



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

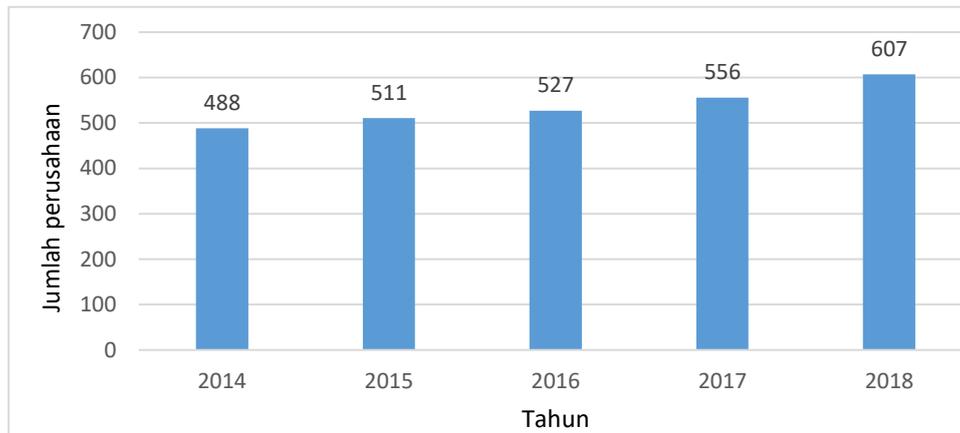
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Masyarakat Ekonomi *ASEAN* (MEA) bertujuan untuk meningkatkan perekonomian di negara *ASEAN*. Masyarakat Ekonomi *ASEAN* (MEA) dimulai sejak tahun 2016 di Indonesia (*AEC Indonesia, 2016*). Masyarakat Ekonomi *ASEAN* (MEA) ini membuka keterbukaan antar negara *ASEAN* sehingga masing-masing negara dapat menciptakan iklim usaha yang mudah dan tanpa adanya hambatan, selain itu tiap negara dapat bertukar informasi secara mudah. Peraturan untuk menjalankan bisnis menjadi lebih mudah dan juga semakin berkembangnya teknologi dalam dunia bisnis. Keterbukaan ini membuat persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis, termasuk di dalam Indonesia. Persaingan bisnis menjadi melebar ke antar negara karena adanya keterbukaan ini.

Persaingan bisnis dalam negara Indonesia pun juga semakin ketat dikarenakan adanya perkembangan teknologi, sehingga perusahaan ingin menciptakan inovasi yang dapat membuat perusahaannya lebih unggul dibandingkan para kompetitornya. Faktor lain yang dapat menumbuhkan persaingan dalam dunia bisnis di Indonesia adalah semakin banyaknya perusahaan baru yang masuk ke dalam sektor industri bisnis. Perusahaan yang baru masuk ke dalam suatu industri bisnis akan menjadi ancaman bagi perusahaan yang sudah lama berjalan dalam industri bisnis tersebut. Pertumbuhan jumlah perusahaan ini tergambar dalam data Bursa Efek Indonesia, dimana semakin bertumbuhnya perusahaan baru yang menjadi perusahaan *go public*.



**Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan yang terdaftar di BEI 2014-2018**

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data di olah

Berdasarkan gambar 1.1 jumlah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2014 hingga 2018. Pada tahun 2014 perusahaan yang terdaftar sejumlah 488 perusahaan meningkat pada tahun 2015 menjadi 511 perusahaan, kemudian meningkat pada tahun 2016 menjadi 527 perusahaan dan meningkat pada tahun 2017 dan 2018 sejumlah 556 perusahaan dan 607 perusahaan secara berturut-turut. Artinya, dari tahun 2014 hingga 2018 terdapat banyak penambahan perusahaan yang masuk ke dalam berbagai industri di Indonesia. Pertambahan jumlah perusahaan yang semakin meningkat ini akan meningkatkan persaingan dalam usaha yang ada di Indonesia. Pertambahan jumlah perusahaan ini juga memperketat persaingan bisnis di Indonesia.

