519 | 0,1645 | 0,1645 |

Berdasarkan tabel 4.1 yakni tabel yang menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan indeks (CSRI) dari perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan tahun 2015-2017. Terlihat bahwa dari tahun 2015-2017 CSR mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat melalui gambar 4.1 sebagai berikut:



GAMBAR 4.1
Indeks Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertanian yang
Terdaftar di BEI tahun 2015-2017

Berdasarkan gambar 4.1 yakni indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dari 33 sampel yang dipakai dengan 11 perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tahun yang digunakan 2015-2017 yang dinyatakan bahwa indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berfluktuasi. Hal ini disebabkan karena adanya kenaikan dan penurunan jumlah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang diteliti melalui laporan keuangan yang diambil dari BEI

2. Volume perdagangan saham (*Trading Volume Activity*)

Volume perdagangan saham (TVA) merupakan rasio atau jumlah lembar saham yang diperdagangkan pada waktu tertentu dengan jumlah saham yang beredar pada waktu tertentu. Dalam hubungannya dengan uraian ini maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{TVA} = \frac{\text{Saham perusahaan yang diperdagangkan}}{\text{Saham perusahaan yang beredar (*Listing*)}}$$

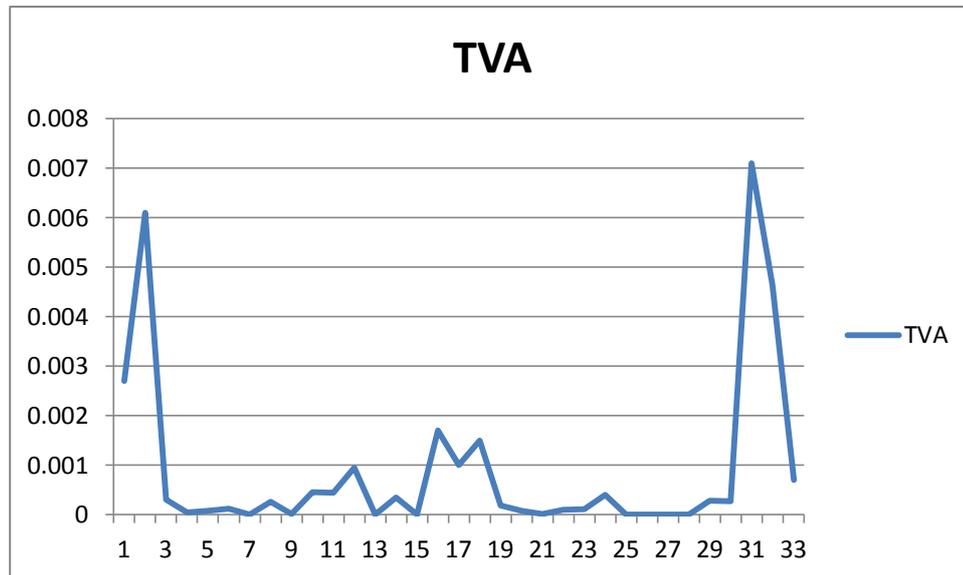
Pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSRI) merupakan menjadi bagian dari salah satu faktor yang menyebabkan tinggi rendahnya suatu volume perdagangan saham (TVA) di suatu bursa .

Dengan demikian maka dapat di deskripsikan tabel yang menjelaskan volume perdagangan saham (TVA) dari perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan tahun 2015-2017. Yang diantaranya adalah perusahaan PT.Astra Agro Lestari, Tbk. PT. BISI International, Tbk. PT.Central Proteinaprima, Tbk. PT. BW Plantation, Tbk, PT. Gozco Plantations, Tbk. PT. Jaya Agra Wattie, Tbk. PT. PP London Sumatera Indonesia, Tbk. PT. Sampoerna Agro, Tbk. PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk. PT. SMART, Tbk. PT. Tunas Baru Lampung, Tbk. PT.

TABEL 4.2
VOLUME PERDAGANGAN SAHAM (TVA) PADA PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK TAHUN 2015-2017

| NO | NAMA PERUSAHAAN | TAHUN | | |
|----|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 |
| 1 | PT.Astra Agro Lestari, Tbk. | 0,0027 | 0,0061 | 0,0003 |
| 2 | PT. BISI International, Tbk. | 0,000048 | 0,000076 | 0,00012 |
| 3 | PT.Central Proteinaprima, Tbk. | 0,000001 | 0,000260 | 0,000001 |
| 4 | PT. BW Plantation | 0.00710 | 0.00464 | 0.00070 |
| 5 | PT. Gozco Plantations, Tbk | 0,00045 | 0,00044 | 0,000095 |
| 6 | PT. Jaya Agra Wattie, Tbk. | 0,000002 | 0,000348 | 0,000001 |
| 7 | PT. PP London Sumatera Indonesia, Tbk | 0,0017 | 0,0010 | 0,0015 |
| 8 | PT. Sampoerna Agro, Tbk | 0,00018 | 0,00008 | 0,000008 |
| 9 | PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk. | 0,00010 | 0,00011 | 0,00040 |
| 10 | PT. SMART, Tbk. | 0,0000013 | 0,0000001 | 0,0000004 |
| 11 | PT. Tunas Baru Lampung, Tbk. | 0,0000011 | 0,00028 | 0,00027 |

