

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN RASIO PROFITABILITAS TERHADAP HARGA SAHAM PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

Indra Sulistiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Banten

sulistianaindra@yahoo.com

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of disclosure of social responsibility (Corporate Social Responsibility) and profitability ratio to the stock price. Samples were selected by purposive sampling method, as many as 23 manufacturing companies in chemical and basic industries. This study uses multiple regression analysis to test the hypothesis. However, previous test is conducted prior to classical assumption. The test results together against the hypothesis shows there are influence between corporate social responsibility disclosure on stock prices. The test results show that H_{a1} partially accepted, which means there is influence between corporate social responsibility disclosure on stock prices while H_{a2} rejected because t arithmetic $<$ t table, which means there is no effect between profitability to stock prices.

Keywords: *corporate social responsibility, profitability, stock prices.*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) dan rasio profitabilitas terhadap harga saham. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling, sebanyak 23 perusahaan manufaktur di industri dasar dan kimia. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis. Namun, tes sebelumnya dilakukan sebelum asumsi klasik. Hasil pengujian bersama terhadap hipotesis menunjukkan ada pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap harga saham. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_{a1} diterima sebagian, yang berarti ada pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap harga saham sementara H_{a2} ditolak karena t hitung $<$ t tabel, yang berarti tidak ada pengaruh antara profitabilitas terhadap harga saham.

Kata Kunci: *corporate social responsibility, profitabilitas, harga saham.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (tanggung jawab sosial perusahaan) dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. *CSR* sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam kegiatan operasionalnya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan, karena dari laba perusahaan akan dapat diketahui kemampuan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban bagi para investornya dan juga merupakan elemen penting dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospeknya pada masa yang akan datang. Tingkat profitabilitas perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan yang secara periodik di up

date sebagai salah satu kewajiban perusahaan publik yang *listed* di Bursa Efek Indonesia. Tingkat profitabilitas perusahaan pada analisis fundamental biasanya diukur dari beberapa aspek, pada perusahaan publik yang *listed* pada Bursa Efek Indonesia, rasio keuangan yang sering dipakai dalam menganalisis perubahan harga suatu saham adalah ROE (*Return on Equity*), ROA (*Return on Assets*), dan EPS (*Earning per Share*). *Return on equity* atau *return on net worth* mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba yang tersedia bagi pemegang saham.

Dari fenomena inilah, penulis ingin meneliti bahwa pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan tingkat profitabilitas untuk pengambilan keputusan jangka panjang perusahaan, yang dapat diukur dari harga saham. Sedemikian rendahnya kepedulian sosial di perusahaan-perusahaan Indonesia dan kepedulian investor dalam pengambilan keputusan menjadi sebuah fenomena menarik untuk diteliti dan untuk mengetahui tentang pemahaman perusahaan-perusahaan di Indonesia atas tanggung jawab sosial dan profitabilitas sehubungan dengan pengungkapannya dalam laporan keuangan yang mempengaruhi hargasaham. 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. Selebar saham mempunyai nilai atau harga. Karena saham-saham itu diperdagangkan di pasarmodal, maka dibutuhkan suatu sistem penilaian sebagai tolok ukur baik buruknya saham tersebut dengan pasarsaham.

KERANGKA TEORITIS

Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR menurut Harahap (2006) merupakan bagian strategi bisnis korporasi yang berkaitan dengan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Dalam perkembangannya, konsep *CSR* memang tak memiliki definisi tunggal. Ini terkait implementasi dan penjabaran *CSR* yang dilakukan perusahaan yang juga berbeda-beda.

Idealnya, perusahaan yang menggelar program-program *CSR* juga membuat laporan sebagai fase akhir setelah serangkaian proses panjang dilewati; sejak desain, implementasi program, monitoring, hingga evaluasi. Manfaatnya, selain bisa digunakan untuk bahan evaluasi terpadu, juga bisa menjadi alat komunikasi dengan *stakeholders*, termasuk mitra bisnis dan kalangan investor (Harahap, 2006).

Darwin (2004) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal & Ahmed (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sbb.:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Tujuan dan Tema Pengungkapan Sosial

Tujuan Pengungkapan Sosial

Tujuan pengungkapan menurut *Securities Exchange Commission (SEC)* dikategorikan

menjadi dua yaitu : a) *Protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor. b) *Informative disclosure* yang bertujuan untuk memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan. Selain itu tujuan pengungkapan dalam hal ini yang berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah menyediakan informasi yang memungkinkan dilakukan evaluasi pengaruh perusahaan terhadap masyarakat. Pengaruh kegiatan ini bisa bersifat negatif, yang berarti menimbulkan biaya sosial pada masyarakat, atau positif yang berarti menimbulkan manfaat sosial bagi masyarakat (Yuningsih, 2001).

