

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sangat penting untuk diungkapkan karena dapat dipakai sebagai sumber informasi dan bahan acuan yang sangat berguna bagi penulis.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun/Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nurwahidah/ 2016/ Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Untuk mengetahui pengaruh penerapan corporate social responsibility terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Menunjukkan bahwa variabel <i>corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap <i>return on asset</i> (ROA) dan juga berpengaruh positif signifikan terhadap <i>return on equity</i> (ROE)
2.	Kamaludin/ 2010/ Pengaruh	Untuk menguji pengaruh	Menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan

“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS DAN HARGA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRY BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2015-2016)”

Author: Patricia Meyana Dikpasari NPK: A.2014.1.32885

	Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas dan Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Profitabilitas ROA dan ROE serta reputasi perusahaan yang diukur dari harga saham	tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan high profile, tetapi tidak berpengaruh terhadap ROA pada perusahaan low profile. Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap ROE dan harga saham baik pada perusahaan high profile maupun low profile.
3.	Maria Adela Judith Larasati dan Brady Rikumahu/ 2012/ Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Produsen Rokok di Indonesia	Untuk mengetahui pengungkapan tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility dengan pengukuran philanthropic (Carroll, 1991) terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan net profit margin, dan terhadap profitabilitas yang diukur	Menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas baik yang diukur menggunakan Net Profit Margin (NPM) maupun Return On Equity (ROE)

		menggunakan Return On Equity (ROE)	
4.	Hana Fatasia/ 2016/ Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Harga Saham (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014)	untuk menguji pengaruh pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap harga saham. Penelitian ini juga menguji pengaruh perusahaan industri sensitif lingkungan terhadap hubungan antara pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dengan harga saham. Penelitian ini juga menguji dampak kombinasi informasi akuntansi dan informasi non-akuntansi.	menunjukkan bahwa pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh secara positif terhadap harga saham. Namun, hasil penelitian tidak menunjukkan adanya pengaruh perusahaan industri sensitif lingkungan terhadap hubungan antara pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dengan harga saham.
5.	Dewa Sanchaya Nistantya/ 2010/ Pengaruh Corporate	untuk memaksimalkan laba tetapi juga dituntut	menunjukkan bahwa selama periode 2007-2009 untuk biaya

	Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang Listing di BEI tahun 2007-2009)	untuk lebih mengakomodasi kebutuhan masyarakat dan <i>stakeholder</i> -nya. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris pengaruh CSR terhadap profitabilitas.	kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, dan biaya bina lingkungan berpengaruh positif terhadap ROA. Untuk hasil penelitian secara simultan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). profitabilitas.
6.	Giovanni Anizza Putri/ 2013/ Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada	untuk mengetahui pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang terdiri dari pengungkapan CSR-Ekonomi, CSR-lingkungan, dan	menunjukkan bahwa (1) CSR-Ekonomi yang diukur dengan CSRDIEkonomi dalam pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh

<p>Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011)</p>	<p>CSR-sosial terhadap harga saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011.</p>	<p>signifikan terhadap harga saham (2) CSR-Lingkungan dikeluarkan dari model persamaan regresi karena tidak memenuhi uji persyaratan analisis regresi linearitas dan multikolinearitas (3) CSR-Sosial yang diukur dengan CSRDISosial dalam pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham (4) CSR-Ekonomi dan CSR-Sosial dalam pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> secara bersama-sama berpengaruh</p>
---	--	--

			signifikan terhadap harga saham
--	--	--	---------------------------------

B. Landasan Teori

a. Profitabilitas

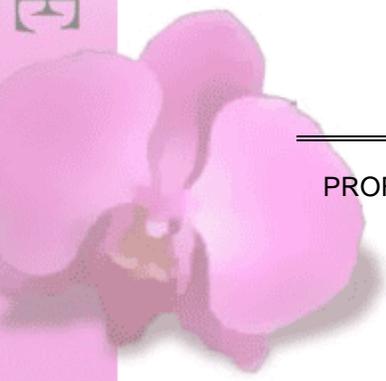
Rasio Profitabilitas merupakan rasio utama dalam seluruh laporan keuangan, karena tujuan utama perusahaan adalah hasil operasi/ keuntungan. Keuntungan adalah hasil akhir dari kebijakan dan keputusan yang diambil manajemen. Rasio keuntungan akan digunakan untuk mengukur keefektifan operasi perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan. Rasio profitabilitas sangat penting bagi semua pengguna laporan tahunan, khususnya investor ekuitas dan kreditor. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai efek / sekuritas. Pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas. Bagi kreditor, laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok.