Berdasarkan tabel 4.2 yakni tabel yang menjelaskan volume perdagangan saham (TVA) dari perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan tahun 2015-2017. Terlihat bahwa dari tahun 2015-2017 volume perdagangan saham (TVA) mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat melalui gambar 4.2 sebagai berikut:



GAMBAR 4.2

Pergerakan Volume Perdagangan Saham (TVA) pada Perusahaan Pertanian yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017

Dari gambar 4.2 dapat dijelaskan bahwa terjadi pergerakan volume perdagangan saham pada perusahaan pertanian yang terdaftar di BEI dari tahun 2015-2017 dengan sampel 11 perusahaan mengalami fluktuasi. Faktor yang menyebabkan adanya kenaikan dan penurunan volume perdagangan saham dikarenakan adanya fluktuasi jumlah saham yang beredar. Terjadi kenaikan volume perdagangan saham yang drastis pada PT. Astra Agri Lestari, Tbk.

C. HASIL PENELITIAN

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Adapun hasil dari pengujian statistik deskriptif dari variabel Tobins Q, CSR, dan Volume Perdagangan Saham (TVA) dari tahun 2015-2017 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| Csr | 33 | ,05 | ,37 | ,1516 | ,09922 |
| Volume | 33 | ,00 | ,01 | ,0009 | ,00175 |
| Valid N (listwise) | 33 | | | | |

Sumber : Data Skunder diolah melalui Spss 15

Hasil uji statistik deskriptif dari tabel diatas, diperoleh informasi sebagai berikut :

Hasil olahan data dengan menggunakan SPSS 15 diketahui memiliki sampel 33 maka Variabel Tobins Q memiliki Variabel CSRI mulai dari 0.05 hingga 0.37. Nilai terendah dimiliki oleh PT.Salim Ivomas Pratama,Tbk. Dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. BW Plantation,Tbk pada tahun 2016. Dengan nilai rata-rata CSRI sebesar 0.1516 dan standard deviasi 0.9922

Variabel Volume perdagangan saham (TVA) memiliki rentang nilai dari 0.0000001 sampai 0.01. Nilai terendah dimiliki oleh PT.SMART, Tbk. pada tahun 2016 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Astra Agri Lestari, Tbk. pada tahun 2016.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas dapat dilihat dengan menggunakan uji normal *Kolmogorov-Smirnov* yang mana uji ini menyatakan jika $\text{sig} > 0.05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, dan jika $\text{sig} < 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal. Dan adapun hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji normal *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut :

TABEL 4.4

Hasil Uji Normalitas Data dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|--------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 33 |
| Normal Parameters(a,b) | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,00134262 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,130 |
| | Positive | ,130 |
| | Negative | -,092 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,746 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,634 |

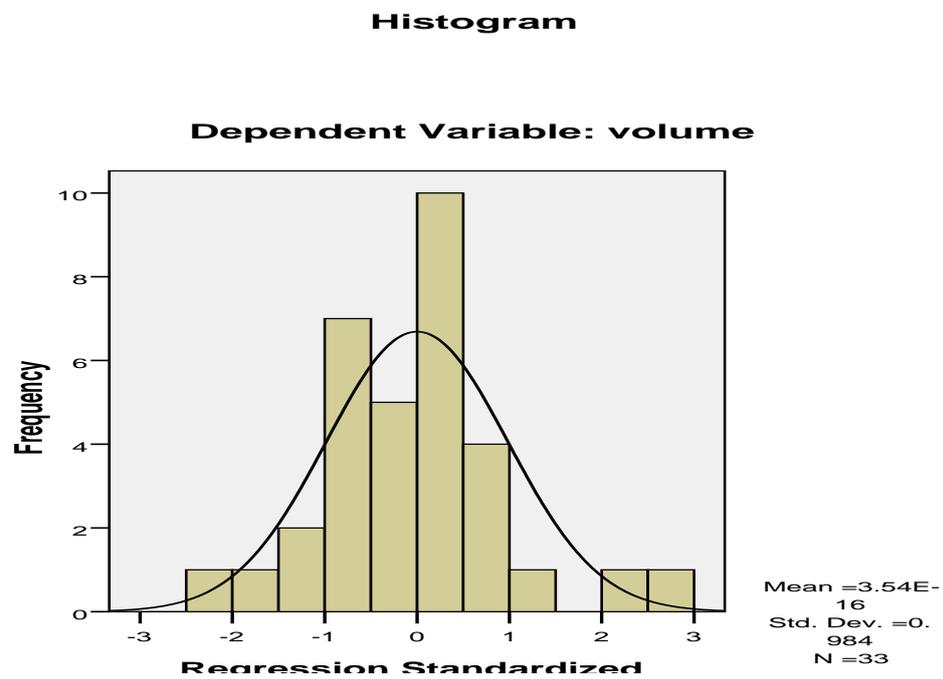
a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Data Skunder diolah melalui SPSS 15

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0.634, nilai ini lebih besar dari 0.05 ($0.634 > 0.05$). Sehingga ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal dapat dinyatakan mewakili populasi.

