

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)

Rahmi Lara*

Institut Teknologi dan Bisnis Master, Pekanbaru

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap volume perdagangan saham pada perusahaan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2016 hingga 2019. Pengaruh CSR terhadap volume perdagangan saham diinvestigasi sebagai indikator potensial tentang bagaimana tanggapan pasar terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang bersangkutan. Data CSR diukur dengan menggunakan indikator-indikator seperti investasi dalam program sosial, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat. Volume perdagangan saham diukur dengan total saham yang diperdagangkan selama periode penelitian. Analisis regresi panel digunakan untuk menguji hubungan antara variabel CSR dan volume perdagangan saham. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif antara praktik CSR dan volume perdagangan saham perusahaan kimia. Artinya, perusahaan yang lebih aktif dalam melaksanakan program CSR cenderung memiliki volume perdagangan saham yang lebih tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasar menghargai praktik tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung memberikan respon positif dalam bentuk peningkatan minat perdagangan saham. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang pentingnya CSR dalam konteks pasar modal Indonesia, khususnya pada sektor perusahaan kimia. Implikasi praktisnya adalah bahwa perusahaan di sektor ini dapat mempertimbangkan investasi lebih lanjut dalam program CSR untuk tidak hanya mendukung tanggung jawab sosial, tetapi juga potensial dampak positif pada aktivitas perdagangan saham mereka

ARTIKEL HISTORI

Accepted 30 September 2022

KATA KUNCI

Corporate Responsibility, CSR, volume perdagangan saham, perusahaan kimia, Bursa Efek Indonesia, pasar modal, tanggung jawab sosial, investasi sosial

1. Pendahuluan

Didirikannya sebuah perusahaan bertujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal. Para pelaku bisnis tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi kepada stakeholder, tetapi apabila sebuah perusahaan tersebut ingin diterima oleh masyarakat maka harus disertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Perusahaan juga harus menyadari bahwa keberlangsungan hidup dari suatu perusahaan tersebut tergantung dari hubungan perusahaan itu dengan lingkungan dan masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi.

Keberadaan suatu perusahaan dilingkungan masyarakat pasti hampir membawa sebuah dampak negatif, walaupun memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan. Adapun beberapa gangguan pada perusahaan yang terjadi dari pihak luar yang akan berdampak pada lingkungan kerja menjadi tidak kondusif, bahkan dapat menghentikan kegiatan dari perusahaan tersebut. Oleh karena itulah mengapa perusahaan harus melakukan tanggung jawab yang bersifat sosial. Apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan

* CORRESPONDING AUTHOR. Email: Rahmilara.pgpa@gmail.com

sekitar perusahaan tersebut, maka masyarakat akan memberikan kesan atau respon yang positif terhadap perusahaan tersebut. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan,2006).

Pasar modal di Indonesia merupakan pasar yang sedang berkembang (emerging market) yang dalam perkembangannya sangat rentan terhadap kondisi makroekonomi secara umum (Novianto, 2011). Pasar modal merupakan instrumen yang sangat penting karena peran dan fungsi pasar modal yaitu untuk mengalokasikan sumber daya ekonomi secara optimal guna mempertemukan suatu investor. Seiring dengan adanya perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat diharapkan dunia pasar modal Indonesia semakin mengenal dan juga dapat menerapkan investasi yang memiliki tanggung jawab sosial.

Jenis investasi yang diminati oleh investor dipasar modal Indonesia (Bursa Efek Indonesia) salah satunya adalah investasi yang berupa volume perdagangan saham. Volume perdagangan saham merupakan satu indikator likuiditas saham atas suatu informasi yang terdapat di pasar modal. Para investor membutuhkan sejumlah informasi-informasi yang berhubungan dengan dinamika harga saham agar dapat mengambil sebuah keputusan tentang saham perusahaan mana yang layak untuk mereka pilih. Volume perdagangan saham dapat digunakan untuk mengukur apakah para investor atau pemodal individu mengetahui informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan dan menggunakannya dalam pembelian ataupun penjualan saham yang akan mendapatkan keuntungan di atas normal. Naiknya volume perdagangan saham merupakan kenaikan aktivitas jual beli oleh para investor dipasar modal (Sukirno, 2012).

Menurut Neni dan Mahendra (2004) dalam Rizkia Nur Hutami (2015), kecepatan reaksi antara kejadian dan pengaruhnya terhadap harga saham di suatu bursa tergantung pada kekuatan pasar. Maka semakin efesien suatu pasar akan semakin cepat pula informasi tersebut terefleksikan dalam harga yang sama. Suatu volume yang sangat tinggi didalam kegiatan perdagangan saham disuatu bursa akan ditafsirkan sebagai tanda pasar membaik (bullish). Peningkatan volume perdagangan saham di barengi dengan peningkatan harga merupakan gejala yang semakin kuat akan kondisi bullish (Rizkia Nur Hutami, 2015).

