

## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Dari penelitian Tambunan Joshua (2014), mengemukakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) berpengaruh terhadap harga saham perusahaan. Pengungkapan CSR dimensi masyarakat umum yang berpengaruh terhadap harga saham perusahaan. Sedangkan pengungkapan CSR dimensi lingkungan, pengungkapan CSR dimensi tenaga kerja, dan pengungkapan CSR dimensi produk masing-masing tidak memiliki pengaruh.

Penelitian yang dilakukan Munirotul Husna Laila (2010), menunjukkan bahwa pemilu legislatif 2009 berhubungan nyata dengan harga saham sektor *property* dan *real estate* dan terdapat perbedaan antara harga saham sebelum dan sesudah pemilu legislatif 2009 pada sektor *property* dan *real estate*.

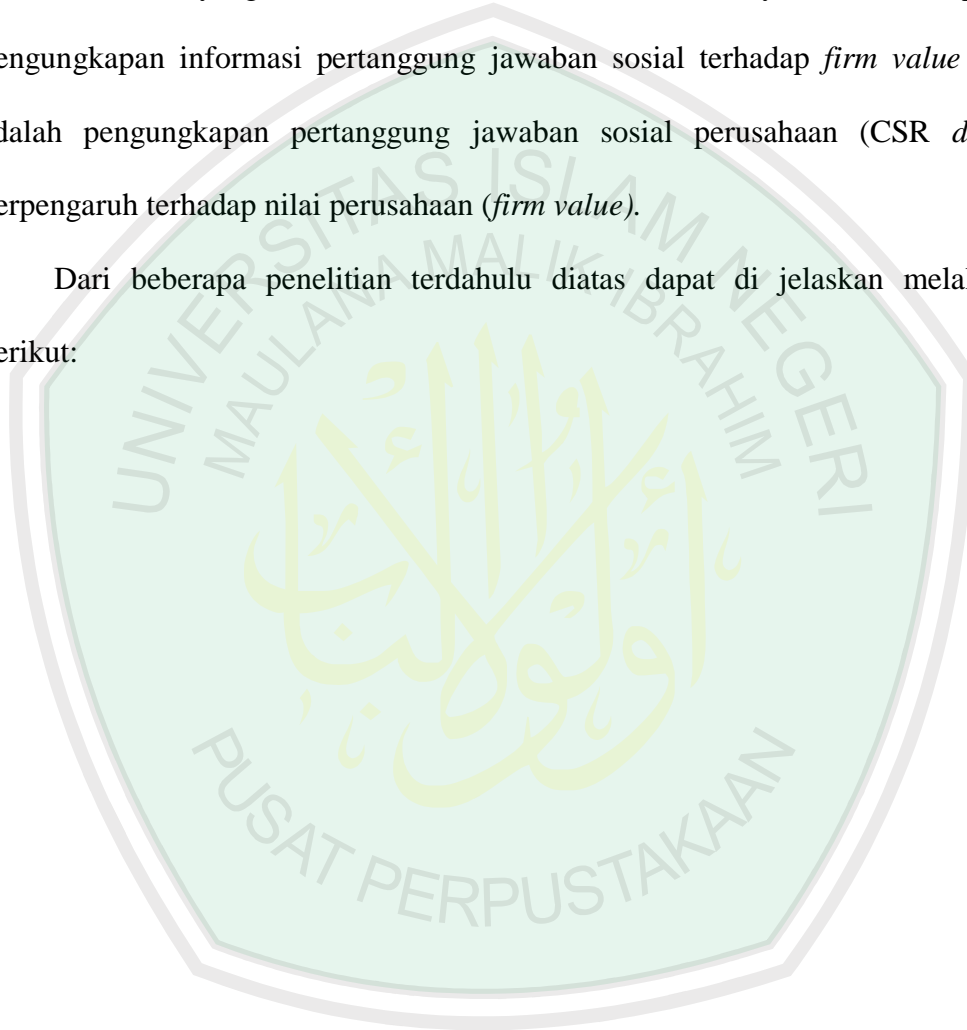
Yuliani Sri, (2010) dalam penelitiannya menyatakan CSR adalah suatu konsep yang menggambarkan tanggungjawab perusahaan terhadap kebijakan yang berdampak terhadap lingkungan.

Penelitian Zulfiansyah (2009), tentang perbedaan *return* saham sebelum dan sesudah pengumuman deviden tunai pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa tidak terdapat perbedaan *return* saham yang signifikan sebelum dan sesudah pengumuman deviden tunai.

Hasil penelitian Hanisa Rahmawati Lia (2009), menyebutkan bahwa penurunan harga BBM mempengaruhi secara signifikan terhadap harga saham pertambangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suranta Sri (2008) yaitu mencari pengaruh pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial terhadap *firm value* hasilnya adalah pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan (*CSR disclosure*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (*firm value*).

