

BAB II

TEORI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN HARGA SAHAM

2.1 *Teori Corporate Social Responsibility*

2.1.1 Definisi *Corporate Social Responsibility*

World Business Council For Sustainable Development (WBCD) menyatakan bahwa :

“Tanggung jawab sosial atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* adalah suatu komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawannya, komunikasi dan lingkungan serta masyarakat luas.”

Dari pernyataan yang disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa selain mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada *shareholder*, perusahaan juga diharapkan untuk memberikan perhatian kepada para *stakeholder*.

Adapun beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* menurut Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama adalah sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* yaitu melakukan tindakan sosial (termasuk kepedulian terhadap lingkungan hidup) melebihi batas-batas yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.
2. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal serta masyarakat yang lebih luas.

3. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut serta komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.²¹

Tidak jauh berbeda dengan World Business Council For Sustainable Development (WBCD) serta Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Praama, Edi Suharto juga mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistic, melembaga dan berkelanjutan.”²²

Dari beberapa definisi yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap dampak yang positif maupun negatif yang dapat ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan yang dapat mempengaruhi masyarakat internal maupun eksternal perusahaan.

2.1.2 Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Islam

Islam sebagai *Rahmatan lil a'lam* memberikan panduan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Islam memungkinkan umatnya untuk berinovasi, namun hanya inovasi dalam bermuamalah saja yang diperbolehkan, tapi tidak inovasi dalam aqidah, ibadah dan akhlak.

²¹ Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Resiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, tnp, ttp, tt, hal. 46.

²² Edi Suharto, *CSR & COMDEV Investasi Kreatif di Era Globalisasi*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 3.

Sesuai dengan perkembangan zaman saat ini, mulai banyak lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip syariah. Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip syariah pada hakikatnya menerapkan aturan dan prinsip Islam dengan berpedoman pada Al-Quran dan As-Sunnah.

Dalam Al-Quran maupun As-Sunnah, manusia diperintahkan oleh Allah SWT. untuk saling menjaga hubungan baik diantara mereka. Hal ini menjadikan dasar bagi manusia dalam berinteraksi baik dengan sesama manusia maupun lingkungannya. Dalam (QS. Ar-Rum (30) : 41-42) dijelaskan larangan berbuat kerusakan sebagai berikut :

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ
لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾ قُلْ سِيرُوا فِي
الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ ۚ كَانَ
أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ ﴿٤٢﴾

Artinya : “Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). Katakanlah: "Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)."

Isi kandungan ayat di atas merupakan penegasan Allah SWT. bahwa berbagai kerusakan yang terjadi di daratan dan di lautan terjadi akibat ulah manusia. Hal tersebut hendaklah disadari oleh umat manusia dan oleh karenanya

hendaklah manusia menghentikan perbuatan-perbuatan yang menyebabkan timbulnya kerusakan di muka bumi, baik kerusakan di darat maupun kerusakan di lautan dan menggantinya dengan perbuatan baik untuk kelestarian alam. Perintah untuk mempelajari sejarah umat-umat terdahulu agar berbagai bencana yang menimpa umat-umat terdahulu karena kemusyrikan mereka terhadap Allah SWT. tidak terjadi pada kita.

Lebih lanjut diterangkan dalam firman Allah SWT. (QS. Al-Qashas (28) : 77) sebagai berikut :

وَأَتَّبِعْ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ
 مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ
 الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya : “*dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.*”

Adapun pengertian CSR Islami yang dipaparkan oleh Edi Suharto sebagai berikut :

“CSR Islami adalah CSR yang merujuk pada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam praktik bisnisnya. CSR Islami bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang bersifat ribawi, melainkan berupa zakat, infaq, sedekah dan wakaf.”²³

²³ *Ibid*, hlm. 5.

Jauh sebelum Edi Suharto mendefinisikan CSR tersebut, Allah terlebih dahulu menerangkannya di dalam (QS. Al-Baqarah (2) : 254) sebagai berikut :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكَ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ
لَا بَيْعُ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفِيعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿٢٥٤﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim.”