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Menurut Kasmir (2011:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profitable). Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor,

pemilik perusahaan, dan terutama sekali dari pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan karena disadari benar betapa pentingnya arti dari profit terhadap kelangsungan dan masa depan perusahaan.

Van Horne dan Wachowicz (2005:222) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (gross profit margin) dan margin laba bersih (net profit margin). Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (return on total assets) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (return on equity). Menurut Mahdiyah (2008) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

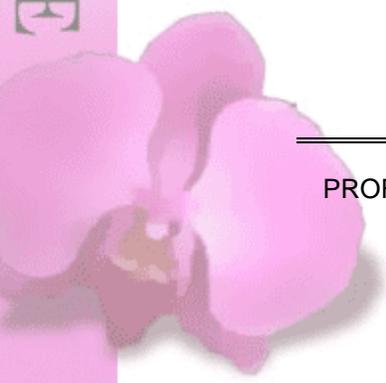
ROE merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham. Dalam perhitungannya secara umum ROE dihasilkan dari pembagian laba dengan ekuitas selama satu tahun terakhir. ROE (Return On Equity) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. ROE sangat bergantung pada besar kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang



relative kecil, sehingga ROE yang dihasilkanpun kecil , begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar.

ROE (Return On Equity) membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan (Van Horne dan Wachowicz, 2005:225). Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif. Menurut Tandelilin (2002:269),”ROE (Return On Owners Equity) mereflesikan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas dana yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham (baik secara langsung atau dengan laba yang telah ditahan)”. ROE sangat menarik bagi pemegang saham maupun calon pemegang saham , dan juga bagi manajemen Karen arsiro tersebut merupakan ukuran atau indicator penting dari shareholders value cration, artinya semakin tinggi rasio ROE , semakin tinggi pula nilai perusahaan, hal ini tentunya merupakan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut.

Brigham, Enhardt (2005:225), “ROE (Return On Equity) mengukur daya perusahaan untuk menghasilkan laba pada investasi nilai buku pemegang saham”. Menurut Gibson (2001:294),” Return On Equity measures the return to the common stockholders the residual owner”. Pengembalian laba atas ekuitas yang terdiri dari saham biasa (Return On Common equity) merupakan alat ukur terhadap pengembalian laba kepada pemegang saham biasa. Rasio ini menggambarkan berapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik karena berarti posisi



pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya.

Rumus ROE (Return On Equity) adalah sebagai berikut :

$$\text{ROE (Return on Equity)} = \frac{\text{Net income}}{\text{Average equity}}$$

Hasil perhitungan ROE mendekati 1 menunjukkan semakin efektif dan efisien penggunaan ekuitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan, demikian sebaliknya jika ROE mendekati 0 berarti perusahaan tidak mampu mengelolah modal yang tersedia secara efisien untuk menghasilkan pendapatan. Seperti rasio keuangan tradisional pada umumnya ROE tidak mempertimbangkan unsure resiko dan jumlah modal yang diinvestasikan karena ROE hanya melihat sisi laba dan jumlah saham yang beredar.

b. Harga Saham

(1) Pengertian Saham

Menurut Martono dan Harjito (2005: 367) saham adalah surat bukti atau tanda penyertaan modal pada suatu perseroan terbatas. Menurut Eduardus Tandelilin (2007: 18) dalam Ervinah (2012: 24) pengertian saham 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”.

Sedangkan menurut Charles P. Jones (2007: 39) saham biasa mewakili persentase kepemilikan perusahaan, atau ekuitas pemegang saham. Dapat ditarik kesimpulan saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan, selembarnya adalah selembarnya kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemiliknya (berapa pun persentasenya/jumlahnya) dari suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut.

(2) *Harga Saham*

Weston dan Brigham (1993) dalam Mudji dan Mudjilah (2003:125) mendefinisikan harga saham sebagai harga dimana suatu saham dijual di bursa. Harga saham sering dicatat berdasarkan perdagangan terakhir pada hari bursa sehingga sering disebut harga penutupan, oleh karena itu harga saham diukur dari harga resmi berdasarkan transaksi penutupan terakhir pada hari bursa (Mudji dan Mudjilah, 2003: 125).

