

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pasar modal merupakan salah satu lembaga yang memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Menurut Fahmi & Hadi (2009:41) keberadaan pasar modal di suatu negara bisa menjadi acuan untuk melihat bagaimana kegairahan atau dinamisnya bisnis negara yang bersangkutan dalam menggerakkan berbagai kebijakan ekonominya. Undang-undang No. 21 tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan mengungkapkan bahwa pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek sebagaimana dimaksud dalam undang-undang mengenai pasar modal. Menurut Waspada (2010:42), pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor) yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja, dan lain-lain. Fungsi berikutnya yaitu sebagai sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempakan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing instrumen.

Salah satu instrumen keuangan dalam pasar modal yang paling populer dan banyak dipilih investor ialah saham. Saham merupakan surat berharga yang menunjukkan tanda kepemilikan modal pada suatu perusahaan. Menurut Fahmi (2012:81) saham merupakan instrumen pasar modal yang paling banyak diminati oleh investor karena saham mampu memberikan tingkat pengembalian (*return*) yang menarik. Dengan berinvestasi pada saham, investor akan memperoleh keuntungan sebagai bentuk kewajiban yang harus diterima yaitu memperoleh *capital gain* dan deviden, serta memiliki hak suara bagi pemegang saham biasa (Fahmi, 2012:86).

Cindy Ananda Putri, 2019

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP RETURN SAHAM (STUDI PADA PERUSAHAAN CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR DI BEI)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tujuan utama investor melakukan investasi pada saham ialah untuk memaksimalkan kekayaan dengan mendapatkan pengembalian (*return*) yang tinggi atas investasi yang dilakukannya. *Return* atau tingkat pengembalian menurut Brigham & Houston (2011: 215) adalah selisih antara jumlah yang diterima dan jumlah yang diinvestasikan, dibagi dengan jumlah yang diinvestasikan. Sedangkan Hartono (2016:107) menyebutkan bahwa “*return* merupakan hasil yang diperoleh dari investasi”. *Return* saham tersebut dapat berupa *capital gain* yaitu keuntungan dari selisih harga jual dan harga beli saham maupun berupa deviden yaitu pembagian sejumlah laba perusahaan kepada para pemegang saham. Hal ini sejalan dengan Samsul (2015:160) yang menyebutkan bahwa setiap investor yang melakukan investasi saham memiliki tujuan yang sama, yaitu mendapatkan *capital gain* dan deviden tunai. *Return* saham yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah *capital gain*, karena tidak semua perusahaan membagikan deviden setiap tahun dan *return* yang lebih banyak diincar oleh investor ialah berupa *capital gain*.

Return saham ideal merupakan *return* yang sesuai dengan harapan investor yaitu dapat menghasilkan *capital gain* atau keuntungan yang potensial sesuai tujuannya dalam berinvestasi yaitu untuk memaksimalkan *return*. Pada dasarnya, *return* saham berbanding positif dengan risiko, artinya semakin besar risiko yang ditanggung oleh pemegang saham, maka *return* (keuntungan) akan semakin besar pula, begitu juga sebaliknya. Hal ini dikenal dengan istilah *high risk high return*. Tandelilin (2010:159) menyebutkan bahwa “*return* yang akan diperoleh investor sangat bergantung pada harga saham 1 tahun mendatang”, sehingga besarnya *return* saham tidaklah pasti karena mengikuti pergerakan harga saham. Oleh karena itu, dalam berinvestasi investor harus bisa mempertimbangkan dan menilai perusahaan yang tepat agar dapat memberikan *return* yang sesuai dengan harapan.

Salah satu sektor industri dalam pasar modal yang paling banyak diminati investor adalah sektor barang konsumsi (*consumer goods*). Sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi menjadi beberapa sub sektor, diantaranya makanan dan minuman (*food and beverage*), rokok (*tobacco manufactures*), farmasi (*pharmaceutical*), kosmetik dan keperluan rumah tangga (*cosmetic & household*), serta peralatan rumah tangga (*housewares*). Berinvestasi di sektor

konsumsi dapat menjadi alternatif isi portofolio ketika investasi di perusahaan sektor lain menunjukkan pelemahan kinerja. Seperti halnya ketika sektor properti mengalami penurunan kinerja yang cukup signifikan sejak *BI rate* dinaikkan dan saat harga komoditas tambang dan perkebunan belum menunjukkan kenaikan harga yang menyebabkan kinerja perusahaan perkebunan dan pertambangan menurun. Meredupnya kinerja perusahaan di sektor lain mendorong investor mulai mencari alternatif investasi pada sektor yang masih bisa tumbuh, salah satunya adalah sektor barang konsumsi (*consumer goods*). Selain itu, sektor *consumer goods* merupakan salah satu sektor industri penggerak perekonomian, karena produk akhirnya dipastikan banyak dikonsumsi masyarakat luas. Seiring tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus meningkat, maka pemakaian akan produk sektor industri ini juga akan meningkat. Sehingga investasi di perusahaan *consumer goods* menjadi alternatif yang dapat dipertimbangkan bagi para investor (seputarforex.com, 23 Oktober 2014).

Sektor barang konsumsi merupakan sektor yang dianggap dapat terus bertahan bahkan di tengah krisis global, karena permintaan pada sektor tersebut tetap tinggi. Data Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) pada tahun 2017 menunjukkan bahwa *consumer goods* adalah sektor yang paling diminati dengan realisasinya sebesar Rp 38,5 triliun. Sekalipun daya beli masyarakat turun karena maraknya penjualan ritel dalam jaringan (*online*), sejumlah perusahaan *consumer goods* masih bisa meraih kinerja positif. Namun, beberapa tahun belakang ini saham sektor *consumer goods* mengalami penurunan. Salah satu perusahaan dalam sektor *consumer goods* yaitu PT HM Sampoerna Tbk (HMSA) pada tahun 2017 memimpin sebagai perusahaan dengan kapitalisasi pasar terbesar dengan nilai Rp 550 triliun. Tetapi awal tahun 2018 nilai *market cap* HMSA hanya Rp 425 triliun. Angka tersebut turun 22,75% dibandingkan posisi akhir tahun 2017 lalu. Perusahaan sektor barang konsumsi lainnya yang masuk ke dalam *big caps* di pasar modal yaitu PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Co. Tbk (UNVR) serta PT Gudang Garam Tbk (GGRM) pun sama-sama mengalami penurunan. Kapitalisasi pasar UNVR menunjukkan penurunan 18,54% dari Rp 426 triliun menjadi Rp 347 triliun. Sedangkan kapitalisasi pasar GGRM menunjukkan penurunan 18,63% dari Rp161

triliun menjadi Rp131 triliun. Kinerja keuangan perusahaan tersebut memang sedang tertekan. Sehingga, penurunan saham perusahaan-perusahaan tersebut sejalan dengan kinerja perusahaannya (cnbcindonesia.com, 07 Februari 2018)

Selain itu, sepanjang sembilan bulan pertama tahun 2017, tiga dari empat emiten terbesar di sub sektor makanan dan minuman mencatatkan pelemahan pertumbuhan laba bersih, diantaranya yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ). Pelemahan pertumbuhan laba bersih tersebut diakibatkan oleh penjualan yang tertekan. Penurunan nilai kapitalisasi pasar di sektor barang konsumsi juga disebabkan kenaikan bahan baku. Hal ini mengakibatkan laba bruto perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan sebelumnya. Kenaikan bahan baku tersebut dipengaruhi oleh dollar AS yang menguat. Penguatan dollar AS pun membuat beberapa perusahaan yang memiliki utang dollar AS menanggung beban bunga pinjaman lebih tinggi. Hal tersebut mengakibatkan penurunan harga saham yang juga mempengaruhi *return* saham perusahaan bersangkutan.

Berikut rata-rata *return* saham pada perusahaan yang tergabung dalam tiap sub sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2018:

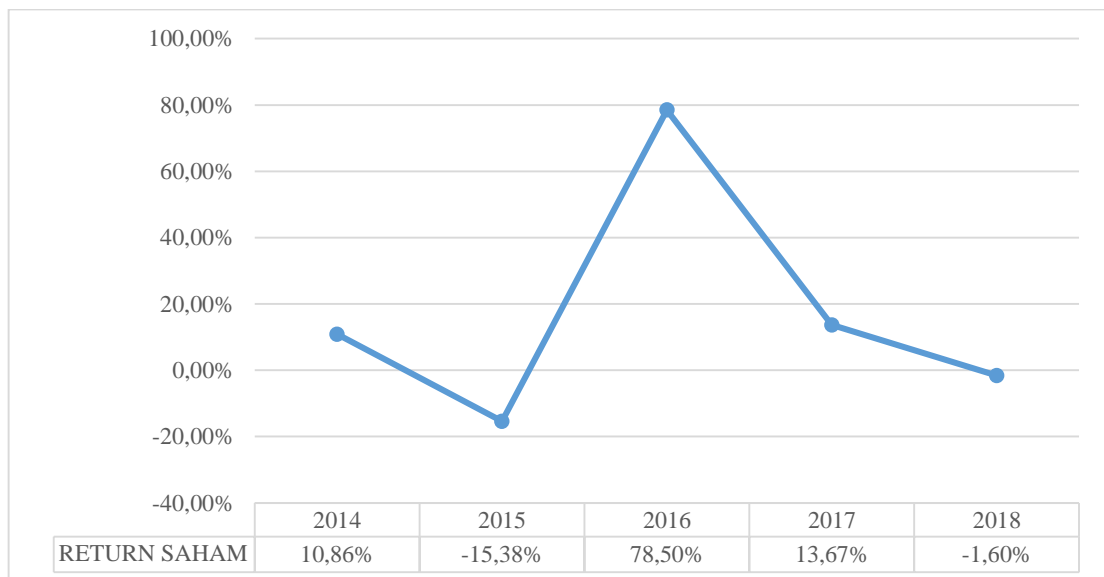
Tabel 1.1
Rata-rata *Return* Saham Penutupan Perusahaan Sektor *Consumer Goods*
Tahun 2014-2018

NO	SUB SEKTOR	RETURN SAHAM				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	FOOD AND BEVERAGES	19,20%	-10,81%	17,39%	17,45%	1,57%
2	TOBACCO MANUFACTURERS	9,76%	-1,40%	3,82%	-0,23%	-22,76%
3	PHARMACEUTICALS	31,92%	-28,17%	384,13%	3,44%	-2,42%
4	COSMETICS AND HOUSEHOLD	3,09%	-15,47%	3,43%	14,59%	-10,55%
5	HOUSEWARE	-9,67%	-21,07%	-16,27%	33,10%	26,15%
	RATA-RATA	10,86%	-15,38%	78,50%	13,67%	-1,60%

Sumber: *IDX Yearly Statistics* tahun 2014-2018 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diperoleh informasi bahwa rata-rata *return* saham berupa *capital gain/loss* pada setiap sub sektor yang tergabung dalam sektor barang konsumsi (*consumer goods*) dari tahun 2014 hingga tahun 2018 menunjukkan pergerakan yang fluktuatif. *Return* saham tertinggi diperoleh sub sektor *pharmaceuticals* pada tahun 2016 yaitu 384,13%, sedangkan *return* saham terendah sama-sama diperoleh sub sektor *pharmaceuticals* namun pada tahun 2017 yaitu sebesar -28,17%. Dari 5 sub sektor yang tercatat dalam sektor *consumer goods* selama 5 tahun tersebut, hanya terdapat 1 sub sektor atau sebesar 20% yang memiliki *return* saham cenderung meningkat, yaitu sub sektor *houseware*. Sedangkan 4 sub sektor lainnya atau sebesar 80% memiliki *return* saham yang cenderung menurun. Sub sektor tersebut ialah *food and beverage*, *tobacco*, *pharmaceuticals*, dan *cosmetic & household*.

Jika digambarkan melalui grafik, rata-rata *return* saham penutupan pada perusahaan yang tergabung dalam sektor *consumer goods* dari tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1
Grafik Rata-rata *Return* Saham Penutupan Perusahaan Sektor *Consumer Goods* Tahun 2014-2018

Berdasarkan gambar 1.1 terkait rata-rata *return* saham *consumer goods* selama tahun 2014-2018 menunjukkan grafik yang cenderung menurun. Oleh karena

itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perusahaan yang tercatat pada sektor *consumer goods* mengalami penurunan *return* saham atau dapat dikatakan *capital loss*. Apabila *return* saham perusahaan mengalami penurunan artinya investor tidak mendapatkan keuntungan atau *capital gain* tetapi sebaliknya yaitu mengalami kerugian (*loss*) dan tujuan investor mendapat *return* yang ideal tidak tercapai. Kemungkinan, investor akan melakukan *cut loss* (jual rugi) karena khawatir harga saham semakin merosot dan kerugiannya semakin besar. Resiko paling buruk bagi investor adalah apabila *return* saham terus menurun dan perusahaan brangkut maka investor memiliki hak paling akhir setelah perusahaan dilikuidasi.

Selain berdampak pada investor, *return* saham yang terus menurun akan berdampak pula pada perusahaan bersangkutan. Hal tersebut akan mengakibatkan berkurangnya kepercayaan investor untuk berinvestasi. Investor enggan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut karna khawatir di masa mendatang akan mengalami kerugian berinvestasi. Selain itu, investor akan beralih pada perusahaan lain yang dirasa lebih menguntungkan. Hal ini berarti bahwa dengan menurunnya *return* saham akan mengakibatkan menurunnya pula minat investor. Berkurangnya minat investor akan mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan dalam memperoleh pendanaan investasi yang merupakan salah satu sumber modal perusahaan. Selain itu, apabila perusahaan mengalami kerugian berkelanjutan dan menyebabkan harga saham terus menurun maka perusahaan terancam *delisting* atau tidak tercatat lagi dalam pasar modal dan kegiatan perdagangan sahamnya terhenti. Tentunya hal tersebut akan berpengaruh pada perusahaan dalam menjalankan operasinya dan dalam mengembangkan usahanya.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, *return* saham perusahaan yang tergabung dalam sektor barang konsumsi (*consumer goods*) cenderung mengalami penurunan. *Return* saham yang menurun merupakan *capital loss* bagi investor. *Capital loss* terjadi jika harga saham pada suatu periode lebih rendah daripada harga saham periode sebelumnya. Tidak hanya merugikan investor, harga saham yang terus menurun juga dapat merugikan perusahaan, karena investor

dalam menanamkan modalnya akan memperhatikan pergerakan harga saham perusahaan sebagai gambaran *return* yang akan didapatkan di masa mendatang.

Ada banyak faktor yang dapat menyebabkan pergerakan harga saham yang tentunya akan mempengaruhi pula tingkat pengembalian saham (*return*). Menurut Hartono (2008:195), faktor yang mempengaruhi *return* saham ialah variasi tingkat pengembalian saham yang disebabkan dari penilaian pada kinerja perusahaan. Semua persepsi yang positif terhadap kinerja perusahaan akan membawa harga saham ke tingkat yang lebih tinggi dari semula. Hal ini disebabkan karena saham tersebut memberikan *return* yang optimal. Sebaliknya jika ternyata membuat persepsi yang negatif bagi investor, maka harga saham akan bergerak ke arah yang lebih rendah dari sebelumnya. Dalam penilaian kinerja perusahaan, investor kini tidak hanya melihat informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan saja, tetapi investor juga melihat kinerja lingkungan dan informasi sosial yang diungkapkan perusahaan agar investor mengetahui perusahaan mana yang dapat menguntungkan dalam jangka panjang atau berkelanjutan, tidak hanya menguntungkan dalam jangka pendek saja. Informasi sosial perusahaan dapat dilihat dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tertuang dalam laporan tahunan (*annual report*).

Ang (1997:20) menyebutkan bahwa *return* atas suatu investasi termasuk saham dipengaruhi beberapa faktor. Faktor pertama yaitu faktor internal perusahaan seperti kualitas dan reputasi manajemen, struktur permodalan, struktur hutang perusahaan, pengungkapan CSR, dan lain-lain. Faktor kedua menyangkut faktor eksternal, seperti pengaruh kebijakan fiskal dan moneter, perkembangan sektor, dan lain sebagainya. Selain itu, Soedijatno & Siddik (2009:225) menyebutkan bahwa:

Faktor yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham perusahaan, antara lain keadaan kondisi keuangan perusahaan, kondisi perekonomian dan politik negara, kondisi global, dan khususnya untuk masa sekarang ini pasar juga lebih memperhatikan lagi masalah tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

Dari beberapa faktor yang telah dipaparkan tersebut, pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu

faktor yang dapat mempengaruhi *return* saham. Sejalan dengan itu, Hadi (2011:93) mengemukakan bahwa:

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham karena CSR pada saat ini dianggap sebagai etika bisnis, bahwa timbulnya kesadaran perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi terhadap pemegang saham (*shareholder*) saja, tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap stakeholder (pemangku kepentingan).

Menurut Soedijatno & Siddik (2009:225), hal ini berkaitan dengan munculnya isu-isu global mengenai pertanggung jawaban sosial perusahaan sehingga investor menjadikan informasi kinerja perusahaan dalam bidang sosial sebagai bahan pertimbangannya untuk melakukan investasi pada saham perusahaan yang bersangkutan. Sayekti & Wondabio (2007:2) pun mengemukakan bahwa survey global yang dilakukan *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan hasil 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBSCD) adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal) dan komunitas secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan yang nantinya memberikan manfaat bagi perusahaan sendiri maupun untuk pembangunan (Suharto, 2010:4). Sedangkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) menurut Lako (2011:25) ialah salah satu proses mengukur, mencatat, pelaporan, dan mengungkapkan informasi yang terkait dengan apa saja efek sosial dan lingkungan dari tindakan-tindakan ekonomi yang dilakukan perusahaan pada masyarakat dan *stakeholder* perusahaan.

Di Indonesia sejak disahkannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, kesadaran perusahaan melaksanakan CSR kian meningkat (Lako, 2016:47). Pelaksanaan CSR pun didukung dengan UU No. 25 Pasal 15b Tahun

2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Pelaksanaan program CSR akan membawa dampak positif bagi perusahaan. Menurut Lako (2016:49), banyak riset yang menunjukkan bahwa CSR merupakan asset tidak berwujud yang sangat strategis untuk menjadi *value creator* bagi perusahaan dalam jangka panjang. Reputasi, citra, nama baik, kinerja laba, dan nilai perusahaan akan bertumbuh secara berkelanjutan. Oleh karena itu, dengan berkembangnya zaman semakin banyak perusahaan yang menyadari pentingnya melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta mengungkapkannya kepada *stakeholders*.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menarik minat investor dengan cara memberikan *signal* melalui informasi pengungkapannya yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini sesuai dengan Kotler & Lee (2005:11) yang menyebutkan bahwa manfaat melakukan dan mengungkapkan CSR bagi perusahaan salah satunya ialah meningkatkan daya tarik investor. Dengan mengungkapkan dan melaksanakan CSR, dapat dijadikan *signal* bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak hanya untuk kepentingan perusahaan semata namun juga memberikan manfaat kepada para *stakeholder*-nya. Sehingga pengungkapan CSR akan membuat perusahaan mempunyai citra yang baik dalam pandangan *stakeholder*. Pelaksanaan CSR pun dapat dijadikan *signal* bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik karena pelaksanaan CSR memerlukan biaya yang tentunya tidak sedikit. Adanya sinyal positif yang menunjukkan bahwa perusahaan menjaga keberlanjutannya serta memiliki kinerja keuangan yang baik akan meningkatkan kepercayaan para investor. Semakin tinggi perusahaan dalam mengungkapkan CSR, akan menjadi berita yang baik bagi investor sehingga akan berdampak pada peningkatan minat investor dan mendorong investor untuk membeli saham perusahaan yang pada akhirnya akan berdampak pada pergerakan harga saham. Dalam hal ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan *Signaling Theory* yaitu bahwa dengan mengungkapkan informasi CSR pada laporan tahunan berarti perusahaan memberikan *signal* kepada para investor. *Signal* positif ini diharapkan dapat

menghasilkan respon positif dari pasar sehingga mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan di pasar. Investor akan bereaksi positif ketika perusahaan mengungkapkan CSR dan akan bereaksi negatif apabila perusahaan tidak melakukan kegiatan CSR atau mengungkapkan CSR. Semakin tinggi tingkat CSR maka akan semakin tinggi pula respon positif oleh investor yang dapat dilihat melalui fluktuasi harga saham perusahaan (Sayidatina, 2011:26). Apabila harga saham meningkat karna respon positif dari investor, maka tingkat pengembalian (*return*) saham perusahaan yang bersangkutan pun akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut, kemungkinan bahwa penyebab naik turunnya *return* saham salah satunya adalah faktor dari investor melihat informasi lain pada laporan tahunan perusahaan yaitu informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dapat dikatakan adanya pengaruh positif antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *return* saham.

Semakin berkembangnya isu mengenai pentingnya *Corporate Social Responsibility*, mengakibatkan penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan, salah satunya penelitian pengaruh pengungkapan CSR terhadap *return* saham. Penelitian yang dilakukan oleh Stacey Philomena Mwamburi (2015) yang berjudul “*The Effect Of Corporate Social Responsibility Announcement On Stock Returns at The Nairobi Securities Exchange*” menunjukkan hasil bahwa informasi CSR memiliki dampak positif signifikan terhadap *return* saham perusahaan bank yang terdaftar di NSE. Sejalan dengan penelitian tersebut, di Indonesia Ida Bagus Gede & I Made Karya Utama (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Informasi Laba Akuntansi pada *Return Saham*” yang dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *return* saham. Selain itu penelitian Rico Elia Anggajaya (2018) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return Saham*” yang dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016 juga menunjukkan hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *return* saham.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Teodora Vujicic (2015) dengan judul “*Corporate Social Responsibility and Stock Returns: Examining US Stock Performance*”, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap *stock returns*. Penelitian lain yang dilakukan Patricia Edeleys Caesara (2016) tentang “Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas dan *Return Saham*” yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013 menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR berhubungan negatif yang sangat lemah dengan harga saham. Selain itu, penelitian Yilin Zhang (2017) dengan judul “*The Impact of Corporate Social Responsibility on Stock Returns: Evidence from the U.S Stock Market*” menunjukkan hasil bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara keseluruhan indikator CSR dengan *stock returns*.

Hasil penelitian terdahulu yang beraneka ragam dan adanya *research gap* menjadi motivasi bagi penulis untuk melakukan penelitian kembali dengan mengambil objek dan tahun penelitian yang berbeda. Penulis ingin mengetahui lebih lanjut apakah CSRD berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan sektor barang konsumsi (*consumer goods*). Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap *Return Saham* (Studi Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI)**”.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi masalah, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: “Bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *return* saham pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018”. Permasalahan tersebut selanjutnya dijabarkan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018
2. Bagaimanakah gambaran *return* saham pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018

3. Bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *return* saham pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018

D. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018
2. Untuk mengetahui gambaran *return* saham pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *return* saham pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *return* saham, serta bisa menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi pihak yang akan meneliti topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada *stakeholder* khususnya investor mengenai gambaran laporan tahunan perusahaan sektor *consumer goods* sehingga dapat dijadikan acuan untuk pembuatan keputusan investasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan yang disajikan agar menarik para investor untuk menamakan sahamnya di perusahaan tersebut.