Tema Pengungkapan Sosial

Kategori *corporate social disclosures* menurut William (2002) meliputi 5 (lima) tema antara lain: *environment, energy, human resources and management, products and customers, dan community*. Brammer, dkk (2006) melakukan pengukuran CSR dengan mempertimbangkan tiga parameter CSR yaitu : *employment, environment dan community* sedangkan Menurut Darwin (2004), pengungkapan informasi sosial dikelompokkan menjadi 6 kelompok sesuai dengan kategori informasi sosial yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, praktik kerja, hak manusia, sosial, tanggung jawab terhadap produk seperti yang tertulis dalam jurnal Anggraini (2006).

Zuhroh (2003) menyebutkan tema –tema yang termasuk dalam wacana Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial adalah : a) tema kemasyarakatan, tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya. b) tema produk dan konsumen, tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk dan jasa, antara lain pelayanan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya. c) tema ketenagakerjaan, temaini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut, aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi. d) tema lingkungan, tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber dayaalam.

Pengertian Saham

Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Wujud saham adalah selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan tersebut (*Darmadji dan Fakhruddin, 2001*).

Menurut Weston dan Copeland (1998) Saham adalah tanda penyertaan modal pada perseroan terbatas seperti yang telah diketahui bahwa tujuan pemodal membeli saham untuk memperoleh penghasilan dari saham tersebut. Masyarakat pemodal itu dikategorikan sebagai investor dan spekulator. Investor disini adalah masyarakat yang membeli saham untuk memiliki perusahaan dengan harapan mendapatkan *dividen* dan *capital gain* dalam jangka panjang, sedangkan spekulator adalah masyarakat yang membeli saham untuk segera dijual kembali bila situasi kurs dianggap paling menguntungkan seperti yang telah diketahui bahwa saham memberikan dua macam penghasilan yaitu *dividen* dan *capital gain*.

Jenis – Jenis Saham

Saham yang beredar di masyarakat terdapat dalam berbagai jenis. Adapun maksud dari pembagian ini adalah hanya untuk membedakan dari karakteristik saham itu sendiri. Menurut Martono dan Harjito (2007;367-368), saham dapat dibedakan menjadi:

1. Berdasarkan carapengalihannya

- a. Saham atas unjuk (*Bearerstock*)
Di atas sertifikat ini tidak dituliskan nama pemiliknya. Dengan pemilikan saham atas unjuk, seorang pemilik sangat mudah untuk mengalihkan atau memindahkannya kepada orang lain karena sifatnya mirip dengan uang. Pemilik saham atas unjuk ini harus berhati-hati membawa dan menyimpannya, karena jika saham tersebut hilang, maka pemilik tidak dapat memintagantinya.
 - b. Saham atas nama (*Registeredstock*)
Di atas sertifikat saham dituliskan nama pemiliknya. Cara peralihan dengan dokumen peralihan dan kemudian nama pemiliknya dicatat dalam buku perusahaan yang khusus memuat daftar nama pemegang saham. Jika saham tersebut hilang, pemilik dapat meminta gantinya.
2. Berdasarkan manfaatnya.
- a. Saham biasa (*Commonstock*)
Saham biasa selalu ada dalam struktur modal saham. Jenis-jenis saham biasa antara lain: saham biasa unggulan, saham biasa yang tumbuh, saham biasa yang stabil, dan lain-lain.
 - b. Saham preferen (*Preferredstock*)
Saham preferen terdiri dari beberapa jenis, antara lain: saham preferen kumulatif, saham preferen bukan kumulatif, dan lain-lain