Faktor-faktor yang memengaruhi harga saham, Weston dan Brigham (2001: 26) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham adalah sebagai berikut:

a) *Earning per Share*

Investor yang berinvestasi dalam suatu perusahaan dengan memiliki saham perusahaan tersebut, akan menerima laba atas sahamnya. Semakin tinggi laba per saham yang dihasilkan maka para investor akan makin percaya bahwa perusahaan akan memberikan pengembalian yang cukup baik, hal ini akan mendorong investor untuk

menambah investasinya pada perusahaan tersebut, sehingga harga saham perusahaan makin meningkat.

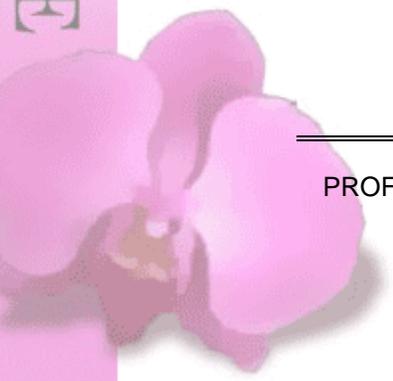
b) Tingkat Bunga

Tingkat bunga mempengaruhi harga saham dengan:

1. Memengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dan obligasi, jika suku bunga naik, maka investor akan mendapatkan hasil yang lebih besar dari obligasi, sehingga investor akan menjual saham mereka dan menukarnya dengan obligasi. Penjualan saham akan menurunkan harga saham, dan juga sebaliknya.
2. Memengaruhi laba perusahaan, hal ini terjadi jika karena
 - (1) bunga adalah biaya, makin tinggi bunga, makin rendah laba perusahaan dan
 - (2) suku bunga memengaruhi kegiatan ekonomi sehingga akan memengaruhi laba perusahaan.

c) Jumlah Kas Dividen yang Dibagikan

Kebijakan dalam membagikan dividen ada dua, pertama laba perusahaan dibagikan kepada pemegang saham dengan membagi dividen, dan sisanya laba lainnya akan disisihkan sebagai laba ditahan. Peningkatan pembagian dividen merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham karena jumlah kas dividen yang besar diinginkan oleh investor, sehingga investor akan menambah jumlah kepemilikan saham, sehingga harga saham akan meningkat.



d) Jumlah Laba yang Didapat Perusahaan

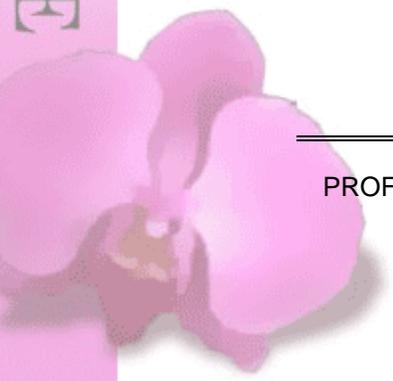
Informasi laba yang didapat perusahaan tercantum pada laporan keuangan. Pada umumnya investor melakukan investasi di perusahaan yang menghasilkan profit yang cukup baik karena mencerminkan kinerja perusahaan, dan prospek yang lebih baik dimasa datang sehingga investor tertarik untuk berinvestasi. Investasi yang bertambah di suatu perusahaan karena banyaknya investor yang tertarik pada saham perusahaan tersebut akan meningkatkan penawaran terhadap saham yang akibatnya akan menaikkan harga saham perusahaan.

e) Tingkat Risiko dan Tingkat Pengembalian

Jika tingkat risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan perusahaan meningkat, maka akan memengaruhi harga saham perusahaan. Biasanya makin tinggi risiko maka makin tinggi pula tingkat pengembalian yang diharapkan investor (*high risk high return*). Tingkat pengembalian yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk membeli saham suatu perusahaan, pengembalian ini dapat berupa dividen. Dividen yang tinggi ini akan menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan. Minat yang tinggi dari investor akan meningkatkan penawaran terhadap saham yang selanjutnya juga akan menaikkan harga saham perusahaan.

c. CSR (Corporate Social Responsibility)

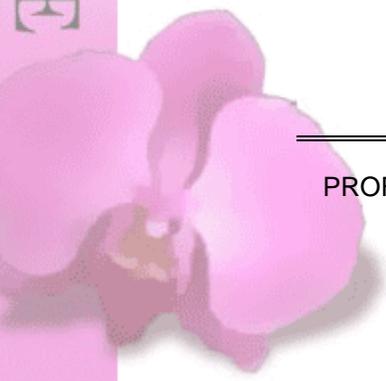
Setiap perusahaan memiliki cara pandang yang berbeda terhadap CSR, dan dari cara pandang inilah yang bisa dijadikan sebagai indikator untuk menilai kesungguhan perusahaan tersebut dalam upaya untuk bertanggung



jawab mengembangkan lingkungan sekitarnya, atau hanya menjadikan CSR sebagai upaya untuk membuat pencitraan di lingkungan masyarakat (Wibisono:2007). Corporate Social Responsibility (CSR) itu sendiri merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Wibisono,2007:7).

CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya. Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR ini menjadi tren seiring dengan maraknya kepedulian dari masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial. Seperti saat ini bank-bank di Eropa mengatur regulasi dalam masalah pinjaman dimana bank-bank di Eropa hanya akan memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik. CSR bukan hanya sekedar kewajiban, tapi lebih dari sekedar kewajiban, CSR yang diimplementasikan oleh sebuah perusahaan harus berasal dari dorongan yang tulus. Banyak perusahaan yang kini telah menyadari bahwa tanggungjawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya saja, melainkan juga sebagai bentuk tanggungjawab akan sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan.

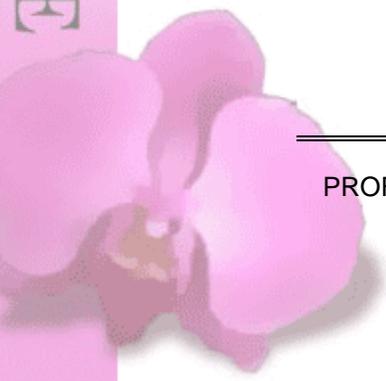
CSR di Indonesia datang diakhir dekade 1990-an. Kondisi penting yang melahirkan CSR di Indonesia karena gerakan sosial berupa tekanan dari LSM lingkungan, LSM buruh, serta LSM Perempuan. Selain itu adanya kesadaran untuk menjalankan praktik CSR dari perusahaan. Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-



Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. *CSR (Corporate Social Responsibility)* adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap social maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR dimulai sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar profitability perusahaan. Kegiatan CSR akan menjamin keberlanjutan bisnis yang dilakukan. Hal ini disebabkan karena :

1. Menurunnya gangguan social yang sering terjadi akibat pencemaran lingkungan, bahkan dapat menumbuh kembangkan dukungan atau pembelaan masyarakat setempat.
2. Terjaminnya pasokan bahan baku secara berkelanjutan untuk jangka panjang.
3. Tambahan keuntungan dari unit bisnis baru, yang semula merupakan kegiatan CSR yang dirancang oleh korporat.



Adapun 5 pilar yang mencakup kegiatan CSR yaitu:

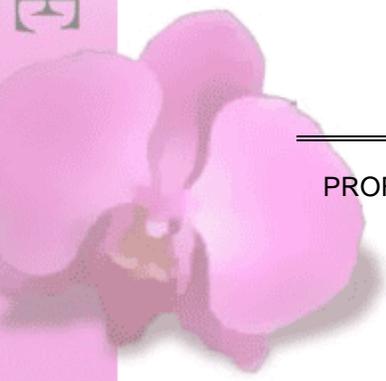
1. Pengembangan kapasitas SDM di lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan masyarakat sekitarnya.
2. Penguatan ekonomi masyarakat sekitar kawasan wilayah kerja perusahaan.
3. Pemeliharaan hubungan relasional antara korporasi dan lingkungan sosialnya yang tidak dikelola dengan baik sering mengundang kerentanan konflik.
4. Perbaikan tata kelola perusahaan yang baik
5. Pelestarian lingkungan, baik lingkungan fisik, social serta budaya.

Berikut ini adalah manfaat CSR bagi masyarakat:

1. Meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan.
2. Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut.
3. Meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum.
4. Adanya pembangunan desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Berikut ini adalah manfaat CSR bagi perusahaan:

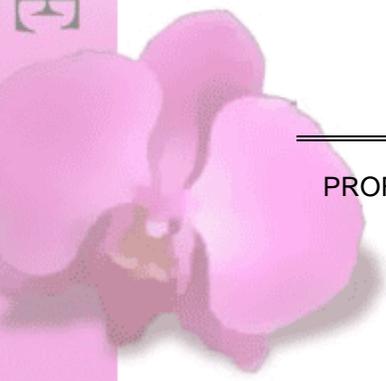
1. Meningkatkan citra perusahaan.
2. Mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain.
3. Memperkuat brand merk perusahaan dimata masyarakat.
4. Membedakan perusahaan tersebut dengan para pesaingnya.
5. Memberikan inovasi bagi perusahaan



Berikut definisi CSR menurut beberapa pakar sebagai berikut :

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi stakeholder-nya yang terkena pengaruh baik langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan (Nursahid, 2006). World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan Corporate Social Responsibility sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Iriantara, 2004, p.49). “Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan” (Kotler & Nancy, 2005,p.4).