Uji Normalitas juga dapat dilihat berdasarkan grafik histogram dan grafik normal P-P Plot, jika grafik histogram berbentuk lonceng terbalik maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal, dan jika grafik P-P Plot terdapat titik-titik yang menyebar disekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dinyatakan berdistribusi normal. Berikut gambar histogram dan grafik P-P Plot berdasarkan hasil uji data normalitas:



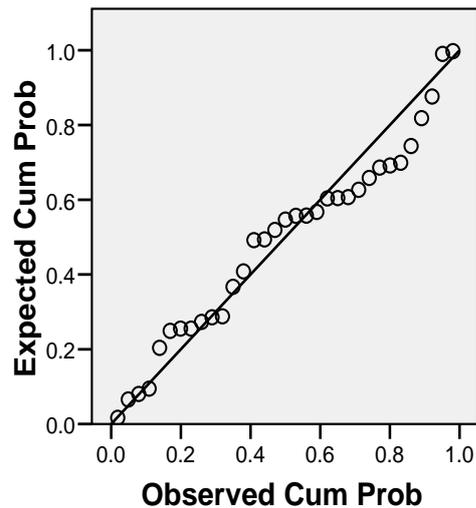
Gambar 4.3

Hasil Uji Histogram

Dari gambar diatas pada gambar 4.3 terlihat bahwa histogram berbentuk lonceng terbalik, dan terlihat bahwa histogram menunjukkan pola berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari pola kurva yang tidak menceng ke kiri ataupun menceng kekanan sehingga dapat disimpulkan bahwa grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: VOLUME (TVA)



GAMBAR 4.4

Hasil Uji Probability Plot

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa grafik normal P-P Plot tersebar sepanjang garis diagonal. Titik-titik menyebar disekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi syarat-syarat normalitas.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi linear sederhana adalah suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap volume perdagangan saham, berikut adalah hasil analisis regresi linear sederhana :

Tabel 4.5
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | -,001 | ,000 | | -1,847 | ,074 |
| | Csr | ,011 | ,002 | ,641 | 4,654 | ,000 |

a Dependent Variable: volume(TVA)

Dari data diatas maka diketahui nilai constant (a) sebesar -0.001 dan nilai CSR (b/ Koefisien regresi) sebesar 0.011, sehingga persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = -0.001 + 0.11X$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini adalah:

a = -0.001 yang menunjukkan bahwa nilai constant yang artinya jika perusahaan yang dijadikan sampel tidak melakukan pengungkapan CSR maka volume perdagangan saham akan turun -0.001.

b = 0.11 yang menunjukkan bahwa semakin luas perusahaan mengungkapkan CSR yang dilakukan perusahaan maka volume perdagangan saham akan meningkat.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji statistik t)

Hasil pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai sig antara nilai yang diperoleh pada tabel dengan nilai sig yang telah ditentukan yakni 0.05, dan dapat membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel.

TABEL 4.6
Hasil Uji t CSR terhadap Volume perdagangan saham

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | -,001 | ,000 | | -1,847 | ,074 |
| | Csr | ,011 | ,002 | ,641 | 4,654 | ,000 |

a Dependent Variable: volume(TVA)

Sumber : Data Sekunder diolah melalui SPSS 15

Cara mencari t tabel

$$\begin{aligned}
 T \text{ tabel} &= (0.05 : n-k-1) \\
 &= (0.05 : 33-1-1) \\
 &= (0,05 : 31) \rightarrow (\text{dapat dilihat pada distribusi nilai t tabel}) \\
 &= 1.69522
 \end{aligned}$$

Dari tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi diperoleh nilai signifikansi sebesar $0 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X) berpengaruh terhadap variabel Volume perdagangan saham/TVA (Y). Dan berdasarkan nilai t : diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $4,654 > t_{table} 1,69522$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR(X) berpengaruh terhadap Volume perdagangan saham / TVA (Y), dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji ini menjelaskan seberapa besar proporsi variansi dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama, yaitu dengan melihat perolehan angka R square pada tabel hasil penelitian.