Di dalam ayat tersebut Allah SWT. memerintahkan kita untuk membelanjakan harta di jalan Allah. Banyak cara bagi kita untuk membelanjakan harta di jalan Allah seperti yang telah diperintahkan Allah SWT. dalam (QS. At-Taubah (9) : 103) sebagai berikut :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ
صَلَوَاتِكَ سَكَنٌ لَّهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.”

Di dalam ayat ini dijelaskan bahwa orang yang bertaqwa itu adalah orang yang berbuat kebaikan. Di dalam kehidupan, kita sebagai manusia selalu memohon kepada Allah SWT. untuk mendapat ridho-Nya. Kita tidak boleh lupa bahwa di dalam harta yang kita dapatkan terselip harta orang lain yang harus diberikan. Mereka mengeluarkan harta tersebut di jalan kebaikan.

2.1.3 Pengungkapan CSR dalam Laporan Tahunan

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility* dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan dan meningkatkan kontribusi perusahaan baik pada sisi ekonomi, politik sosial maupun budaya. Pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility* merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.

Menurut Sidharta Utama :

“Saat ini, banyak perusahaan menerbitkan aktivitas CSR-nya dalam laporan keuangan tahunan atau laporan khusus CSR. Laporan ini menunjukkan perlunya akuntabilitas perusahaan dalam mengimplementasikan CSR kepada *stakeholder* untuk mengevaluasi implementasinya. Adanya transparansi akuntabilitas tersebut, diharapkan bahwa perusahaan akan secara sukarela mengimplementasikan aktivitas CSR-nya.”²⁴

Laporan tahunan merupakan salah satu media yang paling mudah dan paling tepat untuk mengungkapkan aktivitas sosial lingkungan. Laporan keuangan dinilai paling tepat untuk mengkomunikasikan berbagai informasi yang relevan dari manajemen perusahaan untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan.

Konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan dibagi kedalam 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Pengungkapan terhadap kinerja ekonomi, kinerja

²⁴ Sidharta Utama, *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Di Indonesia*, tnp, ttp, 2010, hlm. 38.

lingkungan dan kunerja sosial sekarang ini menjadi cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk akuntabilitasnya kepada *stakeholder*.²⁵

2.1.4 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Dalam bisnis, yang diharapkan oleh perusahaan adalah peningkatan dan kestabilan usaha. Karena dengan kestabilan dan peningkatan usaha akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Setidaknya ada beberapa tujuan dilakukannya *Corporate Social responsibility* sebagai berikut :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju pangsa pasar.
6. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
7. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
9. Peluang mendapatkan penghargaan.²⁶

2.1.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri maupun masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya seperti berikut:

²⁵ Balmy WP, *Op. cit.*, hlm. 19.

²⁶ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Fascho Publishing, Gresik , 2007, hlm. 78.

1. Bagi Perusahaan

Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

2. Bagi Masyarakat

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi Lingkungan

Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

4. Bagi Negara

Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “*Corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (tidak digelapkan) oleh perusahaan.²⁷

2.1.6 Akuntansi *Corporate Social Responsibility*

Pada hakikatnya, akuntansi CSR (*CSR Accounting*) merupakan perluasan dari akuntansi sosial (*Social Accounting*) dan akuntansi lingkungan (*Environmental Accounting*). Meski berbeda istilah, namun esensinya hampir sama.

Gray et al. (1987) mendefinisikan :

“Akuntansi sosial sebagai proses pengkomunikasian dampak-dampak sosial dan lingkungan dari tindakan-tindakan ekonomi perusahaan untuk kelompok-kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat. Definisi itu didasarkan pada asumsi bahwa eksistensi perusahaan tidak hanya sekedar menghasilkan laba untuk pemegang sahamnya (*Shareholders*) tetapi juga memiliki tanggung jawab yang lebih luas kepada para pemangku kepentingan lainnya *Stakeholders*.”²⁸

Sementara Schaltegger et al. (1996) mendefinisikan bahwa :

“Akuntansi lingkungan sebagai suatu sub area dalam akuntansi yang berhubungan dengan aktivitas, metoda dan sistem pencatatan, analisis dan pelaporan informasi lingkungan terkait dengan dampak-dampak finansial dan ekologis dari suatu sistem ekonomi korporasi.”²⁹

Sedangkan menurut Gray dan Bebbington (2001) menjelaskan bahwa :

“Ruang lingkup akuntansi lingkungan mencakup: 1) pertanggungjawaban dan resiko kontinjen, 2) pertanggungjawaban atas evaluasi asset dan

²⁷ *Ibid*, hlm. 99.

²⁸ Andreas Lako, *Op. cit.*, hlm. 119.

²⁹ *Ibid*, hlm. 120.

proyeksi modal, 3) analisis biaya dalam area-area penting seperti energi, limbah dan proteksi lingkungan, 4) pengembangan sistem akuntansi dan sistem informasi baru yang melingkupi semua area performa lingkungan, 5) menilai *cost* dan *benefits* dari program-program lingkungan, 6) pengembangan teknik-teknik akuntansi yang dapat mengungkapkan nilai asset, kewajiban dan ekuitas dalam terminologi ekologi.”³⁰

Bila digabungkan, esensi akuntansi CSR adalah suatu proses pengukuran, pencatatan, pelaporan dan pengungkapan informasi terkait dampak-dampak sosial dan lingkungan dari tindakan-tindakan ekonomi perusahaan bagi kelompok tertentu dalam masyarakat atau yang menjadi *stakeholder* perusahaan.

2.1.7 Teori Pendukung Konsep *Corporate Social Responsibility*

2.1.7.1 Teori *Stakeholder*

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika perusahaan mampu mengatasi hal tersebut, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan inti perusahaan yang harus diperhatikan.

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, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan

³⁰ *Ibid*, hlm.120.

(LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.³¹

Dari pengertian *stakeholder* di atas, mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder* karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan oleh perusahaan.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri. Perusahaan juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

2.1.7.2 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategi bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wadah untuk mengimplementasikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang maupun kelompok orang yang sangat peka terhadap segala gejala lingkungan sekitarnya baik secara fisik maupun non fisik.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari

³¹ Nor Hadi, *Op. Cit.*, hlm.23.

perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).³²

Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu “*Social Contract*”. Kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan termasuk terhadap lingkungan. Oleh karena itu, kontrak sosial akan memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat dan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.7.3 Teori *Signaling*

Teori *signaling* menekankan pada pentingnya informasi yang diberikan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena pada hakikatnya informasi menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk kondisi masa lalu, saat ini maupun kondisi masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana dampak kedepannya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika

³² *Ibid*, hlm. 87.

pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.³³

Pada saat informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk. Jika informasi tersebut diinterpretasikan sebagai sinyal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham.

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal baik bagi pihak diluar perusahaan terutama investor yaitu laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi, yaitu informasi yang berkaitan dengan keuangan serta informasi yang berkaitan dengan kinerja perusahaan.

Dalam teori signaling dinyatakan bahwa perusahaan yang peduli dan mengungkapkan CSR pada laporan tahunan akan memberikan sinyal positif ke pasar bahwa perusahaan itu memiliki risiko yang rendah, mempunyai prospek yang bagus dan memiliki *business life cycle* (BLC) yang pasti dan berkelanjutan.³⁴

Dengan demikian, dari paparan yang disampaikan diatas menunjukkan bahwa pelaku pasar akan mengapresiasi harga saham dari perusahaan yang mengungkapkan CSR. Semakin besar kepedulian perusahaan terhadap CSR, maka semakin besar pula apresiasi pasar terhadap harga saham perusahaan.

³³ Jogiyanto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Ketiga, Yogyakarta : BPFE, 2003, hlm.392.

³⁴ Andreas Lako, *Op. cit.*, hlm.114.

2.2 Harga Saham

2.2.1 Definisi Harga Saham

Harga saham merupakan harga jual beli yang sedang berlaku di pasar efek yang ditentukan oleh kekuatan pasar dalam arti tergantung pada permintaan dan penawaran. Harga saham juga menunjukkan nilai dari perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi nilai dari harga pasar saham suatu perusahaan, maka investor akan semakin tertarik untuk menjual sahamnya.³⁵

Harga saham yang berlaku di pasar modal biasanya ditentukan oleh para pelaku pasar yang sedang melangsungkan perdagangan sahamnya. Dengan harga saham yang ditentukan otomatis perdagangan di bursa efek akan berjalan.

2.2.2 Macam-Macam Harga Saham

Harga saham dapat dibedakan menjadi beberapa jenis sebagai berikut :

1. Harga Nominal

Harga nominal merupakan harga yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkannya. Harga nominal ini tercantum dalam saham tersebut.

2. Harga perdana

Harga perdana merupakan harga sebelum harga tersebut dicatat di bursa efek. Besarnya harga perdana ini tergantung persetujuan dari emiten dan peminjam emisi.

³⁵ <http://nanangbudianas.blogspot.com>. Diakses pada 01 Nopember 2015 Pukul 08.21 WIB

3. Harga Pasar

Harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu ke investor yang lain.

Harga pasar terjadi setelah saham tersebut dicatat di bursa efek.

4. Harga Pembukaan

Harga pembukaan adalah harga yang diminta penjual dari pembeli pada saat jam bursa dibuka.

5. Harga Penutupan

Harga penutupan merupakan harga yang diminta penjual dari pembeli pada saat akhir hari buka.

6. Harga Tertinggi

Harga saham tidak hanya sekali atau dua kali dalam satu hari, tetapi bisa berkali-kali dan tidak bertahan lama pada harga saham yang sebelumnya. Dari harga-harga yang terjadi tentu ada yang paling tinggi pada satu hari di bursa tersebut. Harga itulah yang disebut sebagai harga tertinggi.

7. Harga Terendah

Harga terendah merupakan dari harga tertinggi, yaitu harga paling rendah pada satu hari bursa.

8. Harga Rata-Rata

Harga rata-rata merupakan rata-rata dari harga tertinggi dan harga terendah.

Harga ini bisa dicatat untuk transaksi harian, bulanan maupun tahunan.³⁶

³⁶ Widoatmodjo, *Harga Saham dan Investasi Modal*, Salemba Empat, Jakarta, 2006, hlm. 45.

2.2.3 Penilaian Harga Saham

Dalam penutupan harga saham, praktiknya mengacu pada beberapa pendekatan teori penilaian. Terdapat dua model dan teknik analisis di dalam penilaian harga saham sebagai berikut :

1. Analisis Fundamental

Analisis fundamental mencoba memperkirakan harga saham dimasa yang akan datang dengan mengestimasi nilai faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi harga saham di masa yang akan datang dan menerapkan hubungan variabel-variabel tersebut sehingga diperoleh taksiran harga saham.

Analisis fundamental bermula dari anggapan dasar bahwa setiap investor adalah makhluk rasional. Keputusan investasi saham dari seorang oemodal yang rasional didahului oleh suatu proses analisis terhadap variabel yang secara fundamental diperkirakan akan mempengaruhi harga suatu efek. Argumentasi dasarnya jelas bahwa nilai saham mewakili nilai perusahaan, tidak hanya nilai intrinsik pada suatu saat, tetapi juga dan bahkan lebih penting bagi harapan akan kemampuan dalam meningkatkan nilainya di kemudian hari.

