

**PENGARUH IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA
KEUANGAN PADA PT DJARUM MAKASSAR**

Diajukan Oleh

Andi Alifah Ramadani
45 15 013 003



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BOSOWA
MAKASSAR

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Impementasi *Corporate Social Responsibility*
: Terhadap Kinerja Keuangan PT Djarum Makassar

Nama Mahasiswa : Andi Alifah Ramadan

Stambuk/NIM : 4515013027

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Tempat Penelitian : PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan

Telah Disetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Firman Menne.,SE.,M.Si.,Ak.,Ca

Dr, Thamrin Abduh.,SE.M.Si

Mengetahui dan Mengesahkan :

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa



Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH

Ketua Program Studi
Akuntansi

Dr. Firman Menne.,SE.,M.Si.,Ak.,Ca

Tanggal Pengesahan :

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andi Alifah Ramadani
Nim : 4515013027
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan PT Djarum Makassar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Makassar, 15 Juni 2019

Mahasiswa yang bersangkutan



Andi Alifah Ramadani

**EFFECT IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF PT
DJARUM MAKASSAR SULAWESI SELATAN**

By:

ANDI ALIFAH RAMADANI

Accounting Program Faculty Of Economics

University of Bosowa

ABSTRACT

ANDI ALIFAH RAMADANI.2019. Description. The Effect Implementation of Corporate Social Responsibility on the Financial Performance of PT Djarum Makassar in South Sulawesi Province is guided by Dr. Firman Menne.,SE.,M.Sc.,Ak.,CA and Dr. Thamrin Abduh.,SE.,M.Sc.

The purpose of this research is to identify the influence of *Corporate Social Responsibility* (CSR) on the financial performance PT Djarum Makassar South Sulawesi, by analyzing the influences and the engagement of *Corporate Social Responsibility* towards the finance performance PT Djarum Makassar South Sulawesi. The research used descriptive analysis, regression analysis, and correlation analysis. The result showed that the cost of local social community has a significant and positive impacts on The Company performance. An increase in the costs of local communities can be followed by increasing from the company performance (profit). Based on the regression testing results of the cost of the environment with the company performance (profit) it is indicated that an improvement in environmental costs can be followed by an improvement in the company performance as well (profit), the higher of the environmental costs could be followed by profit improvement.

Keyword: CSR, Social Cost, Environmental Cost, Financial Performance.

**PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KINERJA KEUANGAN**

Oleh:

ANDI ALIFAH RAMADANI
Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa

ABSTRAK

Andi Alifah Ramadani.2019.skripsi. Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan dibimbing oleh Dr. Firman Menne.,SE.,M.Si.,Ak.,CA dan Dr. Thamrin Abduh.,SE.,M.Si.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan pada PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan, dengan menganalisis seberapa besar pengaruh dan hubungan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi berganda, dan analisis korelasi berganda. Berdasarkan hasil analisis biaya sosial masyarakat lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Peningkatan biaya sosial masyarakat lokal dapat diikuti oleh adanya kenaikan kinerja perusahaan (laba). Berdasarkan hasil pengujian regresi antara biaya lingkungan dengan kinerja perusahaan (laba) yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan biaya lingkungan dapat diikuti oleh adanya peningkatan kinerja perusahaan (laba), semakin tinggi biaya lingkungan dapat diikuti oleh peningkatan laba.

Kata Kunci: CSR, Biaya Sosial, Biaya Lingkungan, Kinerja Keuangan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah robbil'alamin, dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, serta terirng salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, karena atas isin, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi Universitas Bosowa, dengan mengambil judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan PT Djarum Makassar”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

1. Pertama-tama, ucapan terima kasih penulis berikan kepada Rektor Universitas Bosowa Bapak Prof. Dr. Ir. H. Muhammad Saleh Pallu,M.Eng.
2. Bapak Dr. H. A. Arifuddin Manne,SE.,M.Si.,SH.,MH selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.
3. Ibu Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar,SE.,M.M selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.
4. Bapak Dr.Lukman Setiawan, S.Si.,S.Psi.,SE.,MM selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa.
5. Bapak Dr. Firman Menne.,SE.,M.Si.,Ak.,Ca selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa, sekaligus

Dosen Pembimbing I atas waktu yang telah diluahkan untuk membimbing, memberi motivasi dan memberi bantuan literature, serta diskusi-diskusi yang dilakukan oleh penulis.

6. Kepada Dr. Thamrin Abduh.,SE.,M.Si sebagai Dosen Pembimbing atas waktu yang telah diluahkan untuk membimbing, member motivasi dan member bantuan literature, serta diskusi-diskusi yang dilakukan penulis.
7. Kedua Orang Tua beserta Keluarga Besar penulis, yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran selama penyusunan proposal ini.
8. Kepada Aldy Yadawan yang telah mengantar jemput saya dalam proses penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Kepada teman-teman dekat saya terima kasih telah memberikan semangat menyelesaikan skripsi.
10. Serta segala pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan doa serta dukungan.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini, sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran konstruktif yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini. Semoga kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan paha di sisi Allah SWT, Aamiin Yarrabbal Alamin.

Makassar, 15 Juni 2019


Andi Alifah Ramadani

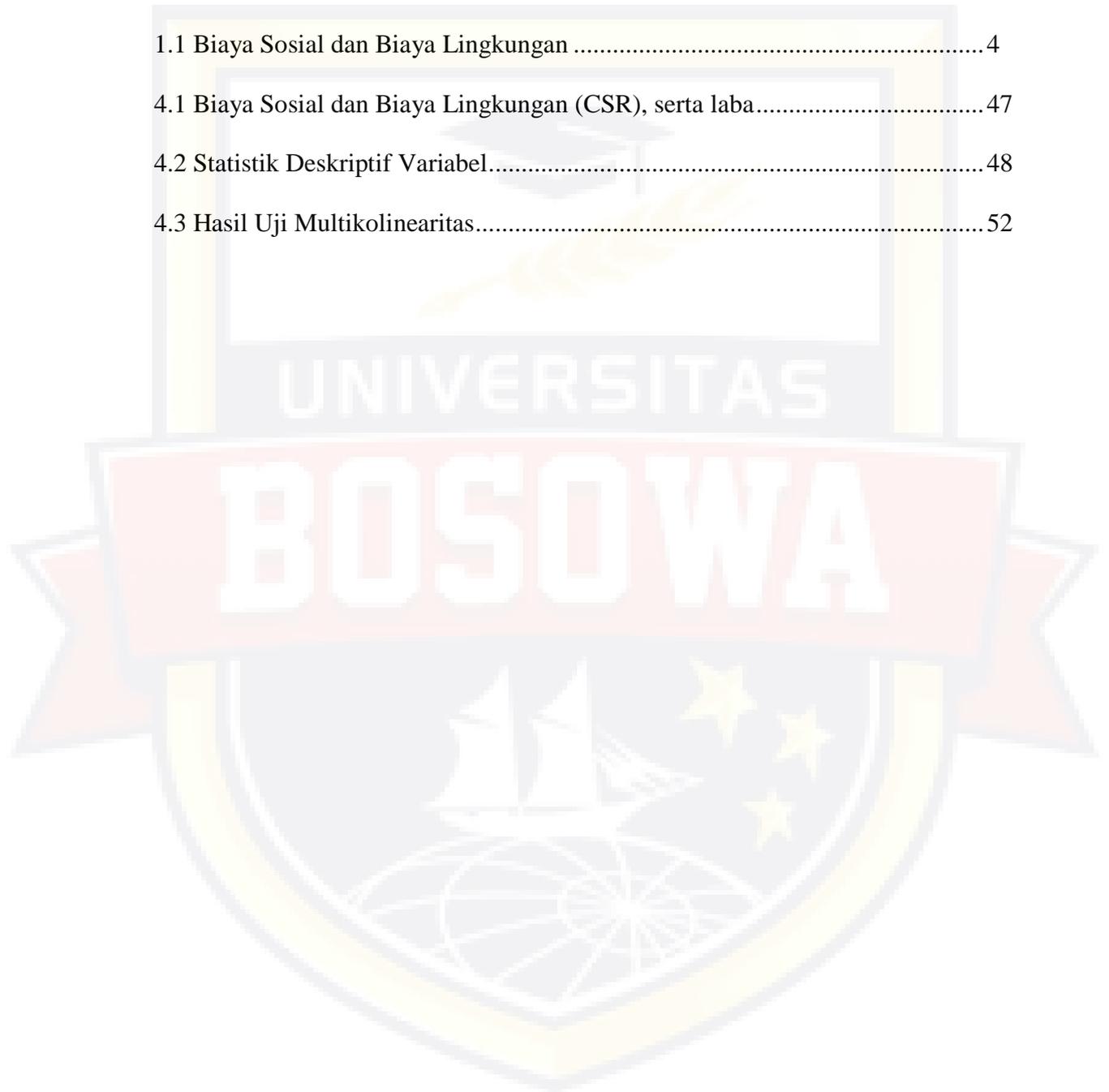
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEORISINILAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Stakeholder.....	6
2.2 Corporate Social Responsibility (CSR).....	9
2.2.1 Definisi <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	9
2.2.2 Manfaat <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	15
2.2.3 Pendekatan Menerapkan <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	17
2.2.4 Model Pelaksanaan.....	19
2.2.5 Implementasi Program <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	21
2.2.6 Penerapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	22
2.2.7 Bentuk Keterlibatan Sosial.....	25
2.3 Pengertian Kinerja Perusahaan.....	28
2.4 Keterkaitan antara CSR dengan Kinerja Perusahaan	30
2.5 Tinjauan dan Penelitian Terlebih Dahulu.....	31
2.6 Hipotesis.....	33
2.7 Kerangka Fikir.....	34
BAB 3 METODE PENELITIAN	35
3.1 Tempat dan Waktu	35

