

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Harga Saham

Saham atau yang juga biasa disebut dengan sekuritas atau efek adalah salah satu instrument pasar keuangan dalam hal pendanaan perusahaan. Menurut Husnan (2005:29):

Sekuritas (saham) merupakan secarik kertas yang menunjukkan hak pemodal (yaitu pihak yang memiliki kertas tersebut) untuk memperoleh bagian dari prospek atau kekayaan organisasi yang menerbitkan sekuritas tersebut dan berbagai kondisi yang memungkinkan pemodal tersebut menjalankan haknya.

Pengertian lainnya mengenai saham dikemukakan oleh Fahmi (2012: 81), yaitu :

Saham merupakan tanda bukti penyertaan kepemilikan modal atau dana pada suatu perusahaan. Atau saham merupakan kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegang saham.

Undang-undang No 8 tahun 1995 tentang pasar modal menyebutkan bahwa pasar modal didefinisikan sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkan, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Jadi, saham adalah kertas yang diperdagangkan di pasar modal dan menunjukkan kepemilikan suatu pihak atas suatu entitas yang mengeluarkan saham tersebut dan menyebabkan pemilik saham tersebut berhak atas kekayaan entitas dan deviden yang dikeluarkan entitas setiap tahunnya.

Pada umumnya, saham dibagi menjadi 2 jenis. Menurut Fahmi (2012: 81) jenis-jenis saham adalah:

1. Saham Biasa (*Common Stock*)
Merupakan surat berharga dimana pemegangnya memiliki hak mengikuti Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB), serta berhak untuk menentukan membeli *right issue* (penjualan saham terbatas) atau tidak, dan memperoleh keuntungan berupa deviden di akhir tahun.
Saham biasa dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a) *Blue chip-stock* (saham unggulan), saham dari perusahaan yang dikenal secara nasional dan memiliki sejarah laba, pertumbuhan dan manajemen yang berkualitas.
 - b) *Growth stock*, saham-saham yang diharapkan memberikan pertumbuhan laba yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata saham lain.
 - c) *Defensive stock* (saham-saham defensif), saham yang cenderung stabil meskipun dalam keadaan perekonomian yang labil atau tidak menentu, contohnya saham *food and beverage*.
 - d) *Cyclical Stock*, saham yang nilainya cenderung naik pesat saat keadaan ekonomi baik, dan turun secara cepat saat keadaan ekonomi buruk.
 - e) *Seasonal stock*, saham perusahaan yang penjualannya bervariasi karena musiman. Contohnya saat musim liburan mainan anak-anak memiliki penjualan yang tinggi.
 - f) *Speculative stock*, saham yang kondisinya memiliki tingkat spekulasi yang tinggi, namun kemungkinan tingkat pengembaliannya rendah.
2. Saham Istimewa (*Preferred Stock*)
Merupakan surat berharga dimana pemegangnya akan memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk deviden yang diterima setiap kuartal (tiga bulanan).

Untuk menghitung nilai buku suatu saham, beberapa nilai yang berhubungan dengan saham tersebut perlu untuk diketahui. Menurut Shidiq (2012), lembar saham mempunyai nilai atau harga dan dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu:

1. Harga Nominal
Harga yang tercantum dalam sertifikat saham yang ditetapkan oleh emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkan. Besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena deviden minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.
2. Harga Perdana
Harga ini merupakan harga saat saham itu dicatat di bursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan emiten. Dengan demikian akan diketahui berapa harga saham itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.
3. Harga Pasar
Kalau harga perdana merupakan harga jual dari perjanjian emisi kepada investor, maka harga pasar adalah harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain. Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatat di bursa. Transaksi di sini tidak lagi melibatkan emiten dan penjamin emisi harga, ini disebut sebagai harga di pasar sekunder dan harga inilah yang benar-benar mewakili harga perusahaan penerbitnya, karena transaksi di pasar sekunder, kecil sekali terjadi negosiasi harga investor dengan

perusahaan penerbit. Harga yang setiap hari diumumkan di surat kabar atau media lain adalah harga pasar.

Harga saham dapat dipengaruhi oleh beberapa kondisi dan situasi. Menurut Fahmi (2012: 87), beberapa kondisi dan situasi yang menentukan suatu saham mengalami fluktuasi adalah sebagai berikut:

1. Kondisi makro dan mikro ekonomi.
2. Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha), seperti membuka kantor cabang (*brand office*), kantor cabang pembantu (*sub brand office*), baik dibuka di domestic maupun luar negeri.
3. Pergantian direksi secara tiba-tiba
4. Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan
5. Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam setiap waktunya
6. Risiko sistematis, yaitu suatu bentuk risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat.
7. Efek dari psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Selain informasi keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh *stakeholder* dan *shareholder* melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR adalah “*continuing commitment by business to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large.*”

Robins dalam Rahayu (2010) berpendapat bahwa definisi CSR adalah :

CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and stakeholder relations on a voluntary basis; it is about managing companies in a socially responsible manner.