Pengertian Harga Saham

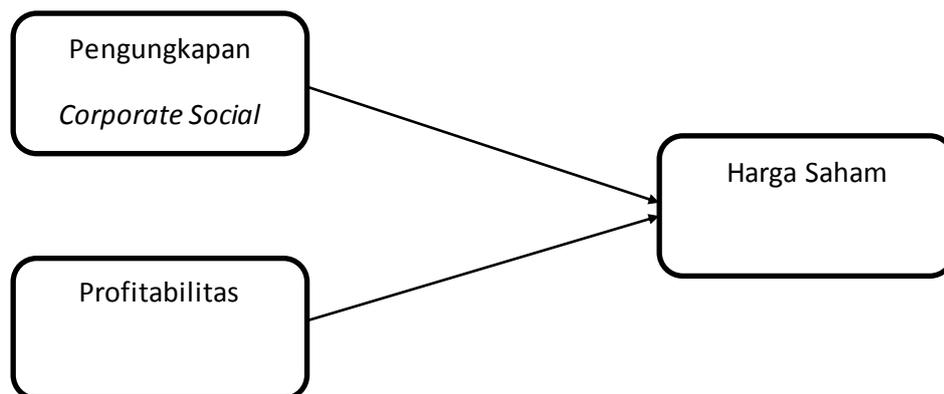
Karena saham-saham itu diperdagangkan di pasar modal, maka dibutuhkan suatu sistem penilaian sebagai tolok ukur baik buruknya saham tersebut dengan pasar saham. Menurut Rusdin (2006;68), harga pasar saham adalah: "Harga suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung, jika bursa sudah tutup maka harga pasar saham tersebut adalah harga penutupannya."

Sedangkan menurut Horne dan Wachowicz (2000;5), menyatakan bahwa : nilai harga pasar mencerminkan petunjuk atau kinerja bisnis yang menandakan bagaimana manajemen telah bekerja dengan baik. Apabila manajemen tidak bekerja dengan baik, maka para pemegang saham akan menjual saham mereka dan menginvestasikan pada perusahaan lain. Apabila para pemegang saham merasa kecewa, maka harga pasar per lembar dengan sendirinya akan turun. Berdasarkan pernyataan di atas dapat dikatakan bahwa harga pasar saham yang terbentuk di pasar ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Jika penawaran akan saham tinggi, maka harga saham tersebut akan naik.

Faktor yang Menentukan Perubahan Harga Saham

Faktor yang menentukan perubahan harga saham adalah karena jumlah permintaan dan penawaran akan saham yang terjadi di pasar bursa. Seperti yang dikemukakan oleh Martono dan Harjito (2007;373), "Harga saham sebagai komoditas perdagangan, tentu dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan. Pada gilirannya, permintaan dan penawaran merupakan manifestasi dari kondisi psikologi pemodal". Sedangkan menurut Arifin (2004;116-125), "Faktor yang menentukan perubahan harga saham yaitu kondisi fundamental emiten, permintaan dan penawaran, tingkat suku bunga, valuta asing, dana asing, indeks harga saham gabungan, dan rumors."

Kerangka Berfikir



Jadi model penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

dimana :

- Y = harga saham
- a = konstanta
- b = koefisien regresi
- x1 = pengungkapan *corporate social responsibility*
- x2 = profitabilitas

Hipotesis

- Ha1 :Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap harga saham.
- Ha2 :Profitabilitasberpengaruh signifikan terhadap harga saham.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup

Agar penelitian ini dapat memberikan pemahaman sesuai dengan yang diharapkan, maka dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa batasan yang ditetapkan, yaitu : 1) Objek penelitian hanya perusahaan manufaktur pada sektor industri dasar dan kimia; 2) Penelitian ini menggunakan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan proksi *Corporate Social Responsibility* Indeks, profitabilitas dengan proksi *Return On Assets (ROA)* dan Harga Saham dengan menggunakan harga *close prices*; 3) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 2, yaitu variabel independen & variabel dependen.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang sudah tersedia di suatu lembaga, dalam hal ini data yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data tersebut masih memerlukan pengolahan lebih lanjut agar dapat menjawab permasalahan yang ada.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dokumentasi melalui penelusuran internet atau kutipan langsung dari berbagai sumber.

Populasi, Sampel dan Teknik Pemilihan Sampel

Tabel 1
Penentuan Jumlah Sampel Berdasarkan Purposive Sampling

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang masuk kategori perusahaan manufaktur industri dasar dan kimia tahun 2012-2015	45
Perusahaan yang <i>delisting</i> tahun 2012-2015	(1)
Perusahaan yang tidak menyelesaikan kewajiban dan menyerahkan laporan tahunan periode 2012-2015	(22)
Perusahaan yang digunakan sebagai sampel akhir	23

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dengan memakai alat uji SPSS dan jumlah observasi (n) 92. Hasil statistik deskriptif ditampilkan tabel dibawah ini.