Persaingan yang ketat ini membuat masing-masing perusahaan menciptakan inovasi baru agar dapat unggul dibanding pesaingnya atau dapat mencapai *competitive advantage*. Inovasi dibentuk melalui adanya berbagai riset yang dilakukan oleh suatu perusahaan, namun dalam mencapai sebuah keunggulan, perusahaan melakukan berbagai cara tanpa memperhatikan dampak yang ditimbulkan ke lingkungan sekitarnya. *Researh*

*and development* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dapat berdampak buruk bagi lingkungan sekitar, sehingga hal tersebut akan merusak citra dari perusahaan itu sendiri di mata masyarakat. Menurut Trevino & Nelson (2014) sebuah bisnis dijalankan tidak hanya berfokus pada keuntungan, namun harus menetapkan konsep *triple bottom line* yang dicetuskan oleh John Elkington atau yang disebut dengan 3P (*people, planet, and profit*). Konsep *triple bottom line* ini menjelaskan bahwa perusahaan dalam melakukan pengukuran kesuksesan bukan hanya dari keuntungan yang diperoleh, namun harus melihat konsekuensi lingkungan dan sosial yang terjadi dari adanya kegiatan perusahaan, artinya perusahaan harus mementingkan kepentingan pihak yang terlibat dan terkena dampak dari adanya kegiatan perusahaan (*stakeholder*). Konsep *triple bottom line* ini diwujudkan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan perusahaan untuk mencapai bisnis yang berkelanjutan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi kepada lingkungan disekitarnya sebagai rasa tanggung jawab kepada sosial dan juga lingkungan sekitarnya. Indonesia memiliki peraturan pemerintahan mengenai *Corporate Social Responsibility* yaitu dalam UU No. 40 tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 menyatakan bahwa perusahaan yang kegiatan utamanya berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Implementasi *CSR* yang dilakukan perusahaan di Indonesia masih memiliki kualitas yang rendah. Menurut riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* yang dilakukan

terhadap 100 perusahaan di 4 negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand pada tahun 2016 menjelaskan bahwa penerapan *CSR* lebih berkualitas dilakukan di negara Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia. Hasil ini terbukti dari pemaparan angka kualitas penerapan *CSR* di Thailand paling tinggi yaitu 56,8 dari 100 sedangkan Singapura mendapatkan hasil 48,8 sedangkan Indonesia mendapatkan hasil sebesar 48,4 dan Malaysia mendapatkan hasil sebesar 47,7. Penilaian kualitas didasarkan indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)*, yaitu tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan, dan sosial. Indonesia memiliki hasil yang lebih rendah dibandingkan dengan Thailand dan Singapura, hal tersebut disebabkan oleh rendahnya pemahaman perusahaan mengenai kegiatan *CSR*. Indonesia perlu meningkatkan kualitas dari penerapan kegiatan ini melalui adanya penyuluhan mengenai *CSR* agar perusahaan semakin dapat memahami implementasinya. (Sumber: CNNIndonesia.com, 2016).

Ketua Komite Nasional Kebijakan Governance Indonesia (KNKG) menyatakan bahwa penerapan *CSR* di Indonesia masih beragam atau masih kurang fokus dan juga tidak sesuai dengan bisnis inti. Penerapan *CSR* di Indonesia seharusnya mengacu pada *ISO 26000* dan selaras dengan strategi bisnis yang ada. *ISO 26000* merupakan panduan perusahaan dalam menjalankan *CSR* yang dapat menyelesaikan 6 isu utama, yaitu hak asasi manusia, praktik perburuhan, lingkungan hidup, praktik operasional yang adil dan jujur, isu-isu konsumen, keterlibatan dan pengembangan komunitas. Perusahaan akan memperbesar biaya yang dikeluarkan karena pelaksanaan *CSR* yang masih beragam dan berdampak pada berkurangnya *value* sebuah perusahaan. Perusahaan perlu mempertanggungjawabkan biaya tersebut kepada para pemegang saham, karena pemegang saham suatu perusahaan tentunya berharap adanya penambahan *value*

perusahaan dari pelaksanaan *CSR* untuk menambah keuntungan dari perusahaan yang diinvestasikan. Implementasi yang efektif dan berkualitas dapat menjadi pendekatan strategis dan inovatif untuk memperkuat daya saing dan kinerja perusahaan serta dapat mengatasi permasalahan yang ada di sekitar. (sumber: majalahcsr.id,2016) .