TABEL 4.7

Hasil Uji Koefisien Determinasi CSR terhadap Volume Perdagangan Saham

Model Summary(b)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,641(a) | ,411 | ,392 | ,00136 |

a Predictors: (Constant), csr

b Dependent Variable: volume(TVA)

Dapat dijelaskan bahwa berapa besar proporsi variansi dalam dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen secara bersama-sama. Berdasarkan tabel 4.7 dapat diperoleh angka Adjusted R Square 0,392 atau sebesar 39,2%. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variansi dari variabel terikatnya sebesar 0.411 atau 41,1% , dengan kata lain dapat di nyatakan bahwa pengaruh CSR terhadap Volume Perdagangan Saham adalah sebesar 41,1% sedangkan sisanya 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain

D. PEMBAHASAN

Tujuan dari pembahasan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan signifikan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap volume perdagangan saham (TVA) pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun periode 2015- 2017.

Hasil olahan data dengan menggunakan SPSS 15 diketahui memiliki sampel 33 maka Variabel Tobins Q memiliki Variabel CSRI mulai dari 0.05 hingga 0.37. Nilai terendah dimiliki oleh PT.Salim Ivomas Pratama,Tbk. Dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. BW Plantation,Tbk pada tahun 2016. Dengan nilai rata-rata CSRI sebesar 0.1516 dan standard deviasi 0.9922

Variabel Volume perdagangan saham (TVA) memiliki rentang nilai dari 0.0000001 sampai 0.01. Nilai terendah dimiliki oleh PT.SMART, Tbk. pada tahun 2016 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Astra Agri Lestari, Tbk. pada tahun 2016.

Dari hasil analisis regresi sederhana dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dengan signifikan. Dimana semakin luas perusahaan dalam mengungkapkan CSR maka volume perdagangan saham semakin meningkat, dan jika perusahaan yang dijadikan sampel tidak melakukan pengungkapan CSR maka volume perdagangan saham akan menurun.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan ditemukan beberapa hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahawa CSR berpengaruh signifikan terhadap volume perdagangan saham.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah CSR tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan saham (H_0) ataupun CSR berpengaruh terhadap Volume perdagangan saham (H_a). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,654 dengan signifikasi probabilitasnya adalah 0.000 berada lebih rendah dari 0.005, sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis (H_a) yang diajukan, hal ini berarti CSR

berpengaruh signifikan terhadap volume perdagangan saham, dimana semakin luas pengungkapan CSR yang diungkapkan maka volume perdagangan saham semakin meningkat khususnya pada perusahaan pertanian yang terdaftar di BEI.

Dari hasil uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yang mana nilai t_{hitung} sebesar 4,654, sedangkan nilai t_{tabel} 1,69522. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa hubungan *corporate social responsibility* terhadap volume perdagangan saham pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek Indonesia berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 41,1%, yang mana sisanya 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil ini mendukung pada penelitian Stefani Susani (2013) dengan judul pengaruh “*Corporate Social Responsibility* terhadap Volume Perdagangan Saham Pada Industri Makanan dan Minuman yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa pengungkapan kinerja CSR berpengaruh positif dan signifikan dengan volume perdagangan saham.

Dari penelitian yang telah dilakukan, ternyata ada pengaruh yang positif dan signifikan antara CSR terhadap volume perdagangan saham. Hal ini disebabkan karena adanya respon dari investor yang merespon dengan baik informasi sosial yang disajikan dalam laporan tahunan tersebut. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stefani Susani.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap perusahaan pertanian yang menjadi sampel dari tahun 2015-2017 dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari analisis *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) dengan volume perdagangan saham pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), bahwa dari hasil uji regresi yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa semakin luas perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan maka volume perdagangan saham semakin meningkat.

Corporate Social Responsibility (tanggung jawab sosial perusahaan) dengan volume perdagangan saham berpengaruh signifikan, sebagaimana telah dilakukan uji signifikan parameter individual dari hasil uji hipotesis terdapat bukti bahwa ada pengaruh signifikan ditandai dengan nilai thitung 4,654 lebih besar dari ttabel 1,69522. Dan CSR mampu mempengaruhi volume perdagangan saham dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 41,1%, sedangkan 58,9% perubahan yang terjadi pada volume perdagangan saham di Bursa dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

B. SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambah jumlah sampel penelitian atau merubah variabel penelitian dan melibatkan sektor industri yang lain, guna mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan dan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume perdagangan saham pada perusahaan.
2. Bagi perusahaan agar dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dengan semakin tingginya pengungkapan, maka volume perdagangan saham dapat meningkat dimasa yang akan datang.
3. Bagi investor, agar lebih seksama dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu di perhitungkan dalam investasi yang tidak hanya memilih perusahaan berdasarkan harga saham akan tetapi mempertimbangkan faktor lain seperti pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul dan Nasuhi Hidayat, “*Studi Empiris Tentang Pengaruh Volume Perdagangan Dan Return Terhadap Bid-Ask Spread Industri Rokok Di Bursa Efek Jakarta Dengan Model Koreksi Kesalahan*”. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol.3 No.1.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan : FEBI UIN-SU Press, 2016
- Beekhun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004.
- Brimingham, Eungene F dan Hauton, Joel F. *Manajemen Keuangan*. Jakarta:Erlangga, 2001.
- Chapra , M.Umer. *Sistem Moneter Islam*. Jakarta : Gema Insani Press & Tazkia Cendeki, 2000.
- Djakfar , Muhammad. *Etika Bisnis dalam Prospektif Islam*. Malang : UIN Malang Press , 2007.
- Friedman, Andrew dab L dan Miles , Samantha. *Stakholder Theory and Practice*.Newyork : Oxpord University Press, 2009.
- Hadi , Nor. *Corporate Social Responsibility*.Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.
- Hamdi, Asep Saepul dan Bahrudin, E. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidkan*. Yogyakarta : deepublish, 2012.
- Handoko,Yunus.“*Implementasi Social Ekonomi and Enviromental Disclosure dalam Prespektif Teoritis*”, *Jurnal JIBEKA*, Vol.8, No2, 2014.
- Hapsoro, Dody dan Zidni, Muhammad Haris. *The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure On Economic Consequences, Journal of business and Economics, Vol 6, No 9*
- Hartono, Jogianto. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2000.
- Hery. *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta : Grasindo, 2017
- Ikhsan, Arfanet. all. *Metodologi penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan : Citapustaka, 2014
- Jones, Charles P. *Investments*, Asia : John Wiley and Sons, 2007.
- Kelana, Said dan Wijaya, Chandra. *Riset Keuangan : Pengujian-pengujian empiris*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2005

- Khairuddin dan Wandita. “*Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, DER, PBV terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan di Indonesia*”, *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, VIII,1, Maret 2017.
- Kusumuadiaga , Rimba. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Skripsi, Fakultas Ekonomi, 2010.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta , 2004
- Martono dan Harjito, Agus. *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta : Ekonosia, 2005
- Nova, Firsan. *Republic Relation*. Jakarta : Media bangsa, 2012
- Rahmawati. *Teori Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012
- Rivai, Veithzal, et.all. *Corporate Performance Management*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2011
- Soemitra, Andri. *Masa Depan Pasar Modal Syariah Di Indonesia*. Jakarta : Kencana, 2014.
- Solihin, Ismail. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat, 2009.
- Stefani, Maria. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Volume Perdagangan Saham Pada Industri Makanan dan Minuman yang Tercatat di BEI. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013
- Suchman, Mark. C. *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches Journal Article*, Vol.20, No 3, 1995
- Susanto,A.B. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta:Erlangga Group, 2006.
- Syamni, Ghazali. *Perilaku Perdagangan Order Investor Bursa Indonesia*. Yogyakarta:deepublish, 2015.
- Vijaya,Diota Prameswari. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Aktivitas Volume perdagangan Saham, <http://ejournal.undiksha.ac.id> . Diunduh pada tanggal 28 Januari 2019
- Wasesa, supar.et.all, *Manajemen Keuangan Pinsip dan Penerapan*, Medan : Madenatara, 2016
- Yusuf, Muhammad Yasir. *Islamic Corporate Social Responsibility*. Depok: Kencana, 2017

LAMPIRAN 1 Daftar Sampel Perusahaan

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

| No | Nama Perusahaan | Kriteria Sampel | |
|--------------|------------------------------------|-----------------|------------|
| | | Kriteria 1 | Kriteria 2 |
| 1 | Astra Agro Lestari | ✓ | ✓ |
| 2 | BISI International | ✓ | ✓ |
| 3 | Bumi Teknokultura Unggul | ✓ | ✗ |
| 4 | BW Plantation | ✓ | ✓ |
| 5 | Central Proteinaprima | ✓ | ✓ |
| 6 | Dharma Samudera Fishing Industries | ✓ | ✗ |
| 7 | Gozco Plantations | ✓ | ✓ |
| 8 | Inti Kapuas Arowana | ✓ | ✗ |
| 9 | Jaya Agra Wattie | ✓ | ✓ |
| 10 | PP London Sumatra Indonesia | ✓ | ✓ |
| 11 | Sampoerna Agro | ✓ | ✓ |
| 12 | Salim Ivomas Pratama | ✓ | ✓ |
| 13 | SMART | ✓ | ✓ |
| 14 | Tunas Baru Lampung | ✓ | ✓ |
| 15 | Bakrie Sumatera Plantions | ✓ | ✗ |
| Total Sampel | | 11 | |

LAMPIRAN 2 Data CSRI dan Volume Perdagangan saham (TVA)