3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4.1 Jenis Data	35
3.4.2 Sumber Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.6 Metode Analisis.....	38
3.7 Jadwal Penelitian.....	41
BAB 4 HASIL PENELITIAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2 Struktur Organisasi.....	42
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab	42
4.2 Deskripsi Data.....	46
4.3 Statistik Deskriptif Data.....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5 Analisis Kuantitatif	54
BAB 5 PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

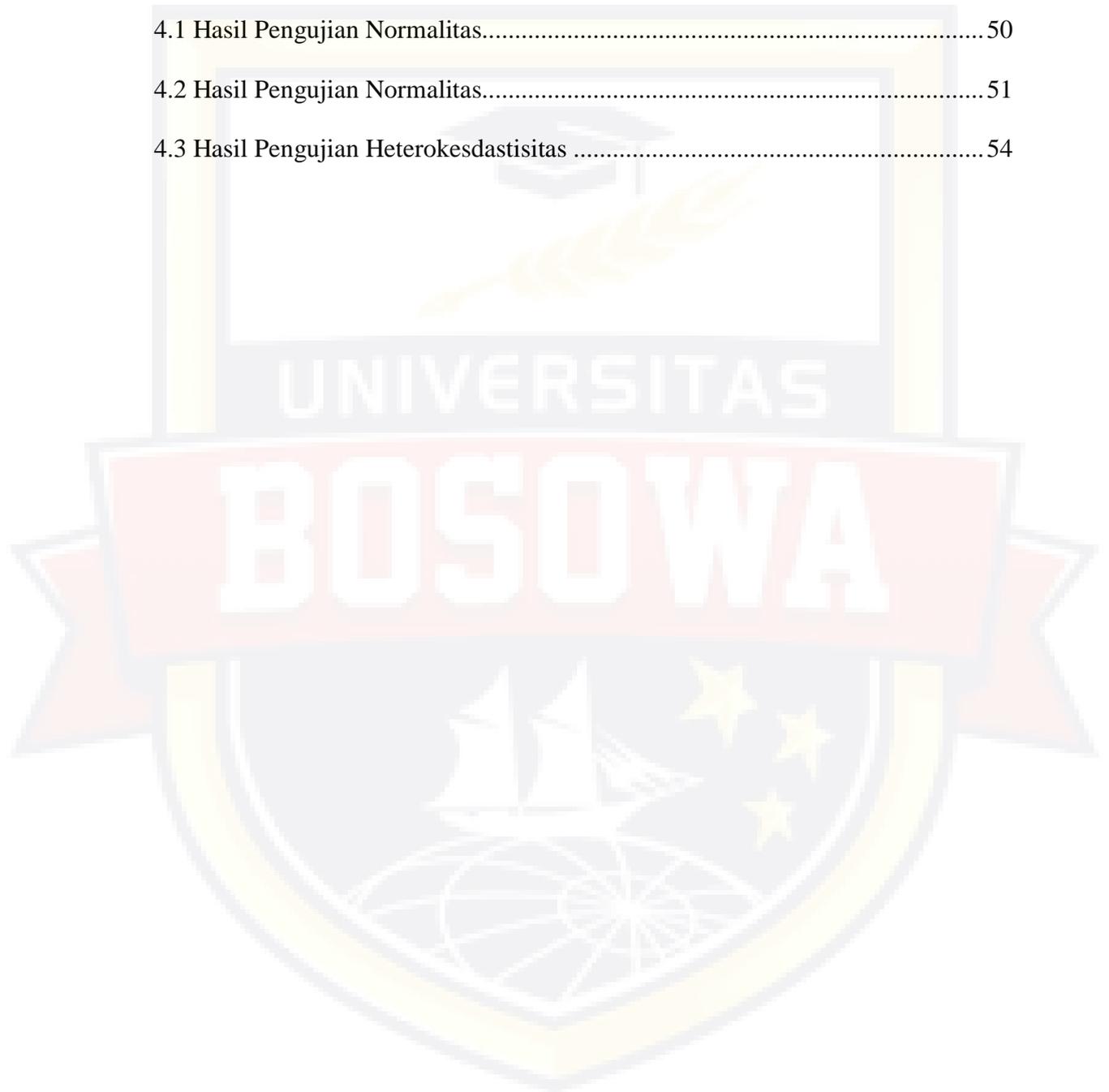
DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1.1 Biaya Sosial dan Biaya Lingkungan	4
4.1 Biaya Sosial dan Biaya Lingkungan (CSR), serta laba.....	47
4.2 Statistik Deskriptif Variabel.....	48
4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
4.1 Hasil Pengujian Normalitas.....	50
4.2 Hasil Pengujian Normalitas.....	51
4.3 Hasil Pengujian Heterokesdastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. Uji Deskriptif	64
2. Uji Asumsi Klasik	65
a. Normalitas	65
b. Multikolinearitas	67
c. Heteroskedastisitas	69
3. Uji Analisis Berganda	70
a. Uji t (Parsial)	70
b. Uji f (Simultan)	70
4. Uji Koefisien Determinasi.....	71
a. Korelasi Ganda (R).....	71
b. Koefisien Determinasi (R square).....	71

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate social responsibility (CSR) merupakan isu yang hangat untuk diperbincangkan karena konsep dan pelaksanaannya masih mengandung berbagai kontroversi yang mengundang perdebatan baik di kalangan akademisi maupun di kalangan pebisnis sebagai pihak yang menjalankan program tersebut. CSR sebagai komitmen sektor bisnis untuk mendukung terciptanya pembangunan yang berkelanjutan, sehingga sebagai salah satu perwujudannya, perusahaan harus mendistribusikan keuntungan-keuntungan ekonomi yang diperolehnya tidak hanya kepada para pemilik modal, tetapi kepada segenap pemangku kepentingan (*stakeholder*)

Asih (2012 : 133) menyatakan bahwa, dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya pada 3 hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi deviden kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak bagi karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak pemerintah, dan memberikan dampak yang diharapkan kepada masyarakat.

Di Indonesia, kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan tersebut diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Perusahaan dalam hal ini adalah entitas ekonomi yang bertanggungjawab bukan hanya kepada *shareholder* tetapi juga kepada masyarakat luas. Bisnis yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya bermanfaat bagi para pemilik modal saja namun juga bagi masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat luas. Darwin (2006, hal 48) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial de dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Corporate social responsibility merupakan komitmen berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, legal, dan etis terhadap dampak-dampak dan tindakan ekonominya terhadap komunitas masyarakat dan lingkungan secara proaktif melakukan upaya-upaya berkelanjutan

untuk mencegah potensi-potensi dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan (Lako, 2010 hal 211).

Menurut Lawrence dan Weber (2008), Corporate Social Responsibility bermakna bahwa suatu korporasi harus bertanggung jawab terhadap tindakan-tindakannya yang berdampak terhadap masyarakat, komunitas dan lingkungan. Jika tindakan perusahaan merugikan masyarakat, komunitas, dan lingkungan maka perusahaan harus menyisihkan labanya untuk mencegah dampak negatif tersebut. Sebaliknya, apabila tindakan perusahaan akan mendapatkan dampak sosial yang positif.

Secara empiris, komitmen perusahaan untuk melaksanakan, menyajikan, dan mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pelaporan perusahaannya ternyata mendatangkan banyak manfaat ekonomi bagi perusahaan. Manfaat tersebut adalah: Pertama, perusahaan bisa menghindari atau mengurangi dampak-dampak negatif terhadap kinerja keuangan yang berasal dari peristiwa atau kejadian-kejadian negatif, dari isu-isu eksternalitas di luar kendali perusahaan. Kedua, perusahaan bisa menciptakan *goodwil* atau aset-aset tidak berwujud lainnya (*intangible assets*) yang berdampak positif atau menjadi *value creator* bagi kinerja keuangan perusahaan. Ketiga, perusahaan bisa mendapatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memperbaiki kinerja keuangan (Lako. 2010 hal, 173). Hal ini sesuai dengan pendapat Watt dan Zimmerman (1986) yang menyatakan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan memiliki kemanfaatan di mata masyarakat, dapat meningkatkan laba perusahaan dan dapat mengurangi munculnya *negative externalities*. Oleh karena itu maka perlu

dilakukan Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan pada PT Djarum Makassar.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan PT DJARUM Makassar Sulawesi Selatan dengan mengambil laporan keuangan selama delapan tahun. Laporan yang digunakan mulai tahun 2008-2015. Penelitian ini menggunakan program CSR perusahaan yaitu biaya social dan biaya lingkungan sebagai variable yang berpengaruh terhadap laba. Adapun data awal mengenai program CSR yang dilakukan oleh PT DJARUM Makassar Sulawesi Selatan yaitu:

TABEL 1.1
Biaya Sosial Dan Biaya Lingkungan PT Djarum Makassar

No.	TAHUN	BIAYA SOSIAL	BIAYA LINGKUNGAN	LABA
1.	2008	1.380.200	691.500	182.482.000
2.	2009	1.521.300	792.350	334.180.000
3.	2010	2.581.480	892.800	854.899.000
4.	2011	2.782.900	1.021.900	1.252.436.000
5.	2012	3.021.150	1.491.450	1.789.896.000
6.	2013	3.340.200	1.630.380	2.027.560.000
7.	2014	3.685.250	1.835.450	2.547.178.000
8.	2015	3.800.150	2.040.540	2.993.114.000

Sumber: data primer, 2015

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah biaya sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada PT Djarum Makassar?
2. Apakah biaya lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada PT Djarum Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk melihat apakah biaya sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada PT Djarum Makassar.
2. Untuk melihat apakah biaya lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada PT Djarum Makassar

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai referensi yang berniat untuk memperdalam masalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kaitannya dengan kinerja keuangan perusahaan PT Djarum Makassar.
2. Sebagai sumbangan pemikiran kepada perusahaan PT Djarum Makassar terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Stakeholder

Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *Stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, pihak lain). Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholdertheory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, 2004)

Para *stakeholder* pada dasarnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemakaian sumber daya ekonomi yang ada di perusahaan. Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan beraksi dengan cara-cara memuaskan keinginan *stakeholder*. Perusahaan melakukan wawancara terhadap para *stakeholder* untuk mengetahui

keinginan-keinginan *stakeholder* dan menyusun strategi perusahaan untuk memuaskannya. Dari beberapa definisi yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *stakeholder* merupakan setiap individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan dan peran terhadap keberlanjutan organisasi di masa mendatang.

Hubungan dengan pihak di luar perusahaan bersifat jangka pendek dan hanya sebatas hubungan transaksional saja tanpa ada kerjasama untuk menciptakan kebermanfaatan bersama. Pendekatan tipe ini akan banyak menimbulkan konflik karena perusahaan memisahkan diri dengan para *stakeholder* baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Konflik yang mungkin terjadi di dalam perusahaan adalah tekanan dari karyawan yang menuntut perbaikan kesejahteraan. Tekanan tersebut bisa berupa upaya pemogokan menuntut perbaikan sistem pengupahan dan sebagainya. Jika pemogokan tersebut terjadi dalam jangka waktu yang lama maka hal itu bisa mengganggu aktivitas operasi perusahaan dan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Sedangkan konflik yang mungkin terjadi dari luar perusahaan adalah munculnya tuntutan dari masyarakat karena dampak pembuangan limbah perusahaan yang berpotensi menimbulkan kerugian signifikan bagi perusahaan apabila diperkarakan secara hukum.

New-corporaterelation menekankan kolaborasi antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*-nya sehingga perusahaan bukan hanya menempatkan dirinya sebagai bagian yang bekerja secara sendiri dalam sistem sosial masyarakat karena profesionalitas telah menjadi hal utama dalam pola hubungan ini. Hubungan

perusahaan dengan *internal stakeholders* dibangun berdasarkan konsep yang membangun kerjasama untuk bisa menciptakan kesinambungan usaha perusahaan sedangkan hubungan dengan *stakeholder* di luar perusahaan bukan hanya bersifat transaksional dan jangka pendek namun lebih kepada hubungan yang bersifat fungsional yang tertumpu pada kemitraan selain usaha untuk menghimpun kekayaan yang dilakukan oleh perusahaan, perusahaan juga berusaha untuk bersama-sama membangun kualitas kehidupan *external stakeholders*.

Pendekatan *new-corporate relation* mengeliminasi penjenjangan status di antara para *stakeholder* perusahaan seperti yang ada pada *old-corporate relation*.

Perusahaan tidak lagi menempatkan dirinya diposisi paling atas dan mengeksklusifkan dirinya dari para *stakeholder* sehingga dengan pola hubungan semacam ini arah dan tujuan perusahaan bukan lagi pada bagaimana menghimpun kekayaan sebesar-besarnya namun lebih kepada pencapaian pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*).

Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Strategi aktif apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh/penting. Sedangkan, perusahaan yang mengadopsi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Definisi *Corporate Sosial Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholder*, dan penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain), dimana tidak terbatas pada konsep pemberian donor saja, tetapi konsepnya sangat luas dan tiak bersifat statis dan pasif, akan tetapi merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholder*. Adapun alasan penting mengapa harus melakukan *corporate social responsibility* yaitu untuk mendapatkan keuntungan sosial, mencegah konflik, dan persaingan yang terjadi, kesinambungan usaha dan bisnis, pengelolaan sumber daya alam serta pemberdayaan masyarakat dan sebagai *License to Operate*. Jadi Implementasi *corporate social rsponsibility* (CSR), perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi tetapi juga secara sosial dan lingkungan alam bagi keberlanjutan perusahaan serta mencegah terjadinya konflik.

Terdapat berbagai definisi tentang *corporate social responsibility*, dimana definisi ini juga semakin berkembang seiring dengan perkembangan dunia global. Nurhadi (2011) memberikan pengertian mengenai “*corporate social responsibility* merupakan pemberian tanggung jawab (*social responsibility*) perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat agar terjadi keseimbangan eksploitas.

CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, legal, dan etis terhadap dampak-dampak dan

tindakan ekonominya terhadap komunitas masyarakat dan lingkungan secara proaktif melakukan upaya-upaya berkelanjutan untuk mencegah potensi dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan (Lako, 2010 hal 211).

Terdapat dua karakter sosial *responsibility* yaitu bentuk sosial *responsibility* belum yang kita kenal seperti sekarang ini, sedangkan yang kedua adalah konteks sosial *responsibility*, saat ini biasa gender, mengingat pelaku bisnis dan manajer di Amerika Serikat masih didominasi oleh kaum pria (Nurhadi, 2010). Sementara itu Kartini (2009, hal 1) mengemukakan bahwa “CSR adalah tanggungjawab sosial korporat yakni merupakan tanggungjawab sosial perusahaan kepada seluruh *stakeholder*, pada setiap organisasi laba atau nirlaba, tingkat manajemen puncak, dengan berskala besar, skala lokal, nasional, regional atau *global* dengan kata lain CSR adalah merupakan pemangku kepentingan, yang meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pesaing, lembaga keperantaraan, dan publik lainnya serta pemerintah.”

Menurut konsep *signal theory* menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Wirakusumadan Yunasih, 2007). Selain informasi keuangan yang diwajibkan oleh 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.

Konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak tahun 1979 yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai pemenuh hukum, penghargaan masyarakat terhadap lingkungan serta komitmen dunia usaha. CSR bukan hanya kegiatan *karikatif* perusahaan dan kegiatan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi hukum dan aturan yang berlaku. Lebih dari CSR diharapkan memberikan manfaat dan nilai guna bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan.

Kartini (2009:05) menyebut Bowen sebagai Bapak CSR, yang merumuskan konsep tanggung jawab sosial sebagai : *“The obligations of businessman to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in term of the objectives and values of our society.”*

Di wilayah Asia, konsep *corporate social responsibility* berkembang sejak tahun 1998 tetapi pada waktu tersebut belum terdapat suatu pengertian maupun pemahaman yang baik tentang konsep *corporate social responsibility*. Sementara itu di Indonesia konsep *corporate social responsibility* mulai menjadi isu yang hangat sejak tahun 2001, dimana banyak perusahaan maupun instansi-instansi sudah mulai melirik *corporate social responsibility* sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Perkembangan tentang konsep *corporate social responsibility* pada dasarnya semakin meningkat lebih baik, ditinjau dari segi

kualitas maupun kuantitas. Terdapat tiga gambaran umum tentang pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia, yang pada kenyataannya masih perlu mendapat perhatian, yaitu:

1. Konsep pelaksanaan *corporate social responsibility* masih bersifat pendekatan “*Top Down*” dengan frekuensi *community engagement* yang lebih banyak.
2. Penerapan *corporate social responsibility* lebih banyak bersifat sukarela (bukan mendatori berdasarkan UU/PP).
3. Organisasi pengelola *corporate social responsibility* masih terpadu (unsur-unsur sosial, lingkungan etika bisnis, *profit*).

Pearce dan Robinson (2008) mengelompokkan tanggungjawab sosial ke dalam 10 kelompok yaitu: a) *Economics Responsibility* secara ekonomi tanggungjawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar dan memberikan keuntungan bagi masyarakat. b) *Legal Responsibility* dimanapun perusahaan beroperasi tentu saja tidak akan lepas dari peraturan dan undang-undang yang berlaku ditempat tersebut terutama peraturan yang mengatur kegiatan bisnis. Terutama yang berkaitan dengan pengaturan lingkungan dan perlindungan konsumen. c) *Ethical Responsibility* perusahaan yang didirikan tidak hanya patuh dan taat pada hukum yang berlaku namun juga harus memiliki etika. d) *Discretion Responsibility*, tanggungjawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan dengan masyarakat, menjadi warga negara yang baik. e) *World Businnes Council for Sustainable Development*: Komitmen berkesinambungan dari para pelaku bisnis untuk

berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat umum. f) *International Finance Corporation*: Komitmen dunia bisnis untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan. g) *Institute of Chartered Accountants, England and Wales*: Jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, serta memaksimalkan nilai bagi pemegang saham (*shareholder*) mereka. h) *Canadian Government*: Kegiatan usaha yang mengintegrasikan kegiatan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggungjawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang. i) *European Commission*: Sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingannya (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan. j) *CSR Asia*: Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan ekonomi seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para stakeholder.

Edi (2007), mendefinisikan CSR sebagai tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan,

etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta berintegrasi dengan organisasi menyeluruh (draft 3 ISO 26000). *International Organization for Standardization 9 (ISO)*, menghasilkan panduan dan standardisasi untuk tanggungjawab sosial, yang diberi nama ISO 26000.

Pelaporan CSR terbagi menjadi 3 kategori yaitu: kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Kinerja sosial di dalamnya termasuk kepuasan pelanggan, karyawan, penyediaan modal dan sektor publik. Kinerja lingkungan di dalamnya termasuk bahan baku, energi air keragaman hayati, emisi sungai sampah, pemasok dan jasa, pelaksanaan dan angkutan, Kinerja sosial dibagi lagi menjadi empat kategori yaitu (1) Praktik kerjs ysng terdiri dari keamanan dan keselamatan kerja, pendidikan dan *training*, kesempatan kerja (2) Hak manusia yang terdiri dari strategi dan manajemen, *non* diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja dibawah umur, kedisiplinan dan keamanan. (3) Sosial da terdiri dari komunitas, korupsi, kompetisi dan penetapan harga. (4) Tanggung jawab terhadap produk terdiri dari kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak pribadi.

CSR menurut berbagai organisasi dan beberapa pandangan para ahli yaitu:

1. McWilliam dan siegal dalam henderso (2007 : 229) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility*” (CSR) sebagai tindakan yang timbul dari beberapa tindakan sosial yang baik, diluar minat perusahaan yang dilakukan dengan hukum.

2. Lord home and richar Watts (2006 : 30) mendefinisikan CSR yaitu “komitmen keberlanjutan oleh dunia usaha untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas.”
3. Budiamanta, et al (2008 : 54) mendefinisikan CSR yaitu:

Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan pihak yang terkait, utamanya masyarakat disekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan. Jadi, menurut Budimanta tersebut CSR merupakan kegiatan yang memperhatikan keinginan dari semua *stakeholder* yang dilakukan untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Dari berbagai pengertian tentang CSR tidak hanya terbatas pada tanggungjawab yang bersifat reaktif, yaitu bertanggungjawab karena telah menimbulkan dampak-dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga bertanggung jawab secara proaktif yaitu perusahaan merumuskan program-program dan upaya-upaya yang berkesinambungan untuk mencegah potensi dampak negatif atau resiko aktivitas ekonomi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan yang menjadi *stakeholdernya*. Tanggung jawab tersebut juga mencakup penyajian dan pengungkapan CSR secara jujur, transparan, *kredibel*, *akuntabel* kepada para *stakeholder* untuk pengambilan keputusan.

2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Mursitama (2011:27) dalam artikel yang berjudul *Corporate Social Responsibility* di Indonesia (Teori dan Implementasi), membagi dua

manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal dan eksternal. Manfaat dari sisi internal meliputi:

1. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Untuk itu dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggungjawab sosial.
2. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.
3. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
4. Kinerja Keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik.

Sementara itu manfaat eksternal yang dapat diperoleh oleh perusahaan dari penerapan CSR, yaitu:

1. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
2. CSR merupakan suatu bentuk differensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab sosial.

2.2.3 Pendekatan Dalam Menerapkan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Lako (2010), secara konseptual terdapat 3 (tiga) pendekatan dalam pembentukan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:

1. Pendekatan moral, yaitu kebijakan atau tindakan yang didasarkan pada prinsip kesantunan dan nilai-nilai positif yang berlaku, dengan pengertian bahwa apa yang dilakukan tidak melanggar atau merugikan pihak-pihak lain.
2. Pendekatan kepentingan bersama, yaitu menyatakan bahwa kebijakakebijakan moral harus didasarkan pada standar kebersamaan, kewajaran, keterbukaan, dan kebebasan.
3. Pendekatan manfaat adalah konsep yang didasarkan pada nilai-nilai bahwa apa yang dilakukan oleh organisasi harus dapat menghasilkan manfaat besar bagi pihak-pihak berkepentingan secara adil.

Menurut Ebert dan Griffin (2003,hal.131), mengatakan bahwa setidaknya ada empat sikap (pendirian) yang dapat diambil oleh suatu organisasi yang berkaitan dengan kewajiban-kewajiban kepada masyarakat, berkisaran dari tingkatan terendah sampai tertinggi dalam praktek-praktek *corporate social responsibility*, sebagaimana yang dikemukakan di bawah ini:

1. Sikap obstruktif (*obstructionist stance*)

Merupakan tingkatan terendah dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility* dimana perusahaan melakukan usaha seminimal mungkin untuk memecahkan masalah sosial atau lingkungan. Apabila mereka menghadapi batas etis atau legal yang memisahkan praktek yang

dapat diterima dari praktek yang tidak dapat diterima, tanggapan mereka biasanya adalah menolak atau menyembunyikan pendirian mereka.

2. Sikap defensif (*defensive stance*)

Organisasi akan melakukan apa saja yang dipersyaratkan oleh peraturan hukum tetapi tidak lebih dari itu. Pendekatan ini merupakan yang paling konsisten dengan *corporate social responsibility*. Para manajer akan mengambil sikap *defensif*, merasa bahwa pekerjaan mereka adalah untuk menghasilkan laba. Perusahaan seperti ini, misalnya akan memasang peralatan pengontrol polusi sesuai yang disyaratkan oleh undang-undang, tetapi tidak akan memasang peralatan yang berkualitas lebih tinggi walaupun alat tersebut dapat membatasi polusi.

3. Sikap akomodatif

Pada spektrum ini perusahaan secara sukarela setuju untuk berpartisipasi dalam program-program sosial dengan catatan program tersebut akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Organisasi yang menerapkan sikap akomodatif ini tidak perlu secara proaktif mencari kesempatan untuk melaksanakan program *corporate social responsibility*.

4. Sikap proaktif

Tingkatan tertinggi *corporate social responsibility* yang dapat diperlihatkan suatu perusahaan adalah sikap proaktif. Perusahaan yang menerapkan pendekatan ini akan dengan sungguh-sungguh melaksanakan program *corporate social responsibility*. Mereka memandang dirinya sebagai masyarakat yang harus proaktif untuk mengatasi masalah-masalah

sosial yang ada di lingkungannya. Cara yang paling umum dan langsung untuk melaksanakan sikap ini adalah dengan cara mendirikan yayasan yang dapat menyalurkan dukungan finansial langsung bagi berbagai program *corporate social responsibility*.

Berdasarkan pendekatan tersebut, CSR tidak dapat disebut sebagai beban perusahaan karena CSR merupakan bentuk moral atau etika perusahaan yang menjadi kepentingan bersama berbagai pihak terkait yang akan menunjang keberlangsungan usaha suatu perusahaan. Hal ini tentu saja membawa manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang, sehingga CSR dapat dikategorikan dalam tiga aktivitas yang dikenal dengan *Triple Bottom Lines* meliputi 3P yaitu, profit, people, dan planet. Profit berarti perusahaan memberikan manfaat keuntungan kepada *shareholder*, people diwujudkan dalam bentuk kepedulian terhadap *stakeholder* dan masyarakat sekitar, serta *planet* merupakan bentuk aktivitas CSR perusahaan sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan.

2.2.4 Model Pelaksanaan

Menurut Saidi dan Abidin (2013) sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang diterapkan di Indonesia, yaitu :

1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya. Seperti *corporate secretary* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau grupnya.

Model ini merupakan adopsi dari model yang umum diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. beberapa kegiatan sosial PT DJARUM yaitu Bakti Sosial Djarum Foundation, Bakti Olahraga Djarum Foundation, Bakti Lingkungan Djarum Foundation, Bakti Pendidikan Djarum Foundation, Bakti Budaya Djarum Foundation.

3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerja sama dengan lembaga sosial/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas, atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial yang bekerja sama dengan PT DJARUM yaitu PMI (Palang Merah Indonesia), instansi-instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), perguruan-perguruan tinggi, media massa (Dkk Kompas, Kita peduli Indosiar).

4. Mendukung atau bergabung dalm suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pihak pemberi hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau

lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara proaktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Menurut Saidi dan Abidin (2004) pada dasarnya CSR memiliki beberapa jenis atau sektor kegiatan. Ada sembilan jenis atau sektor kegiatan CSR, yaitu : (1) Pelayanan Sosial, (2) Pendidikan dan Penelitian, (3) Kesehatan, (4) Kedaruratan (*emergency*), (5) Lingkungan, (6) Ekonomi Produktif, (7) Seni, Olahraga, dan Pariwisata, (8) Pembangunan Prasarana dan Perumahan, dan (9) Hukum, Advokasi, dan Politik.

2.2.5 Implementasi Program Corporate Social Responsibility

Dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas CSR, tidak ada standar aktivitas tertentu yang dianggap paling baik dari semua aktivitas CSR. Setiap perusahaan mempunyai karakteristik tersendiri untuk mewujudkan bentuk tanggung jawab sosial mereka, seperti yang telah dilakukan oleh PT Djarum yaitu dengan memberikan beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi. Dalam bidang olahraga, pt djarum melaksanakan LIGA DJARUM. Perusahaan lain di Indonesia yang juga sudah lama melaksanakan program CSR adalah PT Unilever Indonesia, Pertamina, PT PLN, Bank BNI serta perusahaan BUMN lainnya. Implementasi CSR setiap perusahaan, tergantung dari visi misi, budaya, lingkungan, kondisi operasional, dan kebijakan pemimpin perusahaan. Program CSR ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Nadya (2011:24) memaparkan utntuk

mempermudah implementasi program, pemilihan dampak dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu:

1. Ring 1 yaitu daerah yang menerima dampak paling besar. Daerah yang menjadi prioritas pertama ini tidak selalu berada dekat dengan perusahaan. Misalnya, daerah yang jauh dari aktivitas produksi perusahaan, tetapi menjadi daerah pelintasan truk membawa bahan mentah. Tidak bisa dipungkiri bahwa aktivitas pengangkutan bahan mentah menimbulkan debu yang merugikan masyarakat.
2. Ring 2 yaitu daerah yang menjadi tempat pembangunan infrastruktur pendukung perusahaan seperti pipa air atau sarana lainnya. Adanya pembangunan infrastruktur ini menimbulkan dampak fisik maupun psikologi.
3. Ring 3 yaitu wilayah yang menerima dampak paling kecil atau sama sekali tidak ada dampak negatifnya.

2.2.6 Penerapan Corporate Social Responsibility

Terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan ketika perusahaan akan melakukan program CSR, menurut Wibisono (2007, hal 121), setidaknya terdapat empat tahap, diantaranya:

1. Tahap Perencanaan

Perencanaan terdapat tiga langkah utama, yaitu *awareness building*, *assesment*, dan *manual building*, *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai pentingnya CSR dan komitmen manajemen.

Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok, dan lain-lain.

2. Tahap Implementasi

Perencanaan sebaik apapun tidak akan berarti dan tidak akan berdampak apapun bila tidak diimplementasikan dengan baik. Akibatnya tujuan *corporate social responsibility* secara keseluruhan tidak akan tercapai, dan masyarakat tidak akan merasakan manfaat yang optimal. Padahal anggaran yang telah dikucurkan tidak bisa dibilang kecil. Oleh karena itu, perlu disusun strategi untuk menjalankan rencana yang telah dirancang sebelumnya. Dalam memulai implementasi, pada dasarnya terdapat tiga aspek yang harus disiapkan, yaitu: siapa yang menjalankan, dan bagaimana cara melakukan implementasi beserta alat apa yang diperlukan. Tahap implementasi ini terdiri dari tiga langkah utama, yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi *corporate social responsibility* khususnya mengenai pedoman penerapan *corporate social responsibility*. Agar efektif, upaya ini perlu dilakukan dengan suatu tim atau divisi khusus yang dibentuk untuk mengelola program CSR, langsung berada dibawah pengawasan salah satu direktur atau CEO. Tujuan utama sosialisasi adalah agar program CSR yang akan diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen perusahaan., sehingga dalam perjalanannya tidak ada kendala serius yang dapat dialami oleh unit penyelenggara. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman CSR yang ada,

berdasarkan rencana yang telah disusun. Sedangkan, internalisasi adalah tahap jangka panjang. Internalisasi mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh aspek bisnis perusahaan, misalnya melalui sistem manajemen kinerja, prosedur pengadaan, proses produksi, pemasaran dan proses bisnis lainnya. Dengan upaya ini dapat dinyatakan bahwa penerapan CSR bukan sekedar kosmetik namun telah menjadi strategi perusahaan, bukan lagi sebagai upaya untuk *compliance* tetapi sudah *beyond compliance*.

3. Tahap Evaluasi

Setelah program diimplementasikan langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan CSR. Terkadang ada kesan, evaluasi baru dilakukan jika ada program yang gagal,. Sedangkan, jika program tersebut berhasil, justru tidak dilakukan evaluasi. Padahal evaluasi harus tetap dilakukan, baik saat kegiatan tersebut berhasil atau gagal. Kegagalan atau keberhasilan baru bisa diketahui setelah program tersebut dievaluasi. Evaluasi juga bukan tindakan untuk mencari-cari kesalahan. Evaluasi dilakukan sebagai saran untuk pengambilan keputusan. Misalnya keputusan untuk menghentikan, melanjutkan, memperbaiki atau mengembangkan aspek-aspek tertentu dari program yang telah diimplementasikan.

4. Pelaporan

Pelaporan dilakukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan

informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi selain berfungsi untuk keperluan *shareholder* juga untuk *stakeholder* yang memerlukan.

2.2.7 Bentuk Keterlibatan Sosial

Harahap (2003, hal. 363), biaya sosial adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau suatu tindakan/konsep yang dilakukan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab sosial dimana perusahaan itu berada. Ada beberapa bentuk kegiatan sebagai bentuk keterlibatan sosial perusahaan, yaitu:

1. Sumber Daya Manusia dan Pendidikan

Mencakup di dalamnya yaitu keamanan dan kesehatan karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan karyawan dan rekreasi karyawan, menambah dan memperluas hak-hak karyawan, usaha untuk mendorong partisipasi, perbaikan pensiun, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan pengembangan, pengembangan pegawai, kelompok miskin dan minoritas, peningkatan karir karyawan, dan lain-lain.

2. Praktek Bisnis dan Jujur

Mencakup didalamnya, memperhatikan hak-hak karyawan, jujur dalam iklan, kredit, servis, produk, jaminan, selalu mengontrol mutu produk, dan lain-lain.

3. Membantu Masyarakat Lingkungan

Mencakup didalamnya yaitu memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik perusahaan, sekolah, rumah ibadah, membangun desa/kota, membantu kegiatan sosial masyarakat, perbaikan

perumahan desa, bantuan dana, perbaikan sarana pengangkutan atau pasar, dan lain-lain.

4. Kegiatan Seni dan Kebudayaan

Mencakup di dalamnya yaitu membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat seni dan olahraga.

5. Hubungan Dengan Pemegang Saham

Mencakup di dalamnya yaitu sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, mengungkapkan keterlibatan perusahaan dalam keterlibatan sosial.

6. Hubungan Dengan Pemerintah

Mencakup di dalamnya yaitu menaati peraturan pemerintahan, membatasi kegiatan *lobbying*, mengontrol kegiatan politik perusahaan, membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijaksanaan pemerintah, meningkatkan produktivitas sektor informasi, pengembangan dan inovasi manajemen.

Menurut Nurul Inayah Shabir yang mengutip pendapat Susenohaji (2003), biaya lingkungan adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan berhubungan dengan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dan perlindungan yang dilakukan. Biaya lingkungan mencakup baik biaya internal (berhubungan dengan pengurangan proses produksi untuk mengurangi dampak lingkungan) maupun eksternal (berhubungan dengan perbaikan kerusakan akibat limbah yang ditimbulkan).

1. Biaya pemeliharaan dan penggantian dampak akibat limbah dan gas buangan (*waste and emission treatment*), yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memelihara, memperbaiki, mengganti kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh limbah perusahaan.
2. Biaya pencegahan dan pengelolaan lingkungan (*prevention and environmental management*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk mencegah dan mengelola limbah untuk menghindari kerusakan lingkungan.
3. Biaya pembelian bahan untuk bukan hasil produksi (*material purchase value non-product*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang bukan hasil produksi dalam rangka pencegahan dan pengurangan dampak limbah dari bahan baku produksi.
4. Biaya pengelolaan untuk produk (*processing cost of non-product output*) ialah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk pengolahan bahan yang bukan hasil produk.
5. Penghematan biaya lingkungan (*environmental revenue*) merupakan penghematan biaya atau penambahan penghasilan perusahaan sebagai akibat dari pengelolaan lingkungan.

2.3 Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatan operasionalnya

Dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hendaknya kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan berdasar pada sasaran, standar, dan kinerja yang telah ditentukan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan dan dari segi perubahan harga saham, sehingga nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya.

Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran. Menurut Mulyadi (2001) tujuan pokok penilaian kinerja adalah untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar menghasilkan tindakan dan hasil yang diinginkan. Penilaian kinerja juga digunakan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakkan perilaku yang semestinya diinginkan melalui umpan

balik hasil kinerja pada waktunya serta penghargaan, baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik. Penelitian ini menggunakan dua ukuran kinerja yaitu:

1. Kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *profit* perusahaan.

Profit atau keuntungan merupakan hasil dari kebijaksanaan dan keputusan yang dibuat oleh manajemen. *Profit* dapat diukur melalui rasio *profit* yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan.

2. Kinerja pasar perusahaan yang diukur dengan *return*

Dalam melakukan investasi, para investor bertujuan untuk memaksimalkan *return* tanpa melupakan faktor risiko investasi yang harus dihadapinya.

Return merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor berinvestasi dan juga merupakan imbalan atas keberanian investor menanggung risiko dan investasi yang dilakukan. *Return* sebagai hasil pengembalian dari investasi dapat berupa pengembalian kas atau kenaikan nilai investasi. Pada investasi saham di pasar modal, para investor akan memperoleh *yield* dan *capital gain* (loss). *Yield* dalam hal ini berupa deviden yang diperoleh, sedangkan *capital gain* (loss) berupa kenaikan nilai investasi (Tandelilin, 2001)

Definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan rugi laba, menunjukkan bahwa laporan rugi laba menggambarkan suatu aktivitas dalam satu tahun sedangkan untuk neraca menggambarkan keadaan pada saat akhir tahun tersebut atas perubahan kejadian dari tahun sebelumnya.

2.4 Keterkaitan antara CSR dengan Kinerja Perusahaan

Social responsibility merupakan pelebaran tanggungjawab perusahaan sampai lingkungan baik secara fisik maupun psikis. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan berinvestasi pada sektor ramah-ramah lingkungan, menjaga keseimbangan eksploitasi, pengelolaan limbah (daur ulang limbah), menaikkan pengeluaran-pengeluaran sosial (biaya sosial) serta cara lain guna menjaga keseimbangan lingkungan.

Secara empiris, komitmen perusahaan untuk melaksanakan, menyajikan dan mengungkapkan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam pelaporan perusahaannya ternyata mendatangkan banyak manfaat ekonomi bagi perusahaan. Manfaat tersebut adalah pertama, perusahaan bisa menghindari atau mengurangi dampak-dampak negatif terhadap kinerja keuangan yang berasal dari peristiwa atau kejadian-kejadian negatif, dan isu-isu *eksternal* di luar kendali perusahaan. Kedua, perusahaan bisa menciptakan *goodwill* atau aset-aset tidak berwujud lainnya (*intangible assets*) yang berdampak positif atau menjadi *valuecreator* bagi kinerja keuangan perusahaan. Ketiga, perusahaan bisa mendapatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memperbaiki kinerja keuangan (Lako, 2010 hal, 173).

Khasali (2007, hal 17) menyatakan bahwa umumnya sering terjadi ketidaksepahaman antara perusahaan dengan masyarakat tentang tanggungjawab sosial (*social responsibility*), perlu sosialisasi efektif lewat batasan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) secara simetris. Hal itu menentukan efektivitas

tanggungjawab sosial (*social reponsibility*) yang telah dilakukan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

2.5 Tinjauan atas Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Firman Menne (2016) yang meneliti mengenai Pengaruh Praktik *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan pada Lembaga Keuangan Islam (IFI) menemukan bahwa hubungan antara praktik *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan adalah signifikan, nilai R square adalah 0,737, dan R square adalah 0,543. Implikasi praktis ini berarti bahwa praktik *Corporate Social Responsibility* (Zakat dan Qardh) meningkatkan kinerja keuangan organisasi LKI di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Buba (2011) yang meneliti mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan Pada PT Sinar Sosro di Kota Makassar, menemukan bahwa dari hasil analisis pengaruh antara biaya tanggungjawab sosial (CSR) dengan kinerja perusahaan, nampak bahwa semakin tinggi biaya tanggungjawab sosial maka akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (laba), sebab memiliki nilai $pvalue < 0,05$.

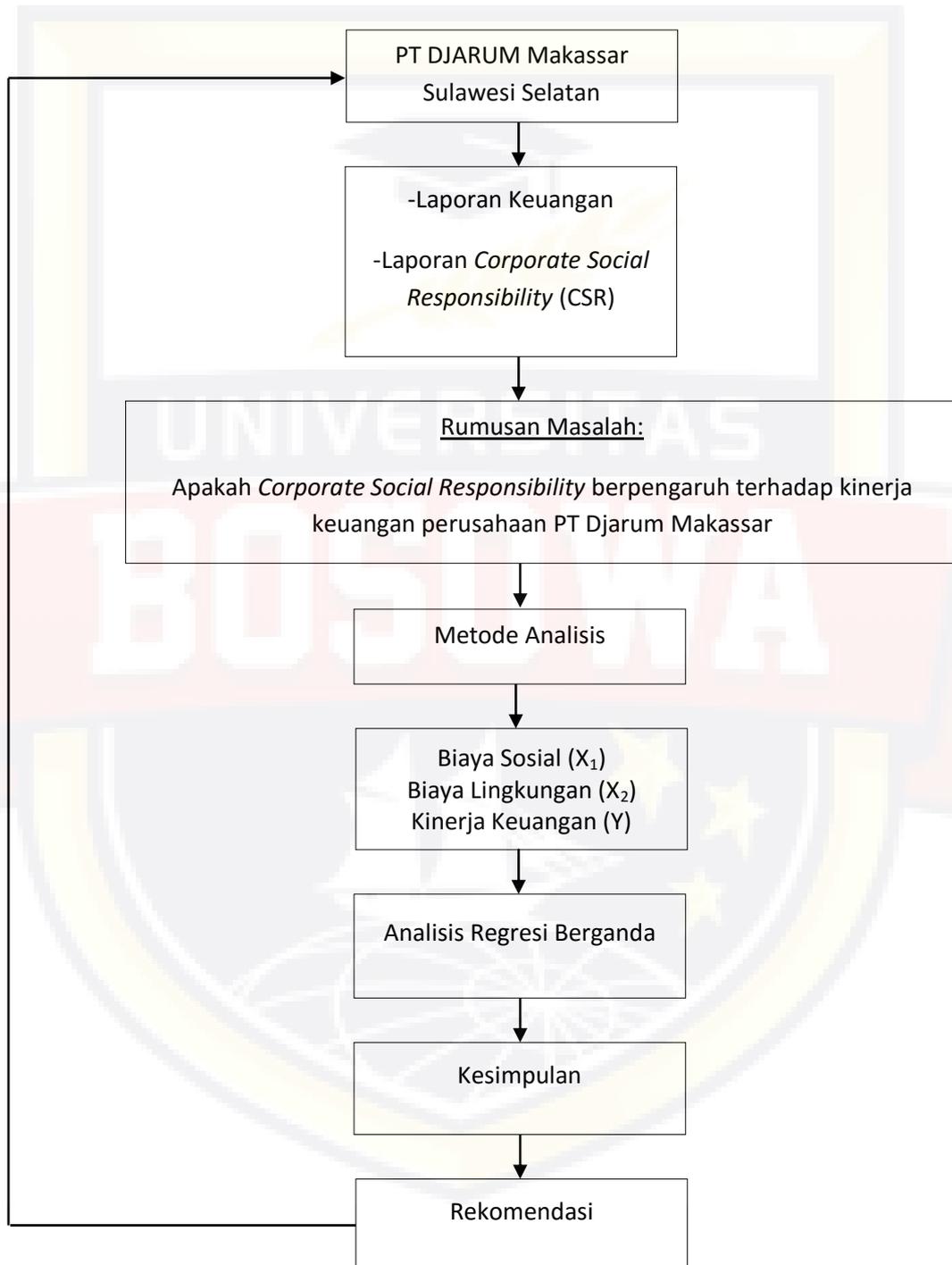
Penelitian Audrey (2009) bertujuan untuk menganalisis penerapan program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk terhadap masyarakat lokal, untuk menganalisis tingkat tanggungjawab sosial pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk terhadap karyawan dan perspektif karyawan, serta untuk menganalisis aspek lingkungan hidup pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk telah memberikan kontribusi yang cukup berarti bagi pemerintah dan masyarakat, seperti kontribusi dalam peningkatan

Pendapatan Asli Daerah (PAD), perusahaan dapat menampung warga-warga lokal untuk menjadi tenaga kerja dalam lingkup perusahaan sesuai dengan kompetensi mereka masing-masing.

Penelitian yang dilakukan oleh Iskandar (2012), yang meneliti mengenai mengenal pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar, dengan menganalisis seberapa besar pengaruh dan hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar. Berdasarkan hasil analisis pengaruh antara biaya sosial masyarakat lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dimana adanya peningkatan biaya sosial masyarakat lokal dapat diikuti oleh adanya kenaikan kinerja perusahaan (laba). Berdasarkan hasil pengujian regresi antara biaya lingkungan dengan kinerja perusahaan (laba) yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan kinerja perusahaan (laba), di mana semakin tinggi biaya lingkungan dapat diikuti oleh peningkatan laba.

2.6 Kerangka Pikir

Gambar 2.1



2.7 Hipotesis

Secara empiris, komitmen perusahaan untuk melaksanakan, menyajikan, dan mengungkapkan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam pelaporan perusahaannya ternyata mendatangkan banyak manfaat ekonomi bagi perusahaan. Manfaat tersebut adalah: Pertama, perusahaan bisa menghindari atau mengurangi dampak-dampak negatif terhadap kinerja keuangan yang berasal dari peristiwa atau kejadian-kejadian negatif, dari isu-isu eksternalitas di luar kendali perusahaan. Kedua, Perusahaan bisa menciptakan *goodwill* atau aset-aset tidak berwujud lainnya (*intangible assets*) yang berdampak positif atau menjadi *value creator* bagi kinerja perusahaan. Ketiga, Perusahaan bisa mendapatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memperbaiki kinerja keuangan (Lako, 2010 hal, 173)

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan sehubungan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya adalah:

- H1 : Biaya sosial diduga berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada PT Djarum Makassar
- H2 : Biaya lingkungan diduga berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada PT Djarum Makassar

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu

Dalam penelitian, peneliti memilih objek penelitian pada PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan. Sedangkan waktu penelitian yang digunakan kurang lebih 2 bulan, dari awal April sampai Juni 2019.

3.2 Populasi dan Sampel

Objek penelitian ini adalah PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan. Subjek penelitian adalah kinerja PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan dihubungkan dengan CSR perusahaan yang direpresentasikan melalui laba operasional, biaya sosial dan biaya lingkungan perusahaan 8 tahun terakhir.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data yang diharapkan berupa data penggunaan untuk pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan.
- b. Data Kualitatif, yaitu data yang bukan dalam bentuk angka-angka atau tidak dapat dihitung melainkan dalam bentuk kata-kata. Data yang digunakan berasal dari buku, artikel jurnal, dan halaman web serta berasal dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan dalam perusahaan agar gambaran tentang konsep pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Djarum

Makassar Sulawesi Selatan dapat kita lihat dari perspektif akademis dan praktisi. Kemudian ditambah informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain berkaitan dengan masalah yang diteliti serta dari beberapa referensi yang dapat mendukung terselesaikannya tulisan ini.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung terhadap objek penelitian ini, baik wawancara maupun pengamatan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu yang diperoleh dengan mempelajari berbagai literatur-literatur seperti : buku-buku, jurnal, artikel ilmiah, dan laporan keuangan PT Djarum Makassar

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memproses data yang dibutuhkan dalam penelitian, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu, penelitian yang dilakukan secara langsung guna memperoleh data yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

Data dari lapangan dapat diperoleh dari:

a. Observasi (*Observation*) yaitu, melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas keseharian, lingkungan, dan sarana kerja yang berhubungan dengan penulisan ini.

- b. Wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dari pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan.
2. Tinjauan pustaka (*library research*) yaitu, penelitian yang dilakukan dengan cara pengumpulan data *literature* yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan dua variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan, sedangkan variabel independen adalah biaya sosial dan biaya lingkungan.

Variabel yang diteliti perlu didefinisikan dalam bentuk rumusan yang lebih operasional, variabel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah :

1. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan itu berada, CSR diukur dengan biaya sosial masyarakat sosial lokal, biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan dalam program CSR.
2. Kinerja keuangan adalah hasil kondisi atau posisi keuangan yang dicapai oleh PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan, diukur dengan laba operasional dalam rupiah (Rp).

3.6 Metode Analisis

Untuk memperoleh hasil dari penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif yaitu melalui analisis hasil pekerjaan dan aktivitas pada objek penelitian untuk memberikan gambaran terkait kinerja keuangan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda sebagai berikut:

1. Analisis Regresi berganda adalah suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui penerapan *social cost* yang terdiri dari biaya sosial masyarakat sekitar perusahaan dan biaya lingkungan terhadap kinerja keuangan, dengan menggunakan rumus dikemukakan oleh Sulaiman (2004, hal.80) sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Keuangan

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = Biaya Sosial Masyarakat Lokal

X_2 = Biaya Lingkungan (Rp)

e = Error Term, yaitu tingkat kesalahan yang penduga dalam penelitian

2. Uji Asumsi Klasik yaitu sebelum dilakukan pengujian regresi maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Oleh karena itu, akan disajikan uji asumsi normalitas, multikolinieritas, dan uji heterokedastisida yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Hasil Uji Normalitas dilakukan dalam penelitian ini untuk melihat variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal
 - b. Hasil Uji Multikolinearitas digunakan dalam penelitian untuk menunjukkan adanya korelasi antara variable independen dalam model regresi. Model Regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai VIF dan nilai *tolerance*.
 - c. Hasil Uji Heteroskedastisitas dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).
4. Uji T atau Uji Parsial dilakukan untuk menguji signifikan pengaruh variable independen yaitu, Biaya Sosial dan Biaya Lingkungan terhadap variable dependen yaitu, Kinerja Keuangan pada PT DJARUM Makassar Sulawesi selatan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dikatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Djarum Makassar didirikan oleh Oei Wie Gwan pada tanggal 21 April 1951 di Kudus, Jawa Tengah dengan membeli sebuah pabrik rokok kecil disana. Tetapi Sembilan bulan sebelumnya Oei Wie Gwan telah membeli lisensi dan merek untuk nama perusahaannya. PT Djarum mulai beroperasi hanya dengan 10 karyawannya di Nomor 28 Bitingan Baru Street (sekarang Jl. Ahmad Yani No. 28) Kudus. Pencampuran cengkeh dan tembakau dilakukan secara manual dengan peralatan yang masih minimal, produk rokok yang pertama dibuat adalah jenis kretek.

Perkembangan ini sempat mengalami hambatan. Pada tahun 1963, setelah terjadi perluasan satu lokasi produksi lagi, pabrik terbakar habis dan tahun itu pula Oie Wie Gwan meninggal dunia di Semