

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, oleh karena itu keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri dengan tidak memperhatikan masyarakat dan lingkungannya. Dampak dari aktivitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan perusahaan.

Keberadaan dan dampak aktivitas perusahaan seringkali bertentangan atau bahkan merugikan kepentingan pihak lain. Perbedaan kepentingan tersebut apabila tidak ditindaklanjuti maka akan mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, seharusnya perusahaan tidak hanya fokus pada kepentingan perusahaan saja, tetapi juga memperhatikan kepentingan pihak-pihak lain di luar dari perusahaan.

Orientasi perusahaan seharusnya bergeser dari yang diorientasikan untuk *shareholder (Shareholder orientation)* dengan bertitik tolak pada ukuran kinerja ekonomi (*Economic orientation*) semata ke arah kesiambungan lingkungan dan masyarakat (*Community*) dengan memperhatikan dampak sosial (*Stakeholder orientation*).¹ Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari

¹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, hlm. 21.

shareholders kepada *stakeholders* telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan.²

Tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* tersebut memunculkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya untuk senantiasa memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat sosial dan lingkungan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disosialisasikan ke publik di dalam laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul dikarenakan teori *stakeholder* yaitu suatu keadaan yang mengutamakan para pemegang saham dan memordudukan pihak lain yang juga berkepentingan yaitu masyarakat dan lingkungan sosial.³

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bagian dari strategi bisnis. Pengungkapan CSR menjadi informasi bagi para *stakeholder*, karena dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat meraup keuntungan yang berlipat ganda. Hendrik memaparkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan

² Danu Candra Irawan, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan", Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.

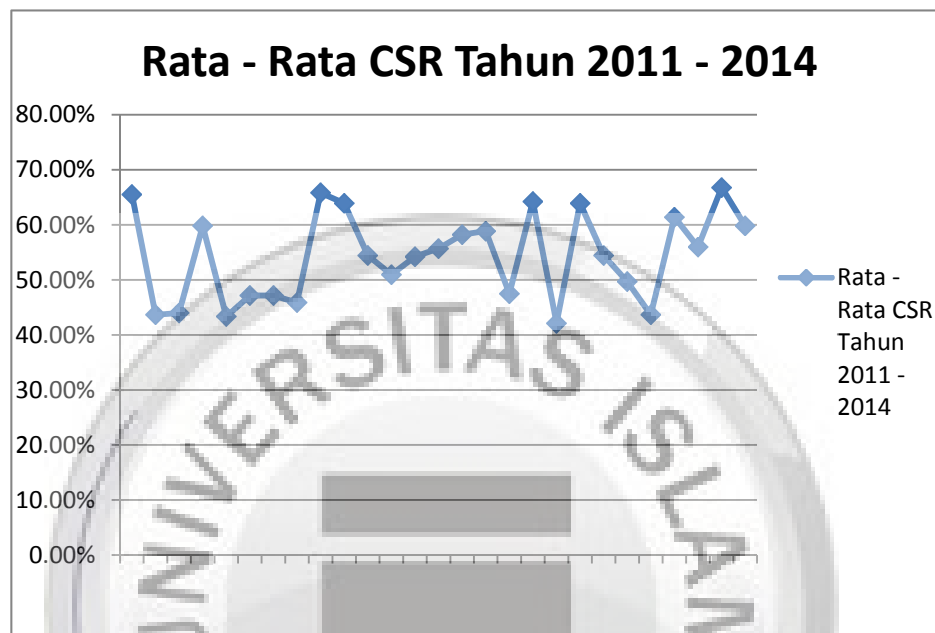
³ Triani Lawitiawati P, "Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI" Skripsi, UNMED, 2013.

memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.⁴ Oleh sebab itu, tanggung jawab sosial dapat menjadi motif bagi perusahaan untuk meningkatkan kekuatan keuangan perusahaan dalam jangka panjang, terutama untuk menarik minat para calon investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Pada beberapa tahun terakhir, pengungkapan CSR di Indonesia telah mengalami peningkatan. Kini berbagai perusahaan sudah menunjukkan komitmennya untuk menerapkan praktik tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan mereka. Terlebih setelah adanya peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah tentang kewajiban melakukan CSR. Informasi tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dipublikasikan di dalam laporan tahunan perusahaan dan pasar modal lah yang menjadi media untuk mempublikasikan laporan tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan harus menunjukkan informasi kinerja perusahaan yang baik agar investor mengambil keputusan yang dapat menguntungkan perusahaan.

⁴ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 1.

Adapun gambaran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) beberapa perusahaan yang dipublikasikan di laporan tahunan perusahaan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Rata - Rata CSR Tahun 2011-2014

Undang-undang telah mengatur pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menerbitkan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan.

Kegiatan CSR dan pengungkapannya akan menjadi salah satu pertimbangan investasi bagi para investor dan salah satu hal yang dapat mendukung adanya legitimasi dari masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan *legitimacy theory*,

perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya dapat memberikan sinyal positif bagi para *stakeholder*. Dengan pengungkapan tersebut, maka perusahaan layak untuk dipilih sebagai tempat untuk berinvestasi maupun perjanjian kerjasama lainnya. Hal ini sesuai dengan *financial accounting theory* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *signaling theory*.⁵ *Corporate Social Responsibility* (CSR) diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yang dipublikasikan di pasar modal. Pasar modal menjadi cara alternatif bagi publik khususnya para investor guna membantu berjalannya usaha mereka dengan cara penghimpunan dana. Karena pasar modal merupakan wadah bagi emiten mengeluarkan saham untuk dijual dan dipublikasikan ke masyarakat.

Selain menjadi cara alternatif bagi investor dalam penggunaan saham, pasar modal juga menjadi lembaga perantara antara pihak investor dengan perusahaan yang mengeluarkan saham. Dapat dikatakan bahwa investor dan pemegang saham saling membutuhkan dan melengkapi satu sama lainnya. Karena investor membutuhkan investasi dan perusahaan pemegang saham membutuhkan investor guna merealisasikan tujuan untuk mendapatkan *return* bagi masing-masing pihak yang bersangkutan.

Saham dapat didefinisikan sebagai surat berharga yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas atau yang biasa disebut dengan emiten. Pemilik saham adalah sebagian dari perusahaan. Dengan demikian, investor yang membeli saham kepada sebuah perusahaan maka investor

⁵ Balmy WP, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) Terhadap Harga Saham Periode Februari-Juli 2012", Skripsi, Bandung, FPEB UPI, 2013.

tersebut dapat dikatakan sebagai pemilik atau pemegang saham perusahaan tersebut.⁶

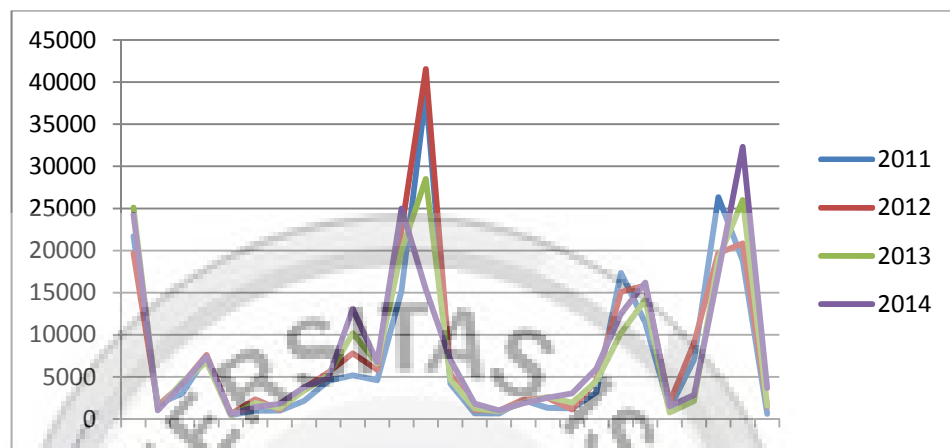
Sedangkan harga saham dapat didefinisikan sebagai nilai saham yang ditentukan oleh kekuatan penawaran jual beli saham pada mekanisme pasar tertentu dan merupakan harga jual dari investor satu ke investor lainnya. Nilai suatu perusahaan dapat digambarkan dengan adanya perkembangan harga saham perusahaan dalam pasar modal. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.⁷

Dalam tren perkembangan dan pertumbuhan saham, ada kalanya terjadi penurunan dan kenaikan. Hal yang menjadi pemicu pergerakan harga saham naik dan turun atau disebut juga dengan fluktuasi harga sangat tergantung pada kekuatan penawaran dan permintaan. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, harga saham akan cenderung naik dan sebaliknya, jika terjadi kelebihan penawaran, harga saham akan cenderung turun. Adapun pergerakan harga saham disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya kondisi perusahaan, kondisi ekonomi, kondisi politik dan kondisi sosial budaya.

⁶ Sjahrial Dermawan, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2009, hlm.22.

⁷ Andi Nurhusaeni, "Pengaruh Corporate Social Responsibility *Disclosures* Terhadap Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 1 Desember 2011-1 Desember 2012", Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2014.

Adapun fluktuasi harga saham dari beberapa perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* selama 4 tahun adalah sebagai berikut :



Gambar 1.2 Fluktuasi Harga Saham

Konsep CSR tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang di ekonomi Islam. Sekarang ini sudah semakin banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan bisnisnya. CSR dalam konteks Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan konsep syariah. Perusahaan tersebut diharapkan dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang juga sesuai dengan konsep syariah. Dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan syariah yang bermunculan, mengindikasikan bahwa ekonomi Islam sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan ekonomi Islam ini terjadi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap lembaga syariah memiliki peranan yang penting dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perusahaan-perusahaan berbasis syariah di Indonesia.

Dalam Islam manusia bertanggung jawab terhadap Allah dalam melaksanakan aktivitasnya dan segenap aktivitas dijalankan untuk mencapai RidhoNya. Selain bertanggung jawab kepada Allah, manusia juga bertanggung jawab terhadap manusia lainnya. Seperti yang diterangkan oleh Allah SWT dalam firman-Nya (Q.S Al-Zukhruf (43) : 32).

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي
 الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ بَعْضُهُمْ أَرْفَعُنَا فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ
 بَعْضُهُمْ بَعْضًا سَخِرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya : “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”

Seperti yang telah dijelaskan di atas, perbedaan-perbedaan tersebut bertujuan agar mereka saling memanfaatkan (sebagian mereka dapat memperoleh manfaat dari sebagian yang lain). Disini terlihat jelas bahwa manusia saling membutuhkan satu sama lain.

Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Endah Wahyuningsih telah meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap harga saham perusahaan perbankan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR Community berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap harga saham. CSR Employment tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Penelitian ini tidak dapat menjelaskan pengaruh CSR Product and

Consumer terhadap harga saham. CSR Environment berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, dan secara simultan CSR Community, CSR Employment dan CSR Environment berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR perusahaan perbankan di dalam laporan tahunannya dapat meningkatkan harga saham perusahaan pada tahun berikutnya.⁸ Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Balmy Widy Putri tentang penelitian CSRD Index terhadap harga saham perusahaan Manufaktur dan pertambangan menunjukkan bahwa CSRD Index tidak berpengaruh terhadap harga saham.⁹ Hackston dan Milne dengan penelitiannya yang berjudul *Some Determinants of Social and Environmental Corporate Social Disclosure in New Zealand Disclosure Companies* dengan hasil bahwa ukuran dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Disclosure* sedangkan profitabilitas tidak. Hubungan ukuran perusahaan dengan CSD pada industri *high profile* lebih kuat dibandingkan pada industri *low profile*.¹⁰

Melihat beberapa hasil penelitian di atas, bahwa di Indonesia CSR masih beragam pengaruhnya terhadap harga saham. Hal ini tidak sesuai dengan harapan perusahaan yang mengungkapkan CSR untuk meningkatkan laba. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan data terbaru yang dikeluarkan oleh *Jakarta Islamic Index*.

⁸ Endah Wahyuningsih, “Pengaruh CSR Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008”, Jurnal, FE UNS, 2012.

⁹ Balmy Widy P, Op. Cit., hlm. 79.

¹⁰ Hackston dan Milne, “Some Determinants of Social and Environmental Corporate Social Disclosure in New Zealand”, New Zealand, Jurnal, 1996.

Berdasarkan uraian di atas, yang menjelaskan CSR dan harga saham serta dari data angka yang disertakan terlihat bahwa nilai CSR yang fluktuatif terhadap harga saham. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah CSR berpengaruh terhadap perubahan harga saham pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*. Maka dari itu peneliti memberikan judul penelitian ini **“Hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode Tahun 2011 – Tahun 2014**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode Tahun 2011 – Tahun 2014?
2. Bagaimana tingkat perubahan harga saham pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode Tahun 2011 – Tahun 2014?
3. Bagaimana hubungan antara pengungkapan CSR dengan perubahan harga saham pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode Tahun 2011 – Tahun 2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari permasalahan ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode Tahun 2011 – Tahun 2014.
2. Untuk mengetahui tingkat perubahan harga saham pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode Tahun 2011 – Tahun 2014.
3. Untuk mengetahui hubungan antara pengungkapan CSR dengan perubahan harga saham pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode Tahun 2011 – Tahun 2014.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai Pengungkapan CSR dan Pasar Modal Syariah. Kegunaan lain yaitu untuk menerapkan materi yang telah diperoleh di bangku perkuliahan sekaligus menggali materi-materi lain yang mendukung penelitian.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan untuk bahan pertimbangan dalam menentukan investasi yang lebih menguntungkan para investor khususnya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan adanya kebijakan penerapan CSR yang bisa menguntungkan perusahaan.

2. Bagi Pemerintah Selaku Regulator

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pembuat regulator atas efektivitas penerapan UU PT No. 40 Tahun 2007 oleh perusahaan-perusahaan publik di Indonesia.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini menjadi tolak ukur penilaian kegiatan CSR oleh masyarakat sekitar terhadap operasionalisasi perusahaan.

1.5 Kerangka Teori

Pasar modal merupakan wadah atau tempat bertemunya pihak yang memiliki dana lebih dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjualbelikan sekuritas dan berfungsi sebagai lembaga perantara (*intermediaries*).

Terdapat dua fungsi utama dalam pasar modal, yaitu (1) sebagai sarana pendanaan usaha bagi perusahaan (2) sebagai sarana investasi bagi pemodal. Bagi para investor tentunya pasar modal sebagai sarana yang tepat untuk melakukan investasi. Investasi merupakan sebuah komitmen untuk menempatkan dana pada satu atau beberapa objek investasi dengan harapan untuk mendapatkan *return* dimasa yang akan datang atau mempertahankan nilai dari dana saat ini agar tidak mengalami penurunan.¹¹

World Business Council For Sustainable Development (WBCD) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*

¹¹ Piji Pakarti, *Pengantar Pasar Modal*, Rineka Cipta, Jakarta, 2008, hlm.55.

adalah suatu komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawannya, komunikasi dan lingkungan sekitar serta masyarakat luas. Jadi selain mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada *stakeholder*, perusahaan juga diharapkan memiliki perhatian kepada *stakeholder*.

Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan atas dampak positif maupun negatif yang dapat ditimbulkan dari aktivitas operasional yang dapat mempengaruhi masyarakat internal maupun eksternal seperti permasalahan buruh, karyawan, konsumen, limbah pabrik, kepedulian terhadap masalah sosial dan keselarasan dengan masyarakat.

Pada dasarnya perusahaan melakukan pengungkapan CSR bukan hanya untuk diperlihatkan kepada masyarakat mengenai aktivitas CSR yang dilakukannya. Dengan diungkapkannya CSR, perusahaan mengharapkan timbal balik berupa kepercayaan masyarakat kepada perusahaan dalam jangka panjang, sehingga kepercayaan tersebut memberikan dampak baik bagi keuntungan perusahaan.

Pengungkapan CSR dapat meningkatkan reputasi dan nama baik perusahaan, meningkatnya loyalitas karyawan, investor, kreditor, pelanggan dan menurunnya resistensi masyarakat dan lainnya sehingga manfaat tersebut pada akhirnya akan mendatangkan manfaat ekonomi bagi perusahaan seperti pangsa pasar dan penjualan kian meningkat sehingga laba pun meningkat dan harga

saham pun ikut terdongkrak.¹² Hal tersebut disebabkan karena adanya informasi yang bernilai positif pada pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pangsa pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.¹³

Dalam hal ini, terjadinya kepercayaan investor pada perusahaan berdasarkan adanya pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan sehingga dapat mempengaruhi harga saham di pasar modal. Hal ini disebabkan karena kekuatan harga saham di pasar modal ditentukan oleh adanya kekuatan tawar-menawar antara investor yang satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti berasumsi bahwa adanya informasi yang tersedia di publik seperti pengungkapan CSR perusahaan mampu mempengaruhi harga saham secara langsung. Berdasarkan hal tersebut, maka kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1.3 Skema Kerangka Berpikir

¹² Andreas Lako, *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*, Erlangga, Jakarta, 2010, hlm. 72.

¹³ Jogiyanto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, BPFE, Yogyakarta, 2003, hlm 392.

1.6 Metodologi dan Teknik Penelitian

1.6.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan pengujian hipotesis yang akan menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif yaitu studi untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat, yang diajukan untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam tentang hubungan-hubungan.¹⁴

Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi pembacanya.

Penelitian ini memfokuskan pada kinerja perusahaan dalam pengungkapan CSR. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini akan menganalisis bagaimana pengaruh pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap perubahan harga saham.

1.6.2 Teknik Penelitian

1.6.2.1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.¹⁵

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data saham dan laporan keuangan perusahaan di *Jakarta Islamic Index*.

¹⁴ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003, hlm. 89.

¹⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta. Kencana, 2006, hal. 122.

1.6.2.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Dokumentasi

Metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Penulis mengumpulkan bahan-bahan yang diperlukan berupa dokumen yang terdapat di perusahaan.

2. Studi Kepustakaan

Penulis melakukan kajian literatur melalui studi kepustakaan sebagai pendukung teoritis dalam melaksanakan penelitian ini.

1.6.2.3 Populasi dan Sampel

Target populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic index* selama periode Tahun 2011 – Tahun 2014. Periode tersebut ditentukan karena menggambarkan kondisi yang terbaru. Oleh karena itu, diharapkan hasil dari penelitian ini akan lebih relevan. Sedangkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Penarikan sampel *purposive* adalah penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹⁶

Pertimbangan tersebut didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian. Kriteria yang dipakai dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks JII Periode Tahun 2011 – Tahun 2014.
2. Perusahaan tersebut mempublikasikan laporan tahunan di website BEI.

¹⁶ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Dasar*, Salemba Empat, Jakarta, 2009.

3. Perusahaan tersebut mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan.

Dengan kriteria di atas, maka sampel dari penelitian ini yaitu sebanyak 108 dari 27 perusahaan dalam periode tahun.

1.6.3 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau mengukur variabel tersebut.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*Independent Variable*), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif ataupun negatif.¹⁷ Variabel dinyatakan dengan X. Dalam penelitian ini, pengungkapan CSR dinyatakan sebagai Variabel X.
2. Variabel terikat (*Dependent Variable*), merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam variabel.¹⁸ Variabel terikat dinyatakan dalam Y. Dalam penelitian ini harga saham dinyatakan sebagai Variabel Y.

¹⁷ Uma Sekaran, *Research Methods For Bussiness*, Bandung, Remaja Posda Karya, 2004, hlm. 117.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 118.

Tabel 1.1
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Indikator | Alat Ukur | Skala |
|--|--|--|--------------|
| Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X) Variabel Independen | Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) menggunakan “variabel <i>Dummy</i> ”, angka 1 diberikan bila item “diungkapkan” dan angka 0 diberikan bila item “tidak diungkapkan”. | $CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$ | Kategori |
| Harga Saham (Y) Variabel Dependen | Perubahan harga pasar suatu saham dari waktu ke waktu. Yaitu harga saham penutupan yang terjadi dalam satu tahun | Harga Saham Periode Sekarang (Pit) Harga Saham Periode Lalu (Pit-1) $R_i = Pit - Pit1$ | Rasio |

1.6.4 Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah dengan metode kuantitatif dengan teknis analisis korelasi. Korelasi merupakan teknik analisis data untuk mengetahui apakah terdapat hubungan di antara dua variabel, dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Data yang digunakan bisa kualitatif maupun kuantitatif, yang masing-masing mempunyai ukuran korelasi yang berbeda.¹⁹

1.6.4.1 Uji Hipotesis

Rumusan hipotesis statistik untuk mengetahui hubungan korelasi adalah sebagai berikut :

¹⁹ Nunung Nurhayati dan Tasya Aspiranti, *Statistika Bisnis*, Bandung, 2007, hlm.22.

H₀: Tidak terdapat hubungan (korelasi) antara *Corporate Social Responsibility* dengan perubahan harga saham.

H₁: Terdapat hubungan (korelasi) antara *Corporate Social Responsibility* dengan perubahan harga saham.²⁰

1.6.4.2 Koefisien Determinasi (R-Squares)

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai yang dihasilkan akan menunjukkan model kuat atau lemah.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pembuatan, penulis membuat sistematika penulisan seperti berikut :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II : TEORI YANG BERKAITAN DENGAN PENELITIAN

Dalam Bab II berisi tentang teori yang berkaitan dengan judul penelitian.

3. BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN CSR

Dalam Bab III akan membahas mengenai gambaran umum perusahaan berupa profil singkat dari masing-masing perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* dan pengungkapan CSR setiap perusahaan.

²⁰ *Ibid*, hlm. 24.

4. BAB IV : ANALISIS DATA

Bab IV berisi tentang hasil dari analisis dan pengujian yang dilakukan terhadap data yang ada disertai analisis tentang hasil tersebut.

5. BAB V : PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dan saran dari peneliti.