1. Data CSRI (indeks Corporate Sosial Responsibility)

| NO | KODE PERUSAHAAN | 2015 | 2016 | 2017 |
|----|-----------------|--------|--------|--------|
| 1 | AALI | 0,2784 | 0,3291 | 0,3544 |
| 2 | BISI | 0,1013 | 0,1519 | 0,1645 |
| 3 | CPRO | 0,0759 | 0,0759 | 0,1519 |
| 4 | BWPT | 0,360 | 0,3417 | 0,2911 |
| 5 | GZCO | 0,0506 | 0,0633 | 0,0759 |
| 6 | JAWA | 0,1012 | 0,0886 | 0,1139 |
| 7 | LSIP | 0,1139 | 0,1012 | 0,1266 |
| 8 | SGRO | 0,0506 | 0,0633 | 0,0759 |
| 9 | SIMP | 0,0506 | 0,0506 | 0,0506 |
| 10 | SMAR | 0,1772 | 0,2405 | 0,2532 |
| 11 | TBLA | 0,1519 | 0,1645 | 0,1645 |

2. DATA VOLUME PERDAGANGAN SAHAM (TVA)

| NO | KODE PERUSAHAAN | 2015 | 2016 | 2017 |
|----|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | AA LI | 0,0027 | 0,0061 | 0,0003 |
| 2 | BISI | 0,000048 | 0,000076 | 0,00012 |
| 3 | C PRO | 0,000001 | 0,000260 | 0,000001 |
| 4 | BWPT | 0.00710 | 0.00464 | 0.00070 |
| 5 | GZCO | 0,00045 | 0,00044 | 0,000095 |
| 6 | JAWA | 0,000002 | 0,000348 | 0,000001 |
| 7 | LSIP | 0,0017 | 0,0010 | 0,0015 |
| 8 | SGRO | 0,00018 | 0,00008 | 0,000008 |
| 9 | SIMP | 0,00010 | 0,00011 | 0,00040 |
| 10 | SMAR | 0,0000013 | 0,0000001 | 0,0000004 |
| 11 | TBLA | 0,0000011 | 0,00028 | 0,00027 |

LAMPIRAN 3

INDIKATOR PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* BERDASARKAN *GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)*

| INDIKATOR KINERJA EKONOMI | |
|--------------------------------------|--|
| Kinerja Ekonomi | |
| EC 1 | Nilai Ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan dan pembayaran ke penyedia modal serta pemerintah |
| EC 2 | Implikasi keuangan dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim |
| EC 3 | Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan |
| EC 4 | Bantuan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah |
| Keberadaan Pasar | |
| EC 5 | Parameter standar upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu |
| EC 6 | Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi |
| EC 7 | Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan proporsi manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi |
| Dampak Ekonomi Tidak Langsung | |
| EC 8 | Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya natura |
| EC 9 | Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luas dampaknya |
| INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN | |
| Material | |
| EN 1 | Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan Ukuran |
| EN 2 | Presentase material bahan daur ulang yang digunakan |
| Energi | |
| EN 3 | Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung |
| EN 4 | Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung |
| EN 5 | Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik |

| | |
|-----------------------------------|---|
| EN 6 | Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif tersebut |
| EN 7 | Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan |
| Air | |
| EN 8 | Total pemakaian air dari sumbernya |
| EN 9 | Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata Air |
| EN 10 | Presentase dan total jumlah air yang diadur ulang dan digunakan Kembali |
| Keanekaragaman Hayati | |
| EN 11 | Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi |
| EN 12 | Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati ada diwilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi |
| EN 13 | Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali |
| EN 14 | Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati |
| EN 15 | Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan |
| Emisi, Effluent dan Limbah | |
| EN 16 | Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat |
| EN 17 | Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat |
| EN 18 | Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan |
| EN 19 | Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat |
| EN 20 | NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat |
| EN 21 | Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan |
| EN 22 | Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan |
| EN 23 | Total biaya dan jumlah yang tumpah |
| EN 24 | Berat dari limbah yang ditransportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan <i>Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII</i> , dan presentase limbah yang dikapalkan secara Internasional |

| | |
|---|--|
| EN 25 | Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada di sekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan |
| Produk dan Jasa | |
| EN 26 | Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif Tersebut |
| EN 27 | Presentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori |
| Kesesuaian | |
| EN 28 | Nilai moneter dai denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup |
| Transportasi | |
| EN 29 | Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya dan para pegawainya |
| Keselaran | |
| EN 30 | Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan |
| INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KEJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK | |
| Pekerjaan | |
| LA 1 | Komposisi tenaga kerja berdasar tipe pekerjaan, kontrak kerja dan Lokasi |
| LA 2 | Jumlah total rata – rata <i>turnover</i> tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area |
| LA 3 | Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap |
| Hubungan Tenaga Kerja.Manajemen | |
| LA 4 | Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif |
| LA 5 | Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama |
| Kesehatan dan Keselamatan Kerja | |
| LA 6 | Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja |
| LA 7 | Tingkat dan jumlah kecelakaan, penyakit karena jabatan, jumlah hari hilang dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area |

| | |
|---|---|
| LA 8 | Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius |
| LA 9 | Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian resmi serikat pekerja |
| Pendidikan dan Pelatihan | |
| LA 10 | Jumlah waktu rata – rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai |
| LA 11 | Program ketrampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus Berkarya |
| LA 12 | Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala |
| Keanekaragaman dan Kesempatan Setara | |
| LA 13 | Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya |
| LA 14 | Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori Pegawai |
| INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA | |
| Praktik Investasi dan Pengadaan | |
| HR 1 | Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia |
| HR 2 | Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip – prinsip HAM yang telah dijalankan |
| HR 3 | Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dipilih |
| Non-Diskriminasi | |
| HR 4 | Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang Diambil |
| Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok | |
| HR 5 | Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi beresiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut |
| Tenaga Kerja Anak | |
| HR 6 | Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk penghapusan pekerja anak |
| Pegawai Tetap dan Kontrak | |
| HR 7 | Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk penghapusan pegawai kontrak |

| | |
|--|--|
| Praktik Keselamatan | |
| HR 8 | Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja |
| Hak Penduduk Asli | |
| HR 9 | Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil |
| INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN/SOSIAL | |
| Kemasyarakatan | |
| SO 1 | Sifat dasar, cakupan dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi selama beroperasi dan pasca Operasi |
| Korupsi | |
| SO 2 | Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisis memiliki risiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi |
| SO 3 | Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi |
| SO 4 | Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan Korupsi |
| Kebijakan Publik | |
| SO 5 | Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur melobi public |
| SO 6 | Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara dimana perusahaan beroperasi |
| Perilaku anti Persaingan | |
| SO 7 | Jumlah tindakan hokum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti <i>trust</i> , praktik monopoli dan sanksinya |
| Kepatuhan | |
| SO 8 | Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hokum dan kebijakan |
| INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK | |
| Keselamatan dan kesehatan konsumen | |
| PR 1 | Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut |
| PR 2 | Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya |
| Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa | |
| PR 3 | Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut |

| | |
|-----------------------------|--|
| PR 4 | Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya |
| PR 5 | Praktik – praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen |
| Komunikasi Pemasaran | |
| PR 6 | Program – program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya |
| PR 7 | Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya |
| Privasi Konsumen | |
| PR 8 | Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang |
| Kesesuaian | |
| PR 9 | Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa |

Sumber : GRI (*Global Reporting Initiative*) *G3 Guidelines*

LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X
  /RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID)
  /SAVE RESID .
    
```

Regression

Notes

| | | |
|------------------------|---|--|
| Output Created | | 12-JUL-2019 07:51:33 |
| Comments | | |
| Input | Active Dataset | DataSet0 |
| | Filter | <none> |
| | Weight | <none> |
| | Split File | <none> |
| | N of Rows in Working Data File | 33 |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| | Cases Used | Statistics are based on cases with no missing values for any variable used. |
| Syntax | | REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X /RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID) /SAVE RESID . |
| Resources | Elapsed Time | 0:00:00,45 |
| | Memory Required | 1348 bytes |
| | Additional Memory Required for Residual | 656 bytes |

| | | |
|-------------------------------|-------|-------------------------|
| Plots | | |
| Processor Time | | 0:00:00,72 |
| Variables Created or Modified | RES_1 | Unstandardized Residual |

[DataSet0]

Variables Entered/Removed(b)

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | CSR(a) | . | Enter |

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: VOLUME (TVA)

Model Summary(b)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,641(a) | ,411 | ,392 | ,00136 |

a Predictors: (Constant), CSR

b Dependent Variable: VOLUME (TVA)

ANOVA(b)

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | ,000 | 1 | ,000 | 21,661 | ,000(a) |
| | Residual | ,000 | 31 | ,000 | | |
| | Total | ,000 | 32 | | | |

a Predictors: (Constant), CSR

b Dependent Variable: VOLUME (TVA)

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | -,001 | ,000 | | -1,847 | ,074 |
| | CSR | ,011 | ,002 | ,641 | 4,654 | ,000 |

a Dependent Variable: VOLUME (TVA)

Residuals Statistics(a)

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|--------|----------------|----|
| Predicted Value | -,0002 | ,0033 | ,0009 | ,00112 | 33 |
| Residual | -,00290 | ,00376 | ,00000 | ,00134 | 33 |
| Std. Predicted Value | -1,018 | 2,171 | ,000 | 1,000 | 33 |
| Std. Residual | -2,125 | 2,755 | ,000 | ,984 | 33 |

a Dependent Variable: VOLUME (TVA)

Charts

NPAR TESTS