Volume perdagangan saham merupakan hal yang sangat penting bagi investor, karena volume perdagangan saham yang menggambarkan kondisi suatu efek yang diperjualbelikan di pasar modal. Bagi investor, sebelum melakukan investasi atau penanaman hal terpenting adalah tingkat likuiditas suatu efek. Wiyani dan wijayanto, (2010) dalam Nasution, dkk, (2015).

Dalam IHSG (indeks harga saham gabungan) yang menunjukkan adanya peningkatan pertumbuhan saham di bursa efek Indonesia pada tahun 2016 sampai tahun 2017, namun terjadi penurunan pada tahun 2018 sebesar 2,5% lalu pada tahun 2019 kembali meningkat namun hanya sebesar 1,7%. Begitu juga dengan IHS (indeks harga saham sektoral) yaitu pada sektor industri kimia yang mana juga mengalami naik turunnya pergerakan saham. Pada tahun 2016 sampai 2017 juga mengalami peningkatan pergerakan saham dan terjadi penurunan saham pada 2018, lalu kembali meningkat dengan signifikan sebesar 14% pada tahun 2019. Hal ini menjelaskan bahwa pergerakan IHSG ataupun IHS masih dapat berfluktuasi atau terjadi ketidakpastian pergerakan saham pada setiap tahunnya.

Naik atau turunnya suatu harga saham sesungguhnya ditentukan oleh jumlah permintaan dan penawaran. Semakin banyaknya investor yang berminat untuk membeli saham perusahaan, maka harga saham itu sendiri akan meningkat. Dan saat ini para investor mulai menggunakan kinerja CSR perusahaan tersebut dalam menentukan saham yang akan mereka beli.

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* awalnya dipahami masih secara sederhana, tetapi sejalan dengan berjalannya waktu *Corporate Social Responsibility* menjadi tuntutan tak terelakkan. Oleh karena itu Perusahaan mendapat tuntutan dari berbagai pihak agar melakukan aktivitas CSR, membuat masyarakat merasa memerlukan informasi mengenai aktivitas CSR yang telah perusahaan itu lakukan, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram dan juga kesejahteraan karyawan dapat terpenuhi.

Pentingnya perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR yaitu untuk keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Program CSR akan memberikan dampak jangka panjang yang akan menjadi nilai lebih untuk perusahaan yang dapat digunakan perusahaan dalam memperluas akses terhadap sumber dayanya. Program CSR juga akan menciptakan peluang kepada perusahaan untuk mendapatkan penghargaan atas aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang akan memberikan manfaat positif.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak lagi hanya bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan dalam mempertanggung jawabkan kegiatan atau operasi dari perusahaannya, melainkan menjadi suatu kewajiban/bersifat wajib bagi beberapa perusahaan untuk menerapkannya.

Menurut Undang-undang No.4 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan terbatas, yang berisikan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan /atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), (2) TJSL sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Maka CSR atau Tanggung Jawab Sosial perusahaan yang sebelumnya merupakan hal yang bersifat sukarela akan berubah menjadi hal yang wajib dilaksanakan.

Adapun sanksi pidana pelanggaran CSR terdapat dalam undang-undang nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, di ancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang dengan kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, di ancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”.

CSR sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis yang mempunyai arti bahwa perusahaan tidak lagi hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi kepada shareholder atau pemegang saham tetapi juga terhadap pihak yang berkepentingan atau stakeholder. CSR dari perusahaan yang akan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, yang didalamnya termasuk pelanggan, pegawai, pemilik atau investor pemerintah dan juga kompetitor. Maka dapat dikatakan bahwa CSR merupakan satu bentuk tindakan yang berawal dari pertimbangan etis perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan, serta masyarakat sekitar.

Salah satu sarana guna mendapatkan informasi yang berhubungan dengan aspek sosial, lingkungan (CSR) dan keuangan suatu perusahaan adalah laporan tahunan (annual report) yang diterbitkan perusahaan. Menurut Guthrie dan Parker (1990), pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk dapat mempertahankan,

membangun dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi maupun politis. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan melalui laporan tahunan akan menjadi salah satu bahan rujukan bagi para investor dan calon investor untuk memutuskan berinvestasi atau tidak pada perusahaan tersebut. Secara tidak langsung penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak kepada pergerakan harga saham, yang pada gilirannya juga akan berdampak pada volume saham yang diperdagangkan atau likuiditas sahamnya (Junaidi, 2005). Oleh sebab itu perubahan pada volume perdagangan saham dapat menunjukkan aktivitas perdagangan saham yang mencerminkan keputusan investasi investor.