Tabel2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LN_CSRI	92	-1.47	-.42	-1.0819	.30433
LN_Profitabilitas	92	-7.52	-1.14	-3.0553	1.22202
LN_HS	92	3.91	10.13	6.9580	1.69480
Valid N (listwise)	92				

Sumber : Hasil pengujian SPSS Versi 23

Dari analisis statistik deskriptif diketahui nilai rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar -1,0819 sedangkan nilai maximum sebesar -0,42 dan minimumnya sebesar -1,47 dengan standar deviasi 0,30433. Untuk profitabilitas nilai rata-ratanya sebesar -3,0553 sedangkan nilai maximum sebesar -1,14 dan minimumnya sebesar -7,52 dengan standar deviasi 1,22202. Sedangkan nilai rata-rata harga saham sebesar 6,9580 sedangkan nilai maximum sebesar 10,13 dan minimumnya sebesar 3,91 dengan standar deviasi 1,69480.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Melihat hasil perhitungan nilai *Tolerance* (lihat lampiran 8) menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	LN_CSRI	.970	1.031
	LN_Profitabilitas	.970	1.031

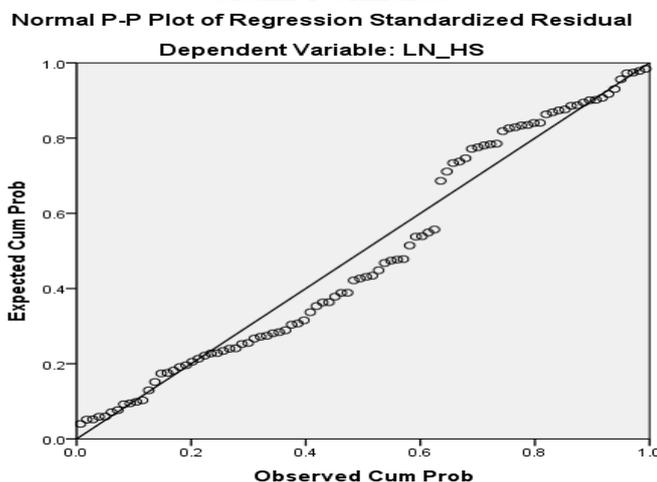
a. Dependent Variable: LN_HS

Sumber : Hasil pengujian SPSS Versi 23

Pengujian Normalitas Data

Dapat diketahui nilai dimana data terdistribusi secara normal. Nilai Z pada uji ini juga dapat dilihat dan paling sering digunakan sebagai indikator atau dengan melihat dari grafik normalitas. Dilihat berdasarkan grafik normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

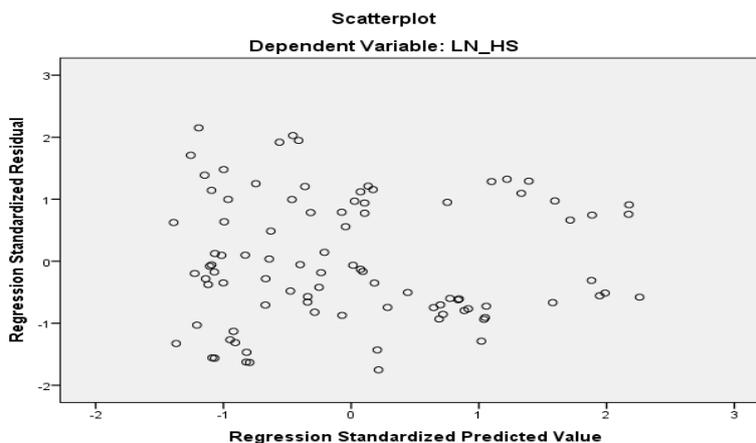
Gambar 1
Grafik Normalitas



Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi harga saham berdasarkan masukan variabel independen pengungkapan *corporate social responsiblity* dan profitabilitas.

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (D-W). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat ketentuan menurut Singgih Santoso (2012:241). Nilai Durbin-Watson penelitian ini sebesar 1,035 dan angka dw

tersebut diantara nilai -2 sampai +2 maka berarti tidak terdapat autokorelasi (Singgih;2012).