Menurut ISO 26000, CSR adalah: *“Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3, 2007).”* Menurut Kotler dan Nancy (2005) Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan. Menurut CSR Forum (Wibisono, 2007) Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan

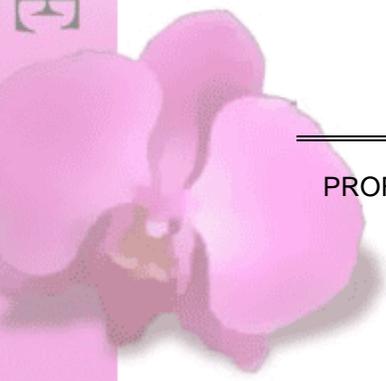


sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Kast (2003:212) mendefinisikan Tanggung jawab sosial (Social Responsibility) sebagai bentuk keterlibatan dari organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan dan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan tunjangan untuk pendidikan dan kesenian. Hal ini didasari pemikiran bahwa semua organisasi adalah sistem yang bergantung pada lingkungannya dan karena ketergantungan itulah maka suatu organisasi perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat. The World Business Council for Sustainable Development didalam Rahman (2009:10) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.

Reza Rahman memberikan 3 (tiga) defenisi CSR sebagai berikut:

1. Melakukan tindakan sosial (termasuk kepedulian terhadap lingkungan hidup, lebih dari batas-batas yang dituntut dalam peraturan perundang-undangan;
2. Komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat yang lebih luas; dan
3. Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan

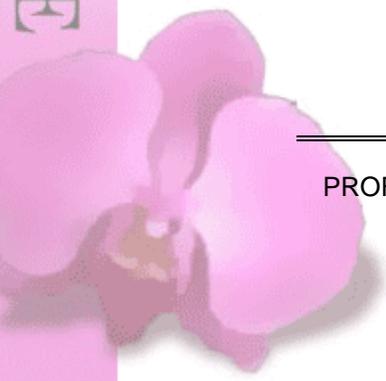


tersebut, berikut komunitas setempat (*local*) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup;

Dari pendapat pakar diatas dapat dikatakan bahwa Corporate Social Responsibility adalah Suatu tindakan yang bersifat sukarela maupun yang telah diatur undang – undang, dengan tujuan untuk menunjukkan sifat kepedulian sebuah perusahaan maupun lembaga terhadap karyawan, masyarakat sekitar perusahaan, masyarakat luas, lingkungan sekitar perusahaan/lingkungan secara luas sebagai komitmen tanggung jawab berkelanjutan perusahaan dengan menyisihkan sejumlah dana untuk kemanusiaan. Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Coporate Governance*).

Menurut Bhatt, 2002 : 6) terdapat tiga alasan mengapa perusahaan melakukan CSR

1. Perusahaan setidaknya harus patuh (*comply*) terhadap peraturan nasional. Demikian pula dengan multinasional yang harus mematuhi ketentuan hukum, kesepakatan, konvensi ataupun standar internasional yang berlaku.
2. *Risk minimisation*. Lebih dari sekedar kepatuhan, perusahaan harus menyadari *impact* nyata dan *impact* potensial secara sosio ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan pada kesadaran inilah, perusahaan harus mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dari operasi perusahaan atau dari rekanan bisnisnya.