Pakar *Post Publication Organization-Stakeholder Advisory Group (PPO-SAG)*, Hans Korder mengatakan bahwa tahun 2018 penerapan *ISO 26000* dalam *Corporate Social Responsibility* di perusahaan Indonesia sudah mengalami peningkatan dan perusahaan di Indonesia dapat dikatakan sudah sangat baik dalam menjadikan *ISO 26000* sebagai pedoman. (Media Indonesia, 2018). Adanya perbaikan dalam implementasi *CSR* di Indonesia ini menunjukkan bahwa perusahaan di Indonesia ingin mencapai bisnis yang berkelanjutan, sehingga perusahaan yang dijalankan dapat bertahan dalam waktu yang lama. Kegiatan *CSR* ini dapat menjadi sarana untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Perusahaan yang tidak menjalankan *CSR* tidak dapat menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitarnya sehingga hal tersebut akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Terdapat beberapa keuntungan dari penerapan *CSR*, yaitu perusahaan akan memiliki citra perusahaan yang baik, meningkatkan performa keuangan perusahaan karena adanya pertumbuhan penjualan, dan akan lebih mudah menarik para investor untuk berinvestasi. Ketika akan melakukan investasi, investor akan mempertimbangkan beberapa hal termasuk melihat citra perusahaan yang akan diinvestasikan, semakin baik citra perusahaan maka akan semakin menarik perhatian investor. Ketika banyak investor yang berinvestasi maka akan berdampak pada peningkatan jumlah investasi dalam sebuah perusahaan. (sumber: nibusinessinfo.co.uk, 2019). Investor saat ini lebih mengapresiasi

perusahaan yang menerbitkan laporan CSR dibandingkan dengan laporan laba, karena CSR dapat menjadi *value creator* bagi perusahaan, yaitu dengan meningkatkan reputasi perusahaan itu sendiri dalam jangka panjang dan juga dapat menjaga keberlangsungan bisnis di masa depan. Semakin besar kepedulian pada CSR akan semakin besar apresiasi pelaku pasar pada harga saham, karena investor menyadari adanya CSR akan mengurangi risiko bisnis di masa depan. (sumber: investordaily,2015)

Indonesia memiliki berbagai macam sektor industri bisnis, seperti pertanian, pertambangan, manufaktur, dan juga industri jasa. Pelaksanaan CSR di Indonesia ini dilakukan oleh seluruh industri bisnis di Indonesia. Pelaksanaan CSR di Indonesia ini didasarkan pada pedoman ISO 26000 dimana perusahaan menetapkan 6 tanggungjawab sosial yaitu hak asasi manusia, praktik perburuhan, lingkungan hidup, isu-isu konsumen, pelibatan dan pengembangan komunitas. Dalam penentuan perusahaan yang melakukan CSR ini melihat dari aspek tanggungjawab sosial dalam masyarakat, lingkungan, konsumen, perburuhan atau ketenagakerjaan, dan hak asasi manusia. Berikut ini merupakan data jumlah perusahaan yang melakukan CSR dalam masing-masing industri secara berturut-turut dari tahun 2017-2018.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Perusahaan Publik yang Melakukan CSR berturut-turut tahun 2017-2018**

<b>Industri</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>
Agrikultur	14
Pertambangan	33
Manufaktur	83
<i>Property dan Real Estate</i>	45

Infrastruktur	48
Keuangan	66
Jasa lain	63

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah

Berdasarkan tabel 1.1 perusahaan dalam industri manufaktur paling banyak melakukan kegiatan *CSR* dibandingkan dengan industri yang lain pada tahun 2017-2018. Industri manufaktur di Indonesia terbagi dalam 3 sub sektor, yaitu sektor industri dasar kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri konsumsi. Industri manufaktur ini juga merupakan industri yang kegiatannya berkaitan erat dengan lingkungan. Aktivitas yang dilakukan manufaktur yaitu mengolah bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual, dimana dalam aktivitas ini perusahaan manufaktur berpotensi menghasilkan limbah yang akan memberikan dampak negatif pada masyarakat dan juga lingkungan alam. Untuk itu, banyak perusahaan manufaktur di Indonesia yang melakukan kegiatan *CSR* untuk mempertanggungjawabkan aktivitasnya yang memberikan dampak negatif pada lingkungan sekitar, sehingga citra perusahaan dapat terjaga dalam masyarakat. Citra baik dari perusahaan manufaktur ini dapat menarik investor untuk berinvestasi. Sebagai contoh PT Suparma yang bergerak dalam industri kertas dan berpotensi dalam menghasilkan limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun), pada tahun 2019 PT Suparma melakukan kegiatan *CSR* yaitu berupa kegiatan ramah lingkungan dan juga membuat produk menggunakan bahan ramah lingkungan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas limbah yang dihasilkan yang dilaksanakan pada tanggal 30 April 2019. Tahun 2019 PT Suparma mengalokasikan dana *CSR* sebesar 5% dari laba tahun sebelumnya. (sumber: investordaily, 2019). Perusahaan manufaktur berpotensi menghasilkan limbah B3 (Bahan