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.251 ^a	.063	.042	1.65896	1.035

a. Predictors: (Constant), LN_Profitabilitas, LN_CSRI

b. Dependent Variable: LN_HS

Analisis Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap Harga Saham

Tabel 5
Hasil Uji Regresi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.582	.723		11.872	.000
	LN_CSRI	1.337	.580	.240	2.304	.024
	LN_Profitabilitas	.058	.145	.042	.402	.689

a. Dependent Variable: LN_HS

Sumber : Hasil Pengujian SPSS Versi 23

Dari hasil uji regresi pada tabel 5 diperoleh untuk persamaan matematisnya yaitu :

$$Y = 8,582 + 1,337X_1 + 0,058X_2$$

dimana ;

Y = harga saham

x₁ = pengungkapan *corporate social responsibility*

x₂=profitabilitas

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 62-4-1 = 57 (n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel independent). Dengan signifikansi 0,05 hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 2,0025. Tabel distribusi f dicari dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) atau 5-1 = 4, dan df 2 (n-k-1) atau 62-4-1 = 57 (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independent), hasil yang diperoleh untuk f tabel sebesar 2,5335.

Berdasarkan uji F, diperoleh F hitung sebesar 3,219 yang nilainya lebih besar dari f tabel (2,5335), maka dihasilkan keputusan H_{a5} diterima. Hal ini mengindikasikan reaksi positif yang direspons oleh investor yang melihat bahwa jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan probabilitas, terlihat nilai signifikansi f sebesar 0,019 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 sehingga dihasilkan keputusan H_{a5} diterima yang artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap harga saham. Pada umumnya semua perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial namun hanya berbeda cara mengungkapkannya saja, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial tema kemasyarakatan, tema produk dan konsumen, tema ketenagakerjaan dan tema lingkungan berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Secara parsial, dimana untuk pengungkapan *corporate social responsibility* menghasilkan t hitung $< t$ tabel yaitu $2,304 < 1,9867$ maka H_{a1} diterima, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap harga saham. Untuk variabel profitabilitas t hitung $< t$ tabel yaitu $0,402 < 1,9867$ maka H_{a2} ditolak, artinya bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan antara profitabilitas terhadap harga saham.

Dari hasil pengujian regresi diperoleh bahwa untuk pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap harga saham sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, menyatakan bahwa h_{a1} terdapat pengaruh yang signifikan terhadap harga saham sedangkan h_{a2} menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap harga saham, namun secara simultan terdapat pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap harga saham.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial mempengaruhi harga saham yang akan memungkinkan muncul adanya reaksi dari pihak *stakeholder*. Reaksi *stakeholder* ini dan hasil penelitian ini memungkinkan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia yang belum mengungkapkan CSR untuk semakin menyadari akan pentingnya tanggung jawab sosial bukan hanya semata-mata hanya sebagian dari iklan atau hanya untuk memberi informasi yang relevan demi menjaga *image* perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu, keterbatasan pada jenis perusahaan yaitu perusahaan manufaktur saja. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan data laporan tahunan yang paling mutakhir untuk dapat menggambarkan kondisi yang paling terbaru. Selain itu, periode penelitian sebaiknya diperpanjang menjadi 5 periode *time series*. Disarankan untuk penelitian berikutnya memberikan bobot terhadap aktivitas CSR perusahaan. Pengukuran indeks CSR harus terus mengikuti perkembangan yang ada dari berbagai badan internasional yang terkait dengan CSR dan disesuaikan dengan keadaan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Ali. 2004. Analisis Tentang Pentingnya Tanggung Jawab dan Akuntansi Sosial Perusahaan (Studi Empiris di Medan).
- Brammer S, Brooks C, dan Pavelin S. 2006. Corporate Social Performance Terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan Hidup (Environment Disclosure) Pada Laporan Tahunan Perusahaan. www.dspace.fe.ed.
- Darwin. 2008. Dampak Tingkat Pengungkapan Informasi Perusahaan Terhadap Volume Perdagangan dan Return Saham: Penelitian Empiris Terhadap Perusahaan-Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.
- Martono, Harjito, Agus. 2007. Pengaruh Informasi Asimetri dan Disclosure Terhadap Cost of Capital. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.
- Rusdin. 2006. Pengertian Saham dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham.
- Santoso, Singgih. 2012. Latihan Statistik SPSS Parametrik. Elex Media Komputindo.
- William, S Mitchell, Carol-Anne Ho Wem Pei. 2002. Corporate Social Disclosure by Listed Companies On Their Website: An International Comparison. *The International Journal Of Accounting*.
- Yuningsih. 2001. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Publik. FE-UMM Malang.
- Zhegal, Ahmed. 2006. Perspektif Teori Akuntansi Keuangan Terhadap Masalah

Lingkungan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia.
Zuhroh D, Sukmawati. 2003. Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan High Profile di Bursa Efek Indonesia). Simposium Nasional Akuntansi VI.