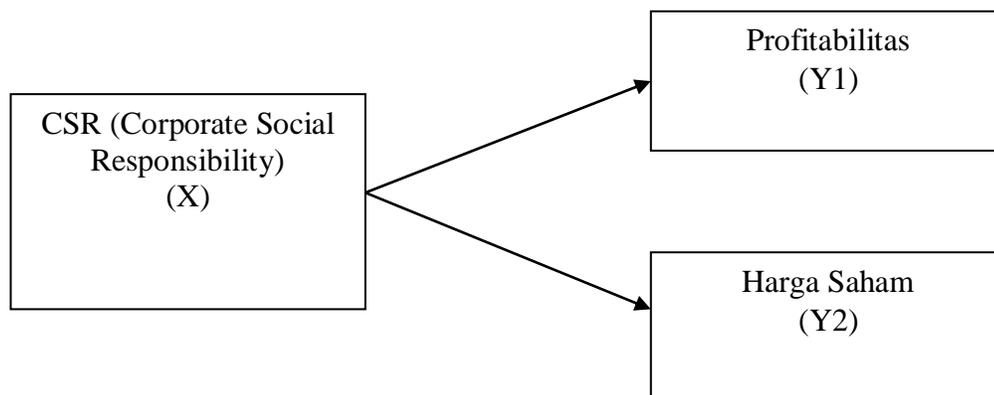


Value Creation. Lebih dari sekedar kepatuhan dan meminimalisasi kerusakan, perusahaan dapat menciptakan “*positive social value*” dengan melibatkan masyarakat di dalamnya (*engage in*), seperti inovasi investasi sosial (*innovative social investment*), konsultasi dengan stakeholders, dialog kebijakan (*policy dialogue*), dan membangun istitusi masyarakat (*building civic institution*), baik secara mandiri ataupun bersama dengan perusahaan lain.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Pikir Penelitian

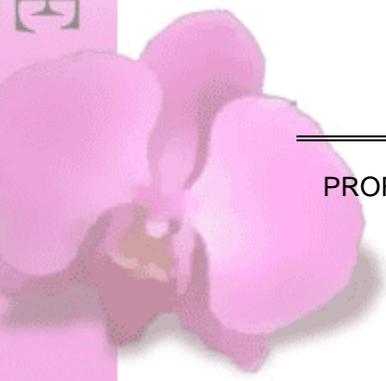


D. Pengembangan Hipotesis

a. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor didalam berinvestasi. Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan.

Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian Dahli dan Siregar (2008) juga mengindikasikan bahwa

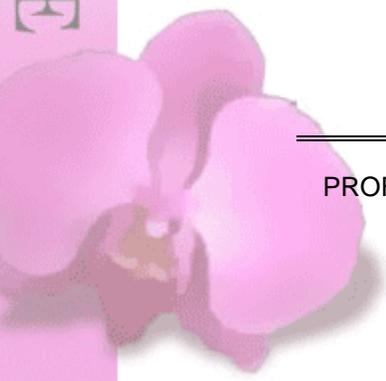


perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan.

b. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Harga Saham Perusahaan

Indikator ekonomi tercermin dari performa finansial perusahaan yang terdapat di laporan keuangan perusahaan. Performa finansial ini dapat diukur dari pendapatan perusahaan, biaya yang dikeluarkan, rasio-rasio keuangan, profit perusahaan, dividen yang dibagikan, dan lain-lain. Beberapa diantaranya merupakan faktor yang memengaruhi harga saham, seperti profit dan dividen yang dibagikan. Makin baik kinerja ekonomi perusahaan, akan makin menarik perhatian investor untuk membeli saham perusahaan karena merupakan prospek yang baik bagi perusahaan, dan pengembalian yang baik bagi investor, sehingga akan menaikkan harga saham perusahaan. Lingkungan di mana perusahaan beroperasi merupakan salah satu hal yang memiliki andil bagi kesuksesan perusahaan. Semakin baik perusahaan peduli terhadap lingkungan, akan semakin menaikkan simpati dari masyarakat dan investor. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan juga ikut menjaga kelestarian



lingkungan, yang akan menarik minat investor untuk membeli harga saham perusahaan.

Kinerja sosial perusahaan dapat mendukung kinerja finansial perusahaan, karena semakin baik posisi perusahaan di lingkungan sosial, akan menumbuhkan loyalitas dari pekerja, masyarakat, dan bahkan investor perusahaan. Hal ini akan menaikkan penawaran terhadap perusahaan, yang akan menaikkan harga saham perusahaan. Indikator ekonomi, lingkungan, dan sosial secara bersama-sama akan diungkapkan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan yang akan digunakan investor dalam mendapatkan informasi dan mengambil keputusan dalam investasi. Makin luas pengungkapan tersebut, investor akan makin mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan membuat keputusan investasi yang tepat. Makin baik hasil yang dicapai perusahaan dalam ketiga indikator tersebut akan membuat investor makin tertarik untuk melakukan penawaran dan membeli saham perusahaan, sehingga makin banyak permintaan atas saham tersebut, akan makin menaikkan harga saham perusahaan.

H2 : *Corporate Social Responsibility* akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