Definisi lain mengenai CSR yang diungkapkan oleh Wibisono (2007: 8) adalah:

Tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (triple bottom line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dari beberapa definisi yang telah diungkapkan di atas, maka disimpulkan bahwa CSR adalah bentuk komitmen berkelanjutan perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berkontribusi pada perkembangan ekonomi seiring dengan meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan.

Sampai saat ini, standar pelaporan pertanggung jawaban sosial belum mempunyai standar yang baku. Pengungkapan CSR menurut Sembiring (2005) dapat diukur berdasarkan indikator-indikator berikut:

1. Lingkungan

- 1) Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
- 2) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
- 3) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
- 4) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas.
- 5) Penggunaan material daur ulang.
- 6) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
- 7) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
- 8) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
- 9) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
- 10) Pengelolaan limbah.
- 11) Riset mengenai pengelolaan limbah.
- 12) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
- 13) Perlindungan lingkungan hidup.

2. Energi

- 1) Menggunakan energi secara efisien dalam kegiatan operasi.

- 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
 - 3) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
 - 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
 - 5) Peningkatan efisiensi energi dan produk.
 - 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
 - 7) Mengungkapkan kebijakan energi dari perusahaan.
3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja
- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau risiko dalam lingkungan kerja.
 - 2) Mempromosikan keselamatan kerja dan kesehatan fisik atau mental.
 - 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
 - 4) Menaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
 - 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
 - 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
 - 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
 - 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
4. Lain-Lain Tentang Tenaga Kerja
- 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/ orang cacat.
 - 2) Mengungkapkan presentase/ jumlah tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tenaga manajerial.
 - 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam pekerjaan.
 - 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/ orang cacat.
 - 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program melalui program tertentu di tempat kerja.
 - 6) Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
 - 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
 - 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau telah membuat kesalahan.
 - 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
 - 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
 - 11) Pengungkapan presentase gaji untuk pensiun.

- 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
 - 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
 - 14) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
 - 15) Mengungkapkan disposisi staff dimana staff ditempatkan.
 - 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
 - 17) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
 - 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
 - 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
 - 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
 - 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
 - 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
 - 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
 - 25) Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja.
 - 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
 - 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum.
 - 28) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
 - 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
5. Produk
- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan termasuk pengemasan.
 - 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
 - 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
 - 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
 - 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
 - 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
 - 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan/ kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.

- 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
 - 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
 - 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya, ISO 9000)
6. Keterlibatan Masyarakat
- 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni.
 - 2) Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/ pelajar.
 - 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
 - 4) Membantu riset media.
 - 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pameran seni.
 - 6) Membiayai program beasiswa.
 - 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
 - 8) Mensponsori kampanye nasional.
 - 9) Mendukung pengembangan industri lokal.
7. Umum
- 1) Pengungkapan tujuan. Kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
 - 2) Informasi hubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut di atas.

Salah satu metode atau pendekatan yang dapat dilakukan untuk pengungkapan CSR adalah dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam Laporan Tahunan (Freedman dalam Kuntari dan Sulistyani, 2007). Instrumen pengukuran dalam pengungkapan CSR yang dapat digunakan adalah *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Menurut Primario (2007), langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mendapatkan hasil dari CSRI adalah :

1. Membuat suatu daftar pengungkapan sosial. Daftar disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing-masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapannya pada laporan yang bersangkutan.

2. Menentukan indeks pengungkapan sosial untuk perusahaan berdasarkan daftar pengungkapan sosial. Dalam menentukan indeks ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Pemberian skor pengungkapan bersifat dikotomi, dimana sebuah item pengungkapan diberi skor 1 apabila diungkapkan dan diberi skor 0 jika tidak diungkapkan. Menggunakan model pengungkapan yang tidak diberi bobot sehingga memperlakukan semua item pengungkapan secara sama.
 - b. Skor yang diperoleh dijumlahkan untuk mendapatkan skor total.
 - c. Perhitungan indeks dilakukan dengan cara membagi skor total dengan skor total yang diharapkan.

Rumus perhitungan CSRI menurut Haniffa (2005) adalah :

$$CSRI = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

n : Jumlah item untuk perusahaan

$\sum X$: Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan.

Dummy variable : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item i tidak perusahaan diungkapkan.

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan simbol yang berhubungan dengan peluang dan kemampuan perusahaan dalam hal pendanaan, salah satunya adalah pasar modal. Menurut Brigham dan Houston (2001:117) “Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian.” Machfoedz dalam Suwito dan Herawaty (2005) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai berikut :

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan.

Ukuran perusahaan yang juga sering disebut *Size* menurut Seftianne dan Handayani (2011) merupakan :

suatu ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan oleh perusahaan tersebut. Penentuan besar kecilnya ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aktiva, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva.

Badan Standardisasi Nasional dalam Sulistiono (2010) menyatakan bahwa kategori ukuran perusahaan ada 3, yaitu:

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000,- sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-.

3. Perusahaan Besar

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000,-.

Untuk mengukur ukuran perusahaan, Prasetya (2011) menyatakan bahwa ada tiga alternatif indikator yang dapat digunakan antara lain :

1. Nilai total aset yang dapat diperoleh dari neraca.
2. Besarnya total penjualan bersih yang dapat diperoleh dari laporan laba rugi.
3. Nilai kapitalisasi pasar yang diperoleh dengan cara mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga saham.

2.4 *Net Profit Margin (NPM)*

Net Profit Margin menggambarkan besarnya laba bersih setelah pajak yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan, Sofyan (2008). Menurut Hanafi, dalam Putri (2012), NPM menunjukkan perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Rasio ini digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan

perusahaan yang bersangkutan dalam menghasilkan laba bersih ditinjau dari sudut total penjualannya.

NPM adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih setelah dipotong pajak (Alexandri, 2008). Hubungan antara laba bersih sesudah pajak dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengemudikan perusahaan secara cukup berhasil untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu resiko. Hasil dari perhitungan mencerminkan keuntungan neto per rupiah penjualan. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui hal tersebut investor dapat menilai apakah perusahaan itu *profitable* atau tidak. Maka, disimpulkan bahwa rumus untuk menilai *Net Profit Margin* adalah seperti berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Penjualan}} \times 100$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut di tampilkan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut ditampilkan dalam Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Hamdani (2014)	Hubungan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham Pada Perusahaan	Variabel Dependen : - Harga Saham - Kinerja Keuangan Variabel Independen : - Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terkait signifikan terhadap kinerja keuangan. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terkait signifikan terhadap harga saham.

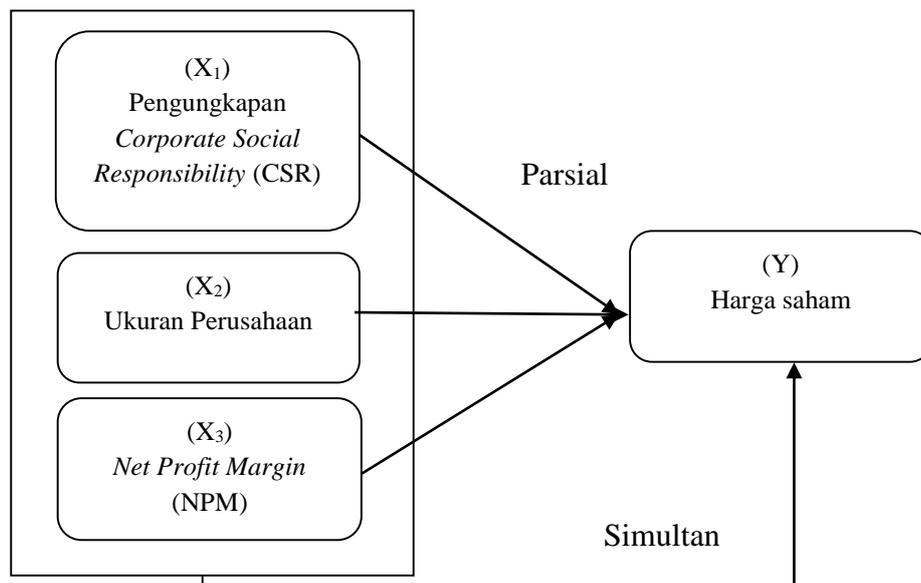
	LQ45.	(CSR)	
Deitiana (2011)	Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen terhadap Harga Saham.	Variabel Dependen : - Harga saham Variabel Independen: - Rasio profitabilitas - Rasio likuiditas - Pertumbuhan penjualan - Dividen	Hasil penelitian tersebut adalah rasio profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap harga saham. Sedangkan, rasio likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan dividen tidak mempunyai pengaruh terhadap harga saham.
Pratomo (2010)	Analisis Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Harga Saham Perusahaan	Variabel Dependen : - Harga Saham Variabel Independen : - Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Kontrol : - <i>Earnings Per Share</i> - <i>Return On Investment</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa simultan pengungkapan informasi CSR, EPS, dan ROI mempunyai terhadap harga saham. Secara parsial, pengungkapan CSR dan EPS tidak berpengaruh positif terhadap harga saham sedangkan ROI mempunyai pengaruh positif terhadap harga saham.
Anwar (2010)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham	Variabel Dependen : - Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Independen : - Kinerja keuangan (ROA, ROE, EVA) - Harga Saham	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara ROA, ROE, EVA, dan CSR berpengaruh terhadap harga saham baik secara simultan maupun secara parsial.
Paramita (2012)	Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	Variabel Dependen : - <i>Earnings Response</i>	Hasil dari penelitian adalah tidak adanya pengaruh yang signifikan antara <i>firm size</i> terhadap ERC.

	(ERC) dengan <i>Voluntary Disclosure</i> Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Coefficient</i> Variabel Independen: - <i>Firm Size</i>	
Widjaja (2009)	Pengaruh <i>Current Ratio</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Return Saham</i> Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia	Variabel Independen : - <i>Current Ratio</i> - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : - <i>Return Saham</i>	Hasil dari penelitian adalah <i>Current Ratio</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.
Solechan (2010)	Pengaruh <i>Earning</i> , Manajemen Laba, IOS, Beta, <i>Size</i> dan Rasio Hutang Terhadap <i>Return</i> Hutang Terhadap Return Saham Pada Perusahaan yang <i>Go Public</i> di BEI	Variabel Dependen : - <i>Return Saham</i> Variabel Independen : - <i>Earning</i> - Manajemen Laba - IOS - Beta - <i>Size</i> - Rasio Hutang	Hasil dari penelitian adalah <i>earning</i> berpengaruh positif terhadap <i>return</i> saham. Manajemen laba, IOS, Beta, dan <i>Size</i> tidak berpengaruh terhadap <i>return</i> saham. Sedangkan rasio hutang berpengaruh negatif terhadap <i>return</i> saham.
Aksinia (2014)	Pengaruh <i>Return On Equity</i> (ROE) dan Ukuran	Variabel Dependen : - Harga Saham	Hasil dari penelitian adalah variabel harga emas dapat memoderasi ROE dalam mempengaruhi harga saham

	Perusahaan (<i>Company Size</i>) Terhadap Saham Perbankan Dimoderasi Oleh Variabel Harga Mas	Variabel Independen : - <i>Return On Equity</i> - Ukuran Perusahaan	perbankan. Sedangkan variabel emas tidak memoderasi ukuran perusahaan dalam mempengaruhi harga saham perbankan.
Viandita (2012)	Pengaruh <i>Debt Ratio</i> (DR), <i>Price To Earning Ratio</i> (PER), <i>Earning Per Share</i> (EPS) dan <i>Size</i> Terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Variabel Dependen : - Harga Saham Variabel Independen : - DR - PER - EPS - <i>Size</i>	Hasil dari penelitian adalah secara simultan DR, PER, EPS, dan <i>Size</i> berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan secara parsial, hanya EPS yang berpengaruh terhadap harga saham.
Hartono dan Sihotang (2009)	Analisis Hubungan Profitabilitas dengan Pergerakan Harga Saham pada Sektor Usaha Perbankan di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen : - Harga Saham Variabel Independen : - NPM - ROA - ROE	Hasil dari penelitian adalah hanya ROE yang berpengaruh signifikan terhadap pergerakan harga saham. Sedangkan NPM dan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap pergerakan harga saham.

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan konsep yang menggambarkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang teridentifikasi sebagai masalah riset (Sugiyono, 2010). Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa hasil penelitian, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu Pengungkapan CSR yang diproksikan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) sebagai X_1 , ukuran perusahaan sebagai X_2 , dan NPM sebagai X_3 serta satu variabel dependen yaitu harga saham sebagai Y .

2.7 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- H₁ = Pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, dan NPM secara simultan berpengaruh terhadap harga saham.
- H₂ = Pengungkapan CSR secara parsial berpengaruh terhadap harga saham.
- H₃ = Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap harga saham.
- H₄ = NPM secara parsial berpengaruh terhadap harga saham.