Adapun beberapa penelitian yang menghubungkan antara pengungkapan CSR terhadap reaksi pasar dan volume perdagangan yaitu Patten dalam Listyanti, (2011:13) menyimpulkan bahwa volume perdagangan saham berpengaruh signifikan terhadap reaksi investor. Namun dalam Penelitian Purwati (2001) menemukan bahwa tidak ada hubungan (korelasi) yang signifikan antara pengungkapan sosial dengan volume perdagangan saham seputar publikasi laporan tahunan. Namun dalam Zuhroh dan Sukmawati (2003) yang menemukan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang go public berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori high profile. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bhrata (2005) bahwa terdapat pengaruh pengungkapan sosial terhadap reaksi investor yang tercermin dalam harga saham dan volume perdagangan. Dalam penelitian Maria Stefani (2013) mengatakan bahwa CSR secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap volume perdagangan, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka volume perdagangan meningkat.

Objek penelitian ini adalah perusahaan kimia. Perusahaan sub sektor kimia merupakan perusahaan manufaktur yaitu perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi/barang jadi. Industri kimia merujuk pada suatu industri yang terlibat dalam produksi zat kimia, industri ini menggunakan proses kimia termasuk reaksi kimia untuk membentuk zat baru. Industri kimia terlibat dalam pemrosesan bahan mentah yang diperoleh melalui penambangan, pertanian, dan sumber-sumber lain, menjadi material, zat kimia, serta senyawa kimia yang dapat berupa produk akhir atau produk antara yang akan digunakan di industri lain. Industri dasar dan kimia mencakup perubahan bahan organik dan non organik mentah dengan proses kimia dan pembentukan produk. Populasi perusahaan kimia yang terdaftar di BEI pada penelitian ini adalah sebanyak 10 perusahaan.

Dari uraian diatas, maka yang dijadikan objek penelitian ini adalah perusahaan kimia yang tercatat di BEI, alasan memilih perusahaan tersebut adalah karena perusahaan kimia termasuk perusahaan yang banyak mengakibatkan kerusakan sumber daya alam dan alasan lainnya adalah agar adanya pembaharuan penelitian. Peneliti juga menggunakan Trading Volume Activity (TVA) atau aktivitas volume perdagangan saham, yang digunakan sebagai salah satu indikator untuk melihat likuid atau tidak likuidnya suatu saham di pasar modal yang merupakan cerminan dari keadaan perusahaan. Hal ini disebabkan oleh naik turunnya harga saham yang diperdagangkan di lantai bursa yang ditentukan oleh kekuatan pasar.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Sinyal

Brigham dan Houston (2015) menyatakan bahwa teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Signaling theory merupakan sinyal-sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan (Suwardjono dalam Listyanti, 2011:9). Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan salah satu hal yang sangat penting, karena akan berpengaruh terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut sangat penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi tersebut akan memberikan sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik atautah buruk dimasa yang akan datang. Para investor akan tertarik melakukan investasi apabila mereka mendapatkan informasi berupa sinyal baik dari perusahaan (Jogiyanto, 2014).

Bionda et al., (2017) menyatakan sinyal dari tindakan yang diambil manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk bagi investor tentang prospek perusahaan. Jika pihak manajemen perusahaan dapat memberikan sinyal yang meyakinkan pada khalayak publik dan didukung dengan data-data yang mendasarinya, maka tentunya perusahaan akan mendapatkan respon yang positif dari khalayak publik. Dan *Corporate Social Responsibility* atau CSR merupakan salah satu hal atau informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan untuk mendapatkan respon positif tersebut.

Teori Stakeholder

Freeman dalam Safitri, (2015) menyatakan bahwa teori stakeholder adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. Munculnya teori stakeholder sebagai paradigma dominan semakin menguatkan konsep bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap pemangku kepentingan atau stakeholder (Maulida dan Adam, 2012).

Hummels (1998) dalam Nor Hadi (2014:94), stakeholder is *individuals and groups who have legitimate claim on the organization to participate in the decision-making process simply because they are affected by the organisation's practices, policies and actions.*

Batasan stakeholder diatas tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan sebaiknya memperhatikan stakeholder, karena stakeholder adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung dan tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil perusahaan dan dilakukan perusahaan. Apabila perusahaan tidak memperhatikan para stakeholder bukan hal yang tidak mungkin jika perusahaan akan menuai protes dapat mengeliminasi legitimasi stakeholder (Nor Hadi, 2014:94).