```
/K-S (NORMAL)= RES_1
/MISSING ANALYSIS.
```

NPar Tests

Notes

| | | |
|------------------------|--------------------------------|--|
| Output Created | | 12-JUL-2019 07:52:13 |
| Comments | | |
| Input | Active Dataset | DataSet0 |
| | Filter | <none> |
| | Weight | <none> |
| | Split File | <none> |
| | N of Rows in Working Data File | 33 |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| | Cases Used | Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test. |
| Syntax | | NPAR TESTS /K-S(NORMAL)= RES_1 /MISSING ANALYSIS. |
| Resources | Elapsed Time | 0:00:00,02 |
| | Number of Cases Allowed(a) | 196736 |
| | Processor Time | 0:00:00,03 |

a Based on availability of workspace memory.

[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

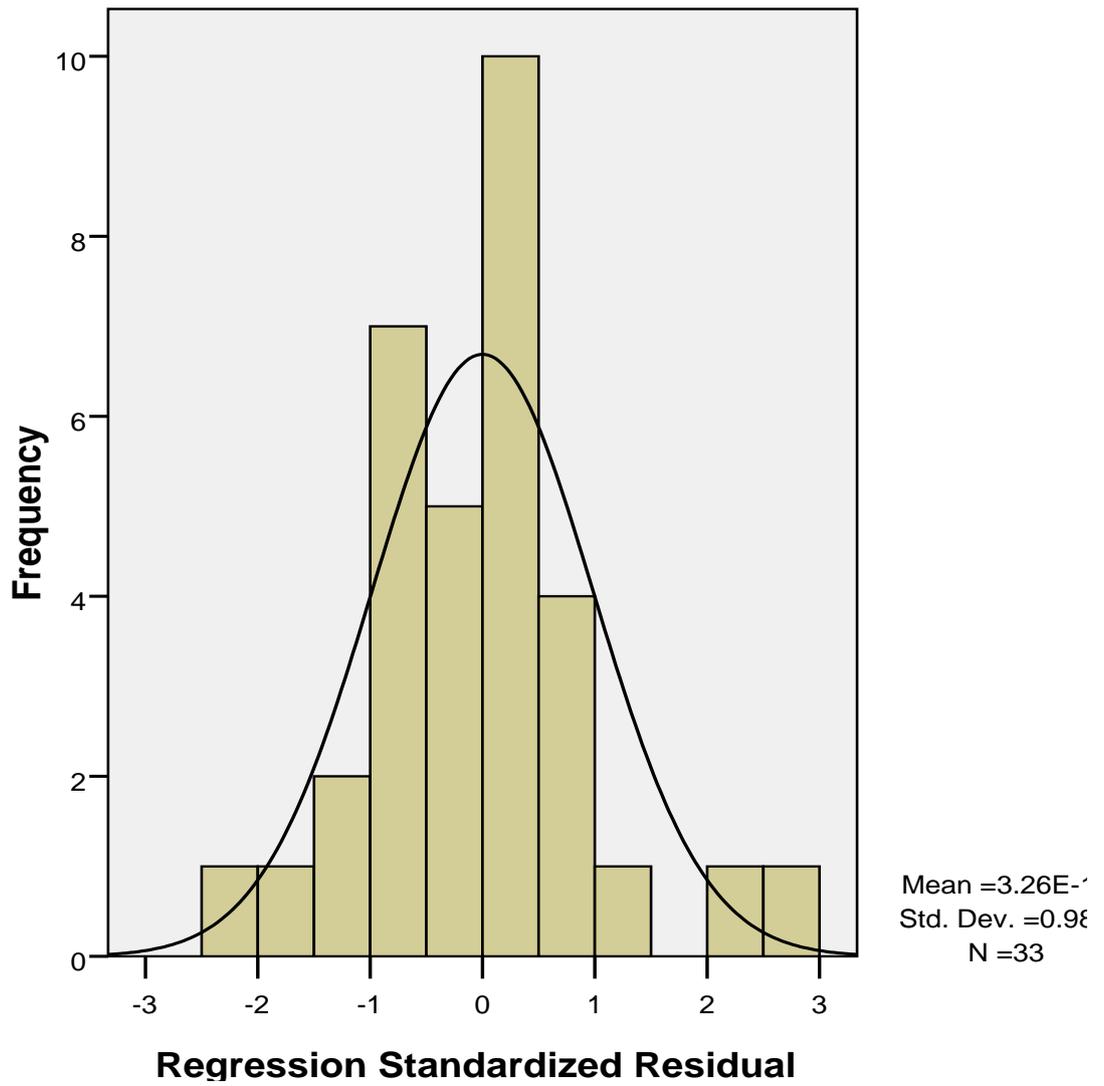
| | | Unstandardized Residual |
|--------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 33 |
| Normal Parameters(a,b) | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,00134262 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,130 |
| | Positive | ,130 |
| | Negative | -,092 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,746 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,634 |

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Histogram

Dependent Variable: VOLUME (TVA)



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: VOLUME (TVA)