Berbahaya dan Beracun) yang ditimbulkan akibat adanya aktivitas perusahaan. Contoh lain adalah PT Japfa Comfeed Indonesia yang bergerak dalam bisnis unggas telah memenangkan inovasi CSR tingkat Asia pada tahun 2017 dengan melaksanakan program “JAPFA4KIDS” yang dilaksanakan pada tanggal 26 Oktober 2016, dimana program tersebut mencoba memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran di tingkat sekolah dasar khususnya untuk daerah terpencil agar menyadari pentingnya gizi yang seimbang. Menurut *Chairman of Enterprise Asia*, Tan Sri Fong Chan Onn pada saat ini perusahaan perlu memiliki kesadaran dalam bertanggungjawab terhadap lingkungan agar dapat melindungi pangsa pasar, pemegang saham, dan bisnis yang berkelanjutan di masa depan (sumber: kompas.com,2017). Pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh PT Suparma dan PT Japfa Comfeed ini meningkatkan harga saham dan *trading volume activity* dari masing-masing perusahaan, berikut ini merupakan tabel perbandingan harga saham dan *trading volume activity* pada sebelum dan setelah adanya kegiatan CSR:

**Tabel 1.2**

**Perbandingan Harga Saham PT Suparma**

<b>Periode Pengamatan (T-5)</b>	<b>Harga Saham Sebelum</b>	<b>Tanggal CSR</b>	<b>Periode Pengamatan (T+5)</b>	<b>Harga Saham Sesudah</b>
		30 April 2019		
23 Apr 2019	252		2 May 2019	264
24 Apr 2019	256		3 May 2019	256
25 Apr 2019	258		6 May 2019	268
26 Apr 2019	252		7 May 2019	272
29 Apr 2019	256		8 May 2019	270
<b>Rata-rata harga saham</b>	<b>255</b>			<b>266</b>

Sumber: Yahoo Finance, data diolah

Berdasarkan tabel 1.2 perbandingan harga saham PT Suparma pada sebelum tanggal CSR dan setelah tanggal CSR terdapat perbedaan pada 5 hari sebelum dan 5 hari setelah tanggal dilakukan CSR oleh PT Suparma. Harga saham meningkat pada sebelum dilaksanakan CSR sebesar Rp 255 dan setelah dilakukan CSR harga saham meningkat menjadi sebesar Rp 266, artinya investor merespon positif dari adanya informasi mengenai CSR yang dilakukan PT Suparma ditandai dengan meningkatnya harga saham.

**Tabel 1.3**

**Perbandingan *Trading Volume Activity* PT Suparma**

Periode Pengamatan (T-5)	TVA Sebelum	Tanggal CSR	Periode Pengamatan (T+5)	TVA Sesudah
		30 April 2019		
23 Apr 2019	0.00006701		2 May 2019	0.00012088
24 Apr 2019	0.00004762		3 May 2019	0.00005599
25 Apr 2019	0.00000695		6 May 2019	0.00036580
26 Apr 2019	0.00002866		7 May 2019	0.00006909
29 Apr 2019	0.00002090		8 May 2019	0.00012811
<b>Rata-rata TVA</b>	<b>0.00003423</b>			<b>0.00014797</b>

Sumber: Yahoo Finance, data diolah

Berdasarkan tabel 1.3 *trading volume activity* PT Suparma mengalami perbedaan pada 5 hari sebelum tanggal CSR dan 5 hari setelah tanggal CSR, dimana mengalami peningkatan *trading volume activity* pada sebelum tanggal CSR *trading volume activity* sebesar 0,00003423 dan pada setelah tanggal CSR meningkat sebesar 0,00014797 artinya informasi CSR dari PT Suparma ini merupakan sinyal positif bagi para investor karena *trading volume activity* mengalami peningkatan.

**Tabel 1.4****Perbandingan Harga Saham PT Japfa Comfeed**

Periode Pengamatan (T-5)	Harga Saham Sebelum	Tanggal CSR	Periode Pengamatan (T+5)	Harga Saham Sesudah
		26 Okt 2016		
19 Okt 2016	1715		27 Okt 2016	1800
20 Okt 2016	1725		28 Okt 2016	1950
21 Okt 2016	1785		31 Okt 2016	1885
24 Okt 2016	1755		1 Nov 2016	1960
25 Okt 2016	1750		2 Nov 2016	1915
<b>Average harga saham</b>	<b>1746</b>			<b>1902</b>

Sumber: Yahoo Finance, data diolah

Berdasarkan tabel 1.4 perbandingan harga saham PT Japfa Comfeed pada sebelum tanggal CSR dan setelah tanggal CSR terdapat perbedaan pada 5 hari sebelum dan 5 hari setelah tanggal dilakukan CSR oleh PT Japfa Comfeed dan harga saham meningkat pada sebelum dilaksanakan CSR sebesar Rp 1.746 dan setelah dilakukan CSR harga saham meningkat menjadi sebesar Rp 1.902, artinya investor merespon positif dari adanya informasi mengenai CSR yang dilakukan PT Japfa Comfeed.

**Tabel 1.5****Perbandingan *Trading Volume Activity* PT Japfa Comfeed**

Periode Pengamatan (T-5)	TVA Sebelum	Tanggal CSR	Periode Pengamatan (T+5)	TVA Sesudah
		26 Okt 2016		
19 Okt 2016	0.000439		27 Okt 2016	0.001039
20 Okt 2016	0.000298		28 Okt 2016	0.002587
21 Okt 2016	0.000520		31 Okt 2016	0.000567
24 Okt 2016	0.000288		1 Nov 2016	0.001330

25 Okt 2016	0.000342		2 Nov 2016	0.000553
<b>Rata-rata TVA</b>	<b>0.000377</b>			<b>0.001215</b>

Sumber: Yahoo Finance, data diolah

Berdasarkan tabel 1.5 *trading volume activity* PT Japfa Comfeed mengalami perbedaan pada sebelum tanggal CSR dan setelah tanggal CSR, dimana mengalami peningkatan *trading volume activity* pada sebelum tanggal CSR *trading volume activity* sebesar 0,000377 dan pada setelah tanggal CSR meningkat sebesar 0,001215 artinya informasi CSR dari PT Japfa Comfeed ini merupakan sinyal positif bagi para investor karena *trading volume activity* mengalami peningkatan.

Keputusan investasi yang dilakukan oleh investor didasarkan pada informasi dan peristiwa yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Menurut Basri *et al* (2019) perusahaan yang melakukan publikasi informasi akan memberikan sinyal bagi investor untuk membuat keputusan investasi. Investor akan berinvestasi ketika perusahaan mengungkapkan informasi yang dianggap sebagai *good news*. Perusahaan melaporkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* atau secara terpisah dalam *sustainbaility report*. Menurut Anggraini, *et al* (2019) *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi pasar saham, karena *CSR* ini dapat memberikan kontribusi terhadap bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan tidak hanya berfokus pada peningkatan laba, namun untuk menjalankan operasional bisnisnya harus juga diimbangi dengan memperhatikan kondisi lingkungan sekitar. Menurut De Klerk *et al* (2015) adanya laporan *Corporate Social Responsibility* yang dipublikasikan perusahaan akan memberikan informasi tambahan kepada para investor mengenai keberlangsungan perusahaan dan akan berdampak pada keputusan investor untuk berinvestasi. Pengungkapan *CSR* yang memberikan dampak pada keputusan investor

dalam berinvestasi akan mempengaruhi tingkat permintaan saham perusahaan, hal tersebut akan berdampak pada perubahan harga saham dan *trading volume activity* dari perusahaan. Bowerman & Sharma (2018) dalam penelitiannya menemukan adanya perbedaan dalam harga saham pada 3 bulan sebelum dan 3 bulan sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di UK karena adanya pengungkapan tersebut menjadi informasi yang relevan bagi investor untuk berinvestasi dan dapat mengurangi *information asymmetry* antara investor dan perusahaan, dimana investor akan semakin mengetahui internal perusahaan secara mendalam dan akan mengurangi ketimpangan informasi yang dimiliki oleh perusahaan dan investor, sehingga investor akan lebih yakin dalam melakukan investasi karena informasi yang diberikan perusahaan semakin transparan. Menurut Durand *et al* (2019) menyatakan bahwa tidak adanya perbedaan dalam harga saham sebelum dan setelah adanya *Corporate Social Responsibility*, karena efek dari *Corporate Social Responsibility* tidak dapat dilihat secara jangka pendek, namun harus dilihat secara jangka panjang, sehingga tidak ada perbedaan pada harga saham baik sebelum maupun sesudah adanya *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Tan *et al* (2016) transparansi perusahaan dalam mengungkapkan pengelolaan lingkungan pada perusahaannya akan berdampak baik pada kepercayaan publik yang nantinya akan meningkatkan harga dan volume saham. Kepercayaan publik yang baik, akan membuat informasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan menjadi sinyal yang baik bagi para investor untuk mengambil keputusan berinvestasi, maka akan ada perbedaan dalam harga saham dan *trading volume activity* sebelum adanya informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* dan setelah adanya informasi mengenai *Corporate Social Responsibility*. Du *et al* (2017) menemukan bahwa *trading volume*

*activity* mengalami peningkatan setelah 2 hari adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui *sustainability reporting* karena investor menganggap informasi tersebut merupakan informasi yang relevan dan dianggap sebagai *good news* dalam melakukan investasi. Hal ini dikarenakan investor merasa perusahaan lebih transparan dalam mengungkapkan informasi dan *Corporate Social Responsibility* akan memiliki dampak yang baik bagi reputasi perusahaan sehingga ada kenaikan *trading volume activity*. Durand *et al* (2019) yang menyatakan tidak adanya perbedaan dalam *Trading Volume Activity (TVA)* sebelum dan sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* belum menjadi informasi yang relevan dan tidak dianggap *good news* oleh investor sehingga tidak ada perbedaan dalam *Trading Volume Activity (TVA)* sebelum dan sesudah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang ada, maka judul dari penelitian ini adalah **“Perbandingan Harga Saham dan *Trading Volume Activity* Sebelum dan Setelah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2018.”**

## **1.2 Batasan Masalah**

Agar pemasalahan dalam penelitian ini tidak meluas dan tidak menyimpang dari tema pokok permasalahan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018 yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

2. Penggunaan tanggal pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggal *annual report* 2017 dan 2018 yang diungkapkan pada tahun 2018 dan 2019.
3. Penggunaan *close price* untuk harga saham dengan menggunakan *event study* dan menggunakan rata-rata *close price* pada 5 hari sebelum pengungkapan dan 5 hari setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Penggunaan *trading volume activity* pada 5 hari sebelum dan 5 hari setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah yang sudah diuraikan di atas dalam penelitian ini, maka perumusan masalah adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan harga saham sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2018?
2. Apakah terdapat perbedaan *trading volume activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2018?
3. Apakah terdapat perbedaan harga saham sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2019?
4. Apakah terdapat perbedaan *trading volume activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2019?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa perbedaan harga saham sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2018.
2. Untuk menganalisa perbedaan *trading volume activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2018.
3. Untuk menganalisa perbedaan harga saham sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2019.
4. Untuk menganalisa perbedaan *trading volume activity* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 2019.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan perusahaan mengenai pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan dan dapat mengetahui bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan efek pada keputusan investor.

## 2. Bagi investor

Investor diharapkan dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai sumber informasi tentang *Corporate Social Responsibility* yang dapat dijadikan dasar investor untuk melakukan investasi.

## 3. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman tentang perbandingan harga saham dan *Trading Volume Activity (TVA)* sebelum dan setelah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini membahas latar belakang dilakukannya penelitian, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II: Landasan Teori**

Bab ini membahas teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang meliputi: teori investasi dan teori mengenai variabel yang digunakan. Selain membahas pengertian, bab ini menyertakan penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya beserta hasil yang didapat, model penelitian, dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

### **Bab III: Metode Penelitian**

Bab ini membahas gambaran umum objek penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji

hipotesis.

#### **Bab IV: Analisis dan Pembahasan**

Bab ini membahas mengenai pengolahan dan hasil analisis data yang diusulkan oleh penulis, dan menjelaskan bahasan yang tertera pada tujuan penelitian.

#### **Bab V: Penutup**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian ini serta saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa maupun pihak yang terkait dari penelitian ini.