Dalam mengembangkan stakeholder theory, Freeman (1983) dalam Susanto dan Tarigan (2013) memperkenalkan konsep stakeholder dalam 2 model yaitu: 1). Model kebijakan dan perencanaan bisnis, dan 2). Model tanggung jawab sosial perusahaan dan manajemen stakeholder. Dalam model pertama, berfokus pada mengembangkan dan mengevaluasi persetujuan strategis sebuah perusahaan dengan kelompok-kelompok yang dukungannya

diperlukan dalam kelangsungan dari usaha perusahaan. Sementara dalam model kedua, perencanaan didalam perusahaan dan analisis diperluas dengan memasukkan pengaruh yang berasal dari eksternal yang mungkin akan berlawanan bagi perusahaan.

Dalam melakukan praktek *Corporate Social Responsibility* tidak bisa terlepas kaitannya dengan istilah stakeholder, karena perusahaan dan stakeholder membentuk suatu hubungan yang saling mempengaruhi. Priantinah (2012:24) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan stakeholdernya.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan mereka berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat, Michelon dan Parbonetti, 2010 (dalam Karina, 2013). O'Donovan (dalam Nor Hadi, 2011:87) menyatakan bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai suatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan suatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi dianggap sangat penting bagi perusahaan karena legitimasi masyarakat terhadap perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepan.

Menurut Ghazali dan Chairi, 2007 dalam Astuti dan Trisnawati, 2015 teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Oleh sebab itu, Teori legitimasi menganjurkan perusahaan meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan dapat menggunakan laporan tahunannya untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan dan sosial. Apabila perusahaan melakukan pengungkapan sosial, maka perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya akan mendapat status dari masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi atau dapat dikatakan terlegitimasi (Adhima, 2012).

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan (Adhima, 2012).

Corporate Social Responsibility

WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) menyebut CSR sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Ruditto dalam Hastuti, 2014)

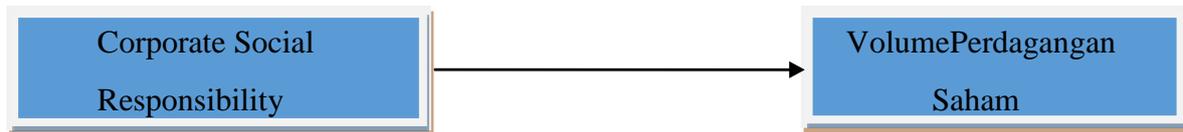
Definisi CSR menurut Aini (2015) adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat perusahaan beroperasi. CSR juga dimaksudkan untuk meminimalisir dampak yang akan ditimbulkan perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya (Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

Menurut Prastowo dan Huda dalam Saraswati (2014), menyatakan bahwa CSR merupakan suatu upaya/mekanisme alamiah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh perusahaan.

CSR itu sendiri merupakan suatu bentuk kepedulian oleh sebuah perusahaan terhadap lingkungan, baik itu lingkungan dalam kegiatan perusahaan maupun lingkungan diluar kegiatan perusahaan. Contoh bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh setiap perusahaan

berbeda-beda atau bermacam-macam mulai dari pemberian beasiswa pendidikan, kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sumbangan bagi masyarakat yang bersifat sosial yang berguna bagi masyarakat banyak dan khususnya masyarakat ditempat perusahaan beroperasi (Septiana & Fitria,2014).

3. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

4. Metode

Untuk memperoleh data serta keterangan dalam penyusunan skripsi adalah dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan jurnal, mencari data laporan tahunan (annual report) yang di publikasikan oleh perusahaan mulai tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 yang di peroleh dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pengumpulan dilakukan dengan cara menelusuri annual report perusahaan, ikhtisar pemegang saham, dan informasi mengenai aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Sugiyono (2018:130) mengartikan bahwa populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 sebanyak 10 perusahaan, dengan alasan perusahaan-perusahaan kimia lebih banyak mempunyai dampak/pengaruh terhadap lingkungan sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:81). Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:85). Adapun kriteria sampel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan Kimia yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2016 sampai tahun 2019
2. Perusahaan Kimia yang menyediakan laporan tahunan secara lengkap selama tahun 2016 sampai tahun 2019 dan memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

5. Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi linear sederhana adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Volume Perdagangan saham, berikut hasil analisis regresi linear sederhana

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.389	8.358		.406	.688
	CSR	.012	.008	.269	1.530	.136

a. Dependent Variable: Volume Perdagangan

Sumber : Data sekunder diolah melalui Spss 21

Dari data diatas maka diketahui nilai constant (a) sebesar 3.389 dan nilai CSR (b/ Koefisien regresi) sebesar 0.012, sehingga dapat disusun persamaan sebagai regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3.389 + 0.012X$$

Dari persamaan diatas dapat di simpulkan bahwa dalam penelitian ini adalah:

a = Konstanta sebesar 3.389 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai CSR (X) maka nilai volume perdagangan sebesar 3.389.

b = Koefisien regresi X sebesar 0.12 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai CSR (X), maka volume perdagangan saham akan bertambah sebesar 0.12.

Dari tabel 1 didapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,136 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Volume Perdagangan saham. Dan berdasarkan nilai t: diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 1,530 < t tabel 1.69726. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X) tidak memiliki pengaruh terhadap Volume Perdagangan saham (Y), dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak.

Tujuan dari pembahasan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan signifikan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap volume Perdagangan pada perusahaan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016-2019.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan ditemukan beberapa hasil. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap volume perdagangan.

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah untuk menguji apakah CSR tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan (Ho) ataupun CSR berpengaruh terhadap volume perdagangan (Ha). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung sebesar 1,530 dengan signifikansi probabilitasnya sebesar 0,136 yang menunjukkan berada di atas 0,05 hal ini berarti Ha ditolak sehingga disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap Volume Perdagangan pada perusahaan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019.

Dari hasil uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel, yang mana nilai t hitung sebesar 1,530 sedangkan nilai t tabel 1,69726. Maka demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pengertian CSR menurut Kotler dan Nancy (2005) CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik dan menyumbangkan beberapa sumber daya perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa CSR hanya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, jadi dapat disimpulkan sebaik apapun perusahaan melakukan aktivitas CSR maka tidak akan mempengaruhi volume perdagangan saham dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan. Hasil ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2011) dengan judul pengaruh “*Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2010-2011”. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu.

6. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap perusahaan kimia yang menjadi sampel dari tahun 2016-2019 dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan dari hasil analisis bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan saham pada perusahaan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2019.

Referensi

- Alyadie, Syifa. 2019. “Pengaruh Beban Penelitian & Pengembangan, GPM, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2014-2018)
- Dipraja, Ibnu. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan”, *Journal of Accounting*, Hal 1-17, 2014.
- Ginting, Hayani Mey Rika. 2019. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan”, *Jurnal Ilmiah Dunia Ilmu*, Vol.5, No 1.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hakim, Abdur Rahman. Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Volume Perdagangan Saham Studi pada Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2019.
- [Http://www.BursaEfekIndonesia.co.id](http://www.BursaEfekIndonesia.co.id) (<http://www.idx.co.id>).
- [Htts://www.edusaham.com](https://www.edusaham.com). Sektor Industri Kimia. Di akses pada 02 April 2021.
- Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, Vidi Visensius. 2019. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure dan Voluntary Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient dengan Earning Persistence Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Kristanto, Muhammad Enggal dan Idris. “Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs, dan Suku Bunga Terhadap Pergerakan Bersama Return Saham IHSG dan Volume Perdagangan Periode Januari 2006-Desember 2015”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5, Nomor 3, 2016.

- Kurniawan, Trisna. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
- Murad, Ahmad. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan", *Jurnal Ilmiah Rinjani (JIR)*, Vol.8, N0.3, 2020.
- Putri, Hanni Chyntia Maita Putri dan Surya Raharja. 2013. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating. *Dipenogoro Journal Of Accounting*, Vol.2, Nomor 3, Halaman 1.
- Ramadhan, et al., Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI, <https://repository.unej.ac.id> Diunduh pada tanggal 24 april 2021.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saputra, Arif Reza Ady. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI". *JOM FISIP*, Vol. 5: Edisi 1 Januari-Juni 2018
- Sidqi, Ichwan Fandi dan Bulan Prabawani. 2017. "Analisis Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Sebelum dan Sesudah Stock Split". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No 1.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*,. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Stefani, Maria. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Volume Perdagangan Saham pada Industri Makanan dan Minuman yang tercatat di BEI*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013.
- Sunaryono. 2015. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Berbagai Perspektif Kajian*. Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja (AURA).
- Taslim, Ahmad dan Andhi Wijayanto. 2016. "Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Kapitalisasi Pasar dan Jumlah Hari Perdagangan Terhadap Return Saham. *Jornal Management Analysis*. Vol.5, No 1.
- Vijaya, Diota Prameswari. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial perusahaan Terhadap Aktivitas Volume Perdagangan Saham*, <http://ejournal.undiksha.ac.id> Diunduh pada tanggal 20 januari 2021.
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT).<http://www.ojk.go.id> Diunduh pada 25 Januari 2021