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas dapat di jelaskan melalui tabel berikut:



Untuk lebih memudahkan dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel. 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode Analisis	Hasil	Saran
1..	Tambunan Joshua (2014)	Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial ( <i>Corporate Social Responsibility/CSR</i> ) terhadap Harga Saham Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ-45 di BEI.	Untuk mengetahui pengaruh CSR beserta dimensi-dimensinya, yaitu CSR dimensi lingkungan, CSR dimensi tenaga kerja, CSR dimensi Produk, dan CSR dimensi masyarakat umum terhadap harga saham.	Menggunakan analisis regresi berganda, pengujian hipotesis menggunakan Uji-F (simultan) dan Uji-T (parsial), dengan metode <i>purposive sampling</i>	Terdapat pengaruh pengungkapan CSR dimensi masyarakat umum terhadap harga saham perusahaan. Sedangkan pengungkapan CSR dimensi lingkungan, pengungkapan CSR dimensi tenaga kerja, dan pengungkapan CSR dimensi produk masing-masing tidak memiliki pengaruh.	Menambah dimensi-dimensi yang belum di gunakan dalam penelitian ini.
2.	Munirotul Husna Laila (2010)	Analisis Perbedaan Harga Saham Sebelum dan Sesudah Pemilu Legislatif 2009 ( <i>event study</i> pada Sektor <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang listing di BEI).	Untuk mengetahui adanya hubungan antara pemilu legislatif 2009 dengan harga saham dan untuk mengetahui perbedaan harga saham sebelum dan sesudah pemilu legislatif.	Analisis <i>event study</i> , dengan waktu penelitian yaitu 12 hari, 6 hari sebelum dan 6 hari sesudah. Dan metode analisis statistik dengan metode <i>paired sample test</i> .	Terdapat hubungan antara Pemilu legislatif 2009 dengan harga saham dan terdapat perbedaan antara harga saham sebelum dan sesudah pemilu.	Menambahkan analisa antar sektor, penelitian peristiwa lainnya yang mempunyai nilai informasi makro, yaitu tidak mempengaruhi satu emiten tertentu saja.

3.	Yuliani Sri (2010)	CSR: Pertanggung Jawaban Publik Sektor Bisnis dan Implikasinya bagi Administrasi Publik	Menjelaskan bagaimana pertanggung jawaban publik sektor bisnis dan implikasinya bagi studi administrasi publik.	Deskriptif kualitatif penelitian kepustakaan,	Menyatakan CSR adalah suatu konsep yang menggambarkan tanggungjawab perusahaan terhadap kebijakan yang berdampak terhadap lingkungan.	
4	Zulfiansyah (2009)	Analisis Perbedaan <i>Return Saham</i> Sebelum dan Sesudah Pengumuman Dividen Tunai pada Perusahaan yang terdaftar di BEI.	Untuk mengetahui perbedaan <i>return</i> saham sebelum dan sesudah pengumuman dividen tunai .	Penelitian ini menggunakan uji beda dua rata-rata dari dua kelompok observasi yang berpasangan ( <i>t-test: paired two sample for means</i> )	Terdapat perbedaan <i>return</i> saham sebelum dan sesudah pengumuman dividen tunai.	Meneliti indikator lain selain <i>return</i> saham.
5.	Muwafikudin Akhmad (2009)	Analisis Pengaruh Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial terhadap Harga Saham dan <i>Abnormal Return</i> Saham.	Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan informasi tanggung jawab sosial terhadap harga saham dan <i>abnormal return</i> saham	Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear untuk menguji pengaruh variabel independen (CSRI) terhadap variabel dependen (harga saham dan <i>abnormal return</i> saham).	Pengungkapan informasi tanggungjawab sosial berpengaruh terhadap harga saham tidak berpengaruh terhadap <i>abnormal return</i> saham.	Memfokuskan sampel pada satu jenis perusahaan tertentu agar hasil penelitian dapat tergambar lebih spesifik.

6.	Hanisa Rahmawati Lia (2009)	Analisis Pengaruh Kebijakan Penurunan Tarif Bahan Bakar Minyak (BBM) terhadap Harga Saham Sektor Pertambangan. ( <i>Event Study</i> pada Kebijakan Penurunan Bahan Bakar Minyak (BBM) tanggal 15 januari 2006).	Untuk mengetahui pengaruh harga saham pertambangan pada tanggal penurunan harga BBM dengan hari-hari sebelum penurunan, mengetahui pengaruh harga saham pada saat penurunan dengan hari-hari sesudah penurunan, untuk mengetahui pengaruh harga saham antara sebelum, pada saat dan sesudah penurunan harga BBM.	Analisis deskriptif <i>one sample t-test</i> , sedangkan analisis statistik menggunakan metode <i>paired sample t-test</i> dan Anova.	Terdapat pengaruh harga saham pada tanggal penurunan harga BBM dengan hari-hari sebelum penurunan, tidak terdapat pengaruh harga saham pada saat penurunan dengan hari-hari sesudah penurunan, tidak terdapat pengaruh harga saham, pada saat dan sesudah penurunan harga BBM.	Penelitian pembandingan dengan variabel yang berbeda, misalnya terhadap harga saham sektor transportasi.
7.	Suranta Sri (2008).	Analisis Pengaruh Pengungkapan Informasi Pertanggung Jawaban Sosial (CSR) terhadap <i>Firm value</i> Perusahaan Manufaktur.	Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap <i>Firm value</i> .	Analisis dilakukan dengan regresi berganda ( <i>multiple regression analysis</i> ).	Terdapat pengaruh Pengungkapan CSR terhadap <i>Firm value</i> .	Sampel perusahaan diperluas untuk seluruh jenis perusahaan.

Sumber: jurnal skripsi (data diolah peneliti)

Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu:

No.	Perbedaan	Persamaan
1.	Waktu pengamatan Penelitian terdahulu Waktu penelitian 14 hari, 7 hari sebelum dan 7 hari sesudah, dan 12 hari, 6 hari sebelum dan 6 hari sesudah, penelitian ini 11 hari, 5 sebelum 1 pada saat, dan 1 sesudah.	Sama-sama melihat dampak dari suatu peristiwa terhadap pergerakan harga saham.
2.	Alat uji Penelitian terdahulu Menggunakan uji statistik <i>paired sample test</i> hanya sebelum dan sesudah peristiwa. Penelitian ini menggunakan uji <i>paired sample test</i> dan anova, menggunakan uji regresi, regresi berganda dan deskripsi kualitatif.	
3.	Sektor industri Penelitian terdahulu mengambil sampel pada sektor pertambangan, <i>property</i> dan <i>real estate</i> , perusahaan yang terdaftar di BEI penelitian ini meneliti sektor manufaktur.	

Sumber: jurnal skripsi (data diolah)

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menganalisis perbedaan harga saham setelah terjadi peristiwa yang dapat mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan yaitu *event study* tetapi dengan peristiwa yang berbeda dan periode analisis yang berbeda.

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Ayuardhini, 2011).

Menurut Philip Kotler, dalam (Rachman Nurdizal M, 2011: 18). CSR dikatakan sebagai *Discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan akan berakibat merugikan diri sendiri. Namun hal ini bukanlah suatu peraturan yang diharuskan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikankontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Motif yang mendasari Perusahaan melakukan CSR terutama adalah motif manajemen. Dalam melakukan CSR perusahaan memiliki motif bermacam-macam. Menurut Michael E. Porter (2009) dalam (Rachman Nurdizal M, 2011: 84), ada 4 motif yang menjadi dasar manajemen melakukan CSR, yaitu sebagai berikut:

a. Kewajiban moral

Kewajiban moral adalah meraih keberhasilan komersial dengan tetap menghormati nilai – nilai etika.

b. Keberlanjutan

Keberlanjutan artinya memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengabaikan kebutuhan masa datang. Contoh paling mudah adalah lingkungan.

c. Izin operasi

Izin operasi artinya membangun “citra” untuk menjamin persetujuan pemerintah dan pemangku kepentingan.

d. Reputasi

Reputasi artinya agenda CSR didasarkan pada motif menaikkan *brand* dan reputasi kepada konsumen, investor, dan karyawan.

Menurut (Fajri, 2006), Penerapan CSR secara konsisten merupakan bagian dari upaya memaksimalkan nilai perusahaan. CSR merupakan komitmen perusahaan berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap mengedepankan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus



menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat. Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Karenanya pengembangan CSR ke depan seyogyanya mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan. CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (*loyalitas*) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing.

### **2.2.2 Dasar Hukum Pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR)**

Dasar hukum Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan mengacu pada Undang-undang Perseroan Terbatas (UU No. 40 tahun 2007) pasal 74 yang berisi 4 (empat) ayat, yaitu:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Daniri, (2008) dalam Akhmad Nurkhin, (2009) Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:

a. *Public Relations*

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

b. *Strategi defensif*

Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan 'serangan' negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.

c. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.

Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu:

a. *Community Relation*

Yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan.

b. *Community Services*

Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.

c. *Community Empowering*

Adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.

### 2.2.3 Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR)

Acuan informasi (*information guideline*) laporan CSR yang saat ini mendominasi adalah *Sustainability Reporting Guidelines* (SRG), yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI). Dalam SRG, terdapat 79 item yang tersebar pada 6 indikator kinerja

Global *Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Ke 6 indikator pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI tersebut yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk.

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Adapun sub-sub dari indikator diatas adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3 Daftar indikator pengungkapan CSR menurut GRI

<b>INDIKATOR KINERJA EKONOMI</b>	
<b>Kinerja ekonomi</b>	
EC 1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi kepada masyarakat, laba ditahan serta pembayaran ke penyedia modal pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim.
EC 3	Daftar cukupan kewajiba perusahaan dalam perencanaan benefit yang

	sudah ditetapkan.
EC 4	Bantuan keuangan financial signifikan yang diperoleh dari pemerintah.
<b>Keberadaan pasar</b>	
EC 5	Parameter standar upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang berada diberbagai lokasi operasi.
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja local dan beberapa orang dilevel manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi
<b>Dampak ekonomi tidak langsung</b>	
EC 8	Perkembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan public melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya pro bono
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luasan dampak
<b>INDIKATOR KINERJA BIDANG LINGKUNGAN</b>	
<b>Material</b>	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran
EN 2	Presentase material bahan daur ulang yang digunakan
<b>Energi</b>	
EN 3	Pemakaian energy yang berasal dari sumber energy yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
EN 4	Pemakaian energy yang berasal dari sumber utama dan secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik.
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energy efisiensi atau sumber daya terbaru serta pengurangan penggunaan energy sebagai dampak dari inisiatif ini.
EN 7	Inisiatif dalam pengurangan pemakaian energy secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
<b>Air</b>	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya
EN 9	Pemakaian air yang member dampak cukup signifikan dari sumber mata air.
EN 10	Presentase dan total jumlah air yang didaur ulang dan digunakan kembali
<b>Keanekaragaman hayati</b>	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi.

EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktifitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konversi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi berdasarkan resiko kepunahan
<b>Emisi, Effluent, dan Limbah</b>	
EN 16	Total emisi gas rumah tangga secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat
EN 21	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah
EN 24	Berat dari limbah yang ditransportasikan, di import, di ekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan <i>basel convention amex</i> I, II, III, DAN VIII, DAN Presentase limbah yang dikapalkan secara internasional
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung didalam air dan habitat yang ada disekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan.
<b>Produk dan Jasa</b>	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk bagi lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif ini
EN 27	Presentase sari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
<b>Kesesuaian</b>	
EN 28	Nilai moneter dari denda da jumlah biaya sanksi-sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup.
<b>Transport</b>	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim pegawainya.
<b>Keselaran</b>	

EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan.
<b>Indikator praktek tenaga kerja dan kinerja pekerja yang layak</b>	
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasarkan tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi
LA 2	Jumlah total rata-rata turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
LA 3	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
<b>Hubungan tenaga kerja/ manajemen</b>	
LA 4	Presentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
<b>Keselamatan dan keselamatan kerja</b>	
LA 6	Presentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan member arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, jumlah hari hilang, dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan, dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka, lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius.
LA 9	Hal-hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian bersama serikat pekerja.
<b>Pendidikan dan Pelatihan</b>	
LA 10	Jumlah waktu rata-rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai
LA 11	Program ketrampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus berkarya
LA 12	Presentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala
<b>Keanekaragaman dan kesempatan yang sama</b>	
LA 13	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya
LA 14	Perbandingan upah standart antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai
<b>INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA</b>	
<b>Praktik investasi dan pengadaan</b>	
HR 1	Presentase dan jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia

HR 2	Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip-prinsip HAM yang telah dijalankan
HR 3	Total jumlah dan waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih
<b>Non Diskriminasi</b>	
HR 4	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil
<b>Kebebasan berserikat dan daya tawar kelompok</b>	
HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat perundingan bersama menjadi resiko dan langkah yang diambil untuk mendukung langkah kebebasan berserikat tersebut.
<b>Tenaga kerja anak</b>	
HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak
<b>Pegawai tetap dan kontrak</b>	
HR 7	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pegawai kontrak
<b>Praktek keselamatan</b>	
HR 8	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakannya atau prosedur perusahaan yang terkait dengan prosedur HAM dan aspek kerja
<b>Hak masyarakat atau Adat</b>	
HR 9	Total jumlah kasus yang berkaitan dengan hak masyarakat Adat dan langkah yang diambil
<b>INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN</b>	
<b>Kemasyarakatan</b>	
SO 1	Sifat, cakupan, dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi, selama operasi, dan sesudah operasi
<b>Korupsi</b>	
SO 2	Persentase dan jumlah total unit usaha yang dianalisa memiliki resiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait dengan penyuapan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi
<b>Kebijakan publik</b>	
SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur lobi
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi tirai politik, politisi, dan instansi terkait oleh negara
<b>Perilaku anti persaingan</b>	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat



	pelanggaran hukum dan kebijakan
<b>INDIKATOR KINERJA TANGGUNGJAWAB DARI DAMPAK PRODUK</b>	
<b>Keselamatan dan kesehatan konsumen</b>	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan presentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur dari hasil akhirnya
<b>Labeling produk dan jasa</b>	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan prosentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 5	Praktek-praktek yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survei evaluasi kepuasan konsumen
<b>Komunikasi pemasaran</b>	
PR 6	Program-program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi, dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 7	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan termasuk iklan, promosi, dan bentuk kerjasama diukur dari hasil akhirnya
<b>Privasi konsumen</b>	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen data konsumen yang hilang
<b>Kesesuaian</b>	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: GRI (*global reporting initiatives*)G3 Guideliness

#### 2.2.4 Saham

Secara sederhana, saham didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan. Pada saat bukti atau tanda penyertaan tersebut masih berbentuk warkat, maka selembarnya merupakan selembarnya kertas yang menerangkan bahwa pemilik tersebut adalah

pemilik (berapapun prosentase yang dimiliki) di suatu perusahaan yang menerbitkan suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut sesuai kepemilikannya yang tertera pada saham. Saham merupakan surat berharga yang memberikan penghasilan berupa deviden, yaitu pembagian laba yang dibagikan kepada pemegang saham apabila perusahaan penerbit saham mampu menghasilkan laba yang besar, maka ada kemungkinan para pemegang sahamnya akan menikmati keuntungan yang besar untuk dibagikan sebagai deviden. Penentuan besarnya dana dialokasikan untuk pembayaran deviden, tergantung pada RUPS. Dalam Harianto dkk (1998: 174) Ada tiga faktor umum yang berpengaruh terhadap pergerakan harga saham yaitu:

1. Faktor sentimen

— Ditimbulkan karena adanya perasaan positif atau negative terhadap saham, misal rumor akuisisi, rumor divestasi saham, perkembangan politik sesaat, termasuk diantaranya adalah Informasi dan lain sebagainya. Faktor sentimen berpengaruh terhadap harga saham dalam jangka pendek, harga mingguan atau harian. Informasi adalah semua bentuk pemberitaan baik di dalam pasar modal maupun di luar pasar modal (media lain) yang diterima oleh investor dengan harapan dapat digunakan sebagai dasar atau acuan dalam pengambilan keputusannya. Informasi di pasar modal terdiri atas informasi yang dipublikasikan (*public information*) dan informasi yang tidak dipublikasikan (*private information*). Informasi yang dipublikasikan, yaitu informasi yang sudah diketahui oleh masyarakat umum dan memang sengaja untuk diberitahukan. Informasi yang tidak dipublikasikan, yaitu

informasi yang hanya diketahui oleh kelompok tertentu dan bersifat rahasia.

Informasi yang relevan dengan kondisi pasar modal merupakan sesuatu yang selalu dicari oleh pelaku pasar modal untuk keperluan pengambilan keputusan investasi, karena keberadaan informasi baik informasi yang dipublikasikan ataupun yang tidak dipublikasikan sangat berkaitan dengan perubahan harga saham. Untuk itu investor harus memperoleh informasi yang merata dan transparan, sehingga dapat mengambil keputusan kapan saat membeli dan menjual sahamnya dengan harga yang wajar. Penilaian tersebut mengakibatkan harga saham berubah dengan cepat sesuai dengan informasi yang tersedia di pasar. Informasi yang tersedia tersebut telah tercakup dalam harga saham yang lalu.

## 2. Faktor likuiditas

Pergerakan dana dari suatu asset ke asset lain atau suatu Negara ke Negara lain, misal keluarnya dana dari Indonesia pada akhir 1997 dan 1998, keluarnya dana dari saham di Indonesia pada awal tahun 2000 karena menurunkan *weighting* untuk Indonesia. Faktor likuiditas lebih mudah untuk diprediksi dan berpengaruh dalam jangka menengah, misal antara 1 bulan hingga 1 tahun.

## 3. Faktor fundamental

Solid atau tidaknya keadaan keuangan suatu perusahaan ataupun ekonomi suatu Negara. Juga apakah harga saham *overvalue* atau

*undervalue*. Faktor ini menentukan harga saham dalam jangka waktu yang panjang (diatas 1 tahun).

Alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti. Diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamalah dkk, 2005 dalam Akhmad Nurkhin, 2009)

#### **2.2.5 Event study**

Pada pasar modal yang efisien, harga saham secara cepat dan tepat mencerminkan informasi yang relevan. Hal tersebut membuat investor tidak akan memperoleh *abnormal return* yang konsisten pada saat dan hari-hari disekitar adanya informasi yang relevan tersebut. *Event study* merupakan salah satu metode untuk meneliti reaksi harga saham terhadap suatu informasi dan sering digunakan untuk pengujian efisiensi pasar bentuk setengah kuat. *Event study* merupakan studi yang mempelajari reaksi pasar terhadap suatu peristiwa (*event*) yang informasinya di publikasikan sebagai pengumuman. *Event study* bertujuan untuk mengukur hubungan antara suatu peristiwa dengan tingkat pengembalian (*return*) dari suatu surat berharga, selain itu *event study* juga dapat digunakan untuk mengukur dampak suatu peristiwa ekonomi terhadap nilai perusahaan, menurut Harianto (1998 : 134), yaitu merupakan suatu *study* tentang pergerakan *return*

saham yang terjadi sekitar peristiwa yang diduga memberikan informasi baru tentang suatu perusahaan.

Tujuan *event study* adalah untuk mengkaji apakah terjadi *abnormal return* pada suatu saham tertentu sebagai akibat sebagai informasi tertentu, Sedangkan *abnormal return* adalah lonjakan atau penyimpangan *return* yang terjadi lebih besar atau lebih kecil dari *return* yang diharapkan (*expected return*). Dalam *event study* dikenal istilah *event window* (jendela peristiwa) / *event date* (tanggal peristiwa) dan *estimation period* (periode estimasi). Periode peristiwa disebut juga dengan periode pengamatan / jendela peristiwa (*event window*) mempunyai panjang yang bervariasi, lama dari jendela yang umumnya digunakan berkisar 3 hari – 121 hari untuk data harian dan 3 bulan – 121 bulan untuk data bulanan. Sedangkan lama periode estimasi yang umum digunakan adalah berkisar dari 100 hari – 300 hari untuk data harian dan berkisar 24 – 60 bulan untuk data bulanan (Jogiyanto, 1998: 176).

#### **2.2.6 Kajian Keislaman**

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inheren dari ajaran Islam itu sendiri, tujuan dari syariat Islam (*maqashid al syariah*) adalah masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Kegiatan ekonomi dan bisnis dalam Islam dilandasi oleh tauhid, keseimbangan, kebebasan, dan pertanggung jawaban. Aksioma-aksioma ini harus diimplementasikan dalam seluruh aspek kegiatan ekonomi dan bisnis. Aksioma keseimbangan dan pertanggung jawaban misalnya, akan membawa implikasi pada keseimbangan dan pertanggung jawaban antara

jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. (Anto dan Astuti, 2008)

Dilihat dari perspektif etika bisnis islam, program CSR merupakan pengejawantahan dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu. (Djakfar, 2007: 160)

Siddiqi dalam Djakfar, (2007: 160) berpendapat bahwa perbuatan ihsan lebih penting dibandingkan perbuatan adil. Perbuatan adil hanya merupakan *the corner stone of society*, sedangkan perbuatan ihsan merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat. Dengan tindakan ihsan, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukkan semua pihak, karena yang berlebih (kuat) secara ikhlas bersedia berbagi rasa dengan yang lemah. Dengan demikian dalam ajaran ihsan terdapat nilai moral *altruistic* yang menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan diri sendiri. Program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah Pemilik Mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya terbatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad (Djakfar, 2007 : 161),

Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban

sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Selama ini pengungkapan dan pelaporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih menggunakan index konvensional seperti *Global Reporting Initiative Index (Indeks GRI)*. Hal ini tentunya kurang tepat karena Indeks GRI belum menggambarkan prinsip-prinsip Islam seperti belum mengungkapkan terbebasnya dari unsur *riba*, *gharar*, dan transaksi-transaksi yang diharamkan oleh Islam. Beberapa tahun belakangan telah muncul trobosan dalam pengukuran index CSR berdasarkan prinsip syariah yaitu *Islamic Social Reporting Index (ISR)*. ISR merupakan index tanggung jawab sosial yang telah diisikan dengan nilai-nilai dalam ekonomi Islam seperti zakat, status kepatuhan syariah dan transaksi yang sudah terbebas dari unsur *riba* dan *gharar* serta aspek-aspek sosial seperti *sodaqoh*, *waqof*, *qordul hasan*, serta pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan. Jauh sebelum adanya CSR, Zakat, Infak dan Shadaqah (ZIS) sudah lebih ada karena Islam sudah mengatur sedemikian rupa untuk dimanfaatkan, (Hidayat, 2013)

Hafiduddin, (2002: 103) Beberapa fungsi korporasi sebagai implementasi CSR berikut ini:

1. Fungsi Ekonomi

Pelaksanaan CSR tidak dipandang sebagai biaya yang memberatkan justru sebagai hal yang menguntungkan dalam jangka panjang misalnya, eksistensi perusahaan akan semakin membaik. Keuntungan jangan hanya dipandang sebagai materi, tetapi sebagai manfaat yang dipercaya akan membawa berkah dalam jangka panjang.

Misalnya saja sekian persen dari profit perusahaan dipotong zakat yang nantinya akan digunakan untuk pelaksanaan CSR.

Sebagaimana firman Allah:

❖ **Surat Al Thalaq ayat 7**

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً آتَاهَا ۗ سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

Artinya: *Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.*

❖ **Surat Ar-rum ayat 39**

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ ۗ وَمَا

آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya: *Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, Maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).*

## 2. Fungsi Politik

CSR akan merubah reputasi dan imej publik terhadap perusahaan dimana keberadaan perusahaan dan fungsi politik yang dimilikinya memberikan sesuatu yang berbeda kepada banyak pihak. CSR juga dapat digunakan sebagai alat strategik untuk membentuk reputasi dan imej



publik terhadap perusahaan sehingga menguntungkan dalam jangka panjang. Dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Sehingga selain berjihad dengan harta Fungsi ini juga bisa digunakan untuk menyerukan hal-hal yang baik dan bermanfaat bagi masyarakat, CSR sebagai media dakwah. Hal ini juga menunjukkan bahwa sebagai korporasi, tidak semata-mata mengejar keuntungan tanpa memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan masyarakat. Dalam Al-Quran disebutkan sebagai berikut:

❖ **Surat An-Nissa' Ayat 59**

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اطِيعُوْا اللّٰهَ وَاَطِيعُوْا الرَّسُوْلَ وَاُوْلِيَ الْاَمْرِ مِنْكُمْ فَاِنْ

تَنَزَعْتُمْ فِيْ شَيْءٍ فَرُدُّوْهُ اِلَى اللّٰهِ وَالرَّسُوْلِ اِنْ كُنْتُمْ تُوْمِنُوْنَ بِاللّٰهِ وَالْيَوْمِ

الْآخِرِ ذٰلِكَ خَيْرٌ وَّاَحْسَنُ تَاْوِيْلًا ﴿٥٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*

### 3. Fungsi Sosial

CSR bagi sebuah perusahaan bukanlah merupakan sebuah biaya yang besar, karena secara nyata memang Perusahaan memiliki peran sosial, dan Dana yang digunakan untuk pelaksanaan CSR pun harus sudah tersedia dari dana ZIS (Zakat, infaq, dan shodaqoh) serta *qardlu hasan*

yang terkumpul. Jumlah yang disalurkan tidak dianggap sebagai biaya, tetapi manfaat. Yakin apa yang mereka salurkan akan membawa berkah tersendiri. Semakin banyak manfaat yang disalurkan maka akan semakin banyak pula manfaat yang akan diterima oleh perusahaan dari waktu ke waktu. Salah satu yang manfaat yang diterima adalah eksistensi perusahaan yang semakin baik ditengah persaingan yang semakin ketat. Keuntungan jangan hanya dipandang sebagai materi, tetapi sebaiknya dipandang sebagai manfaat yang dipercaya akan membawa berkah jangka panjang. Sebagaimana firman Allah sebagai berikut:

❖ **Surat At Taubah ayat 103**

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ

سَكَنٌ لَهُمْ 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.*

Zakat itu membersihkan mereka dari kekikiran dan cinta yang berlebih-lebihan kepada harta benda, zakat itu menyuburkan sifat-sifat kebaikan dalam hati mereka dan memperkembangkan harta benda mereka.

❖ **Surat Al Baqarah ayat 110**

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ

تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١١٠﴾

Artinya: *Dan Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan.*

Zakat memiliki dampak sosial ekonomi yang baik, sampai-sampai kholifah Abu Bakar berani mengambil resiko akan memerangi orang yang tidak membayar zakat. Ini menunjukkan betapa pentingnya zakat dalam kehidupan sosial, dan zakat merupakan salah satu kewajiban bagi seorang muslim. (Nur Diana, 2008:80)

❖ **Surat Al Baqarah ayat 261**

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ

سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ

عَلِيمٌ

Artinya: *Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.*

Pengertian menafkahkan harta di jalan Allah meliputi belanja untuk kepentingan jihad, pembangunan perguruan, rumah sakit, usaha penyelidikan ilmiah dan lain-lain.

❖ Surat Saba' ayat 39

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ ۖ وَيَقْدِرُ لَهُ ۚ وَمَا

أَنْفَقْتُمْ مِّنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ ۗ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿٣٩﴾

Artinya: Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya.

Islam tidak meminta melupakan hak milik pribadinya, tapi sekedar mengingatkan seseorang untuk menafkahkan hartanya setelah terpenuhi kebutuhannya. Konsep infaq sangat luas dan mencakup semua bentuk pelayanan kepada masyarakat yang bersumber dari kelebihan harta dari orang-orang kaya. Dengan demikian infaq dapat diartikan sebagai pengeluaran sebagian harta untuk kemaslahatan umum. (Nur Diana, 2008:98). Ketika sebuah korporasi memiliki fungsi sosial, aktif dalam menjalankan fungsi ini maka secara otomatis komitmen yang dimiliki harus lebih baik daripada korporasi lainnya.

4. Fungsi Pendidikan

CSR merupakan Komitmen dan aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Persoalan bagi para pelaku usaha adalah strategi dan konsep penerapan CSR di lingkungan dan masyarakat agar tepat sasaran. Untuk itu, riset, komunikasi, *sustainable empowerment*, *sincerity* dan strategi lainnya sangat diperlukan. Agar proses keberlangsungan dakwah Islam

dan tujuan menjadi *rahmatan lil aa'lamiin* dapat tercapai. Islam mengajarkan tanggung jawab agar mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab ini mencakup tanggung jawab kepada Allah, kepada sesama.

Diantara Tanggung jawab tersebut antara lain pada dunia pendidikan, mengembangkan SDM masyarakat. Dengan ikut sertanya perusahaan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia akan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuannya. Karena dalam Islam pendidikan itu sangat penting. Sebagaimana di jelaskan dalam Al-Quran:

❖ **Surat Al-Mujaddalah Ayat: 11**

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَلِسِ فَافْسَحُوا

يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ۗ وَإِذَا قِيلَ أَدْنُوا فَأَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا

مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

*Artinya: Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

❖ Surat Thoha Ayat 114

فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَىٰ

إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

Artinya: Maka Maha Tinggi Allah raja yang sebenar-benarnya, dan janganlah kamu tergesa-gesa membaca Al qur'an sebelum disempurnakan mewahyukannya kepadamu[946], dan Katakanlah: "Ya Tuhanku, tambahkanlah kepadaku ilmu pengetahuan."

5. Fungsi lingkungan

Agar tugas berjalan baik, manusia membutuhkan ilmu yang membahas tentang makhluk-makhluk didunia ini. Penelitian ini, harus dilakukan dengan cara sistematis, berlangsung terus, dan tercatat dengan baik sebagai kumpulan ilmu. Ilmu pengetahuan alam dan kehidupan sebenarnya terdapat dalam pemahaman manusia terhadap dunia empiria (dunia yang tunduk pada pengamatan manusia). Ilmu pengetahuan lalu dianggap sebagai pemahaman terhadap *sunatulloh* yang ada dialam semesta ini. Masih banyak lagi *sunatullah* untuk dipelajari, seperti banyaknya dunia empiris yang harus diamati. Ini merupakan tantangan bagi manusia. Manusia harus mempelajari seluruh lingkungan hidup yang ada disekelilingnya, karena ini adalah *sunatullah*, supaya ia mampu mengemban tugas sebagai *leader* atau *khalifah* (pemimpin) dibumi ini.

## ❖ Surat al-A'raf ayat 57

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا ۚ إِنَّ

رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٧﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.

Kecenderungan bisnis modern untuk melakukan aktifitas sosial telah merubah arah bisnis. Dunia bisnis yang selama ini terkesan *profit-oriented* (Hanya mencari untung) hendak merubah citra-nya menjadi organisasi yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menggelar aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung jawab Sosial Perusahaan (TSP). *CSR*, secara non-struktur sudah lama berkembang dalam dunia bisnis, terutama bisnis dalam kategori *Hight-Risk Business* seperti usaha pertambangan, penebangan hutan. Lima tahun belakangan ini, *CSR* telah merambah ke dalam hampir seluruh segmen bisnis. Bahkan pola penerapan *CSR* di lembaga usaha bisnis sudah sangat berbeda orientasi dan nilainya. Saat ini, implentasi *CSR* tidak hanya sekedar upaya perusahaan untuk membayar utang sosial yang diakibatkan oleh proses bisnisnya, melainkan menjadi sebuah tanggung jawab sosial

yang menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk melaksanakannya. Bahkan lebih jauh dari itu, CSR seakan ditujukan untuk berlomba meningkatkan nilai dan citra perusahaan di mata pasar yang berujung pada komersialitas perusahaan.

❖ **Surat Al-baqarah ayat 11**

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ ﴿١١﴾

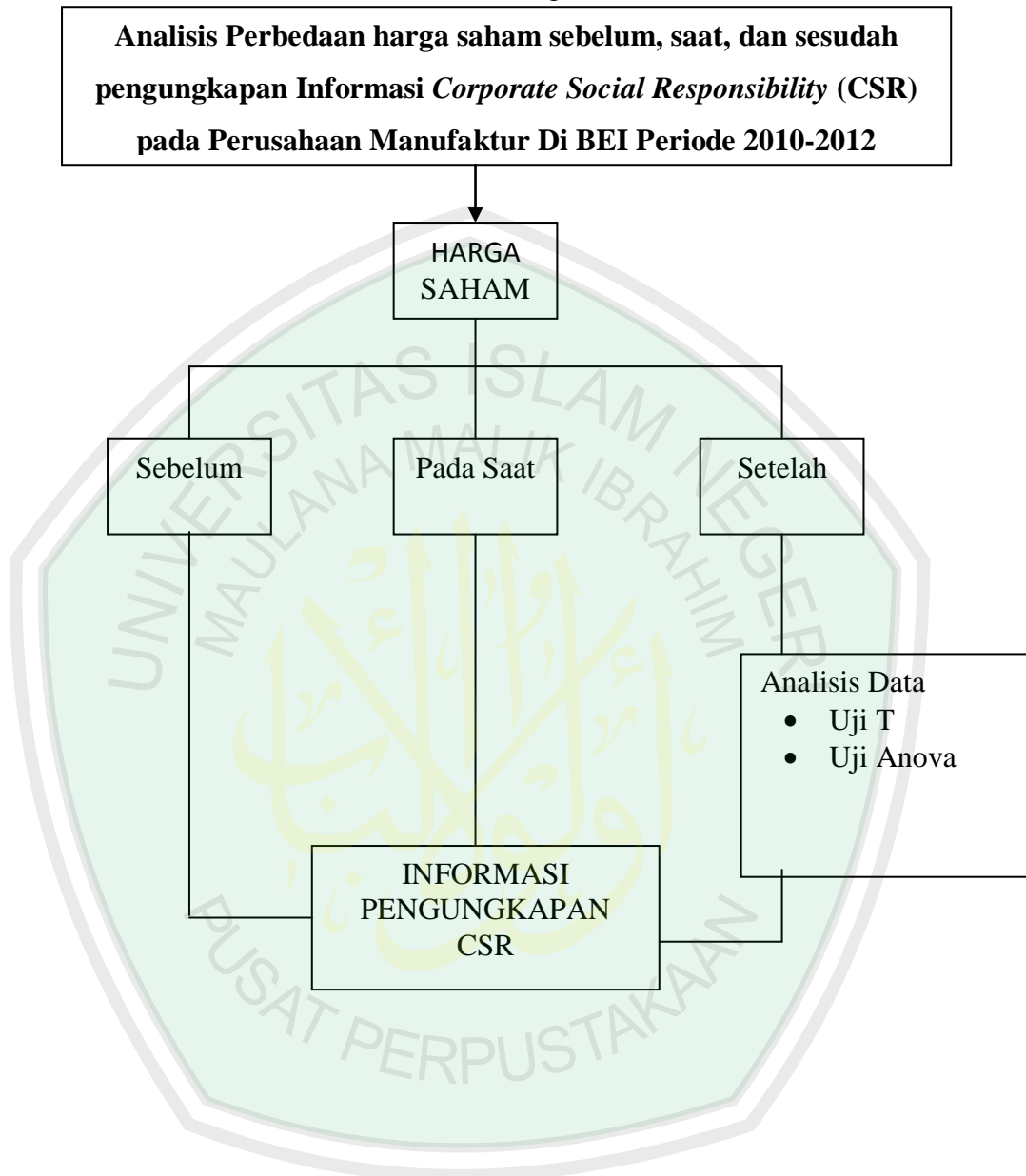
Artinya: *Dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi". mereka menjawab: "Sesungguhnya kami orang-orang yang mengadakan perbaikan."*

Kerusakan yang mereka perbuat di muka bumi bukan berarti kerusakan benda, melainkan menghasut orang-orang kafir untuk memusuhi dan menentang orang-orang Islam. Mengacu pada firman Allah yang mengatakan bahwa manusia sebagai *leader*, *khalifah*, atau pemimpin dimuka bumi ini, manusia dituntut untuk dapat memimpin dunia dengan didasari hati nurani dan ajaran-ajaran ilahiyah yang luhur. Ia tidak boleh memimpin hanya berdasarkan pertimbangan logika dan emosi semata, apalagi demi mengejar kepentingan pribadi dan kelompoknya tanpa memperhatikan kepentingan lingkungan dan masyarakat banyak. Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu wujud kepedulian dalam membangun lingkungan sekitar yang baik dan sejahtera.



### 2.2.7 Kerangka Berfikir

Gambar. 2.1 Kerangka Berfikir



### 2.2.8 Hipotesis

1. Ho : Tidak terdapat perbedaan antara harga saham antara sebelum pengumuman, pada saat pengumuman dan hari-hari sesudah pengumuman CSR.

Ha : Terdapat perbedaan antara harga saham antara sebelum pengumuman, pada saat pengumuman dan hari-hari sesudah pengumuman CSR.

2. Ho: Tidak terdapat perbedaan harga saham sebelum pengungkapan CSR dengan sesudah pengungkapan.

Ha: Terdapat perbedaan harga saham sebelum pengungkapan CSR dengan sesudah pengungkapan.