Informasi-informasi fundamental diantaranya :

1. Kemampuan manajemen perusahaan'
2. Prospek perusahaan
3. Prospek pemasaran
4. Perkembangan teknologi
5. Kemampuan menghasilkan keuntungan
6. Kemampuan terhadap perekonomian nasional

7. Kebijaksanaan pemerintah

8. Haj-hak yang diterima investor³⁷

2. Analisis Teknikal

Analisis teknikal mencoba memperkirakan harga saham (kondisi pasar) dengan mengamati perubahan harga saham tersebut (kondisi pasar) di waktu yang lalu. Pemikiran yang mendasari analisis tersebut adalah bahwa harga saham mencerminkan informasi yang relevan bahwa informasi tersebut ditunjukkan oleh perubahan harga di waktu yang lalu, dan karenanya perubahan harga saham akan mempunyai pola tertentu dan pola tersebut akan berulang.

Analisis teknikal menyatakan bahwa investor adalah makhluk yang irasional. Bursa pada dasarnya adalah cerminan *mass behavior*. Seorang individu yang bergabung ke dalam suatu massa, bukan hanya sekedar kehilangan rasionalitasnya, tetapi sering juga melebur identitas kolektif. Harga saham sebagai penawaran yang merupakan manifestasi dari kondisi psikologis pemodal. Model ini pada intinya menggambarkan bahwa harga saham selalu berfluktuasi naik dan turun. Namun naik dan turunnya harga saham tersebut ada batasannya yaitu batas atas dan batas bawah.

Data yang digunakan dalam analisis teknikal biasanya berupa grafik atau program komputer. Dari grafik atau program komputer tersebut dapat diketahui bagaimana kecenderungan pasar, sekuritas atau future komoditas yang akan

³⁷ Suad Husnan, *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*, Edisi Kedua, AMP YKPN, Yogyakarta, 1994, hlm. 345.

didipilih dalam berinvestasi. Teknik ini juga mengabaikan hal-hal yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan.³⁸

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Harga saham di bursa efek dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor tersebut antara lain pengaruh peraturan perundangan, ketat tidaknya pengawasan atas pengaruh pelanggaran oleh pelaku bursa, psikologi pemodal secara masal yang berubah-ubah antar pesimis dan optimis, laba perusahaan, tingkat resiko pengembalian dan lainnya. Sedangkan menurut Gunawan (2011), faktor yang mempengaruhi harga saham pada saham syariah adalah sebagai berikut :

“Faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham syariah adalah ekspektasi terhadap lab perlembar saham, saat dipeoleh laba, tingkat resiko dari proyeksi laba, proporsi utang perusahaan terhadap ekuitas, serta kebijakan pembagian deviden. Faktor lain yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham syariah adalah keandalan eksternal seperti kegiatan perekonomian pada umumnya, pajak dan keadaan bursa saham. Investor harus benar-benar menyadari bahwa disamping akan memperoleh keuntungan tidak menutup kemungkinan akan mengalami kerugian. Keuntungan dan kerugian tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan investor menganalisis keadaan harga saham.”

Secara teori ekonomi, harga pasar suatu saham akan terbentuk melalui proses penawaran dan permintaan yang mencerminkan kekuatan pasar, seperti yang dijelaskan oleh Panji Anoraga dan Piji Pakarti (2001) sebagai berikut :

“Harga saham ditentukan oleh penawaran dan permintaan pasar dan analisis memfokuskan perhatian pada waktu, yaitu perkiraan trend naik atau turun. Sedangkan apabila permintaan lebih banyak daripada penawaran saham, maka harga saham akan mengalami kenaikan, sehingga akan terjadi trend naik.”

³⁸ *Ibid*, hlm. 345.

Efisiensi pasar modal merupakan salah satu indikator untuk menentukan kualitas suatu pasar modal. Semakin tinggi derajat efisiensi, maka kualitas pasar modal tersebut akan semakin baik.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa secara umum bursa saham menganut pergerakan saham yang membentuk satu pola dalam jangka waktu tertentu. Artinya tidak ada harga saham yang naik terus menerus dan begitu pula sebaliknya, tidak ada harga saham yang terus menerus turun, yang ada adalah harga saham yang naik dan turun sesuai dengan siklus yang berlaku.

2.2.5 Indeks Saham Syariah (*Jakarta Islamic Index*)

Jakarta Islamic Index (JII) merupakan indeks hasil kerjasama Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan PT. Danareksa Management.

Kriteria pemilihan saham JII adalah sebagai berikut :

1. Saham-saham yang akan dipilih berdasarkan Daftar Efek Syariah yang dikeluarkan oleh Bapepam-LK.
2. Memilih 60 saham dari Daftar Efek Syariah berdasarkan urutan kapitalisasi pasar terbesar selama 1 tahun terakhir.
3. Dari 60 saham, kemudian dipilih lagi menjadi 30 saham berdasarkan tingkat likuidasi yaitu nilai transaksi di pasar reguler selama 1 tahun terakhir.

Indeks JII dari saham-saham yang masuk kelompok syariah . saat ini belum terbentuk pasar modal syariah secara tersendiri dan terpisah, namun pasar saham BEI telah dibentuk satu kelompok saham yang memenuhi kriteria saham syariah. Pembentukan ini mengakomodir investor yang ingin berinvestasi pada

saham dengan prinsip syariah (sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI).

4. Dari 30 saham, kemudian dipilih lagi menjadi 27 saham yang tetap.

Pada bab 3, pasal 3, Fatwa MUI No.40/DSN-MUI/X/2003 tentang emiten yang menerbitkan efek syariah, harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Jenis usaha, produk barang, jasa yang diberikan dan akan serta pengelolaan perusahaan emiten atau perusahaan publik iyang menerbitkan Efek Syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.
2. Jenis kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah sebagaimana dimaksud di atas antara lain :
 1. Perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.
 2. Lembaga keuangan konvensional (menggunakan unsur riba), termasuk perbankan konvensional dan asuransi konvensional.
 3. Produsen, distributor serta pedagang makan dan minuman haram.
 4. Produsen, distributor dan penyedia barang-barang ataupun jasa yang merudsk moral dan bersifat mudharat.
 5. Melakukan investasi pada emiten (perusahaan) yang pada saat transaksi tingkat nisbah (hutang) perusahaan kepada lembaga keuangan ribawi lebih dominan daripada modalnya.
3. Emiten atau perusahaan publik yang bermaksud menerbitkan efek syariah, wajib menandatangani dan memenuhi ketentuan akad yang sesuai dengan syariah atau efek syariah yang dikeluarkan.

4. Emiten atau perusahaan publik yang menerbitkan efek syariah wajib menjamin bahwa kegiatan usahanya memenuhi prinsip-prinsip syariah dan memiliki *Syariah Compliance Officer*.
5. Dalam hal emiten atau perusahaan publik yang menerbitkan efek syariah sewaktu-waktu tidak memenuhi persyaratan tersebut di atas, maka efek yang diterbitkan dengan sendirinya sudah bukan sebagai efek syariah.³⁹

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Endah Wahyuningsih (2012) "Pengaruh CSR terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008"	Fokus penelitian pada pengungkapan CSR dan harga saham	1. Dalam penelitian tersebut pelaksanaannya pada perusahaan perbankan 2. Teknik analisis yang berbeda 3. Cara pengambilan sampel yang berbeda	1. CSR Community berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap harga saham. 2. CSR Employment tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham 3. CSR Environment berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap harga saham

³⁹ www.idx.co.id. Diakses pada 16 September 2015 Pukul 08.32 WIB.

<p>Balmy Widyo (2013) “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i> (CSRDI) Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur dan pertambangan yang Tercatat dalam Indeks LQ45 Periode Februari-Juli 2012)”</p>	<p>Fokus penelitian mengenai CSR dan Harga Saham</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus penelitian hanya pada perusahaan manufaktur saja 2. Sampel waktu penelitian 	<p><i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i> (CSRDI) tidak berpengaruh terhadap harga saham</p>
<p>Zerra Restavia Finandria Hana (2013) “Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”</p>	<p>Fokus penelitian mengenai <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja keuangan sebagai variabel dependennya 2. Populasi penelitian 3. Hanya fokus pada perusahaan telekomunikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan 2. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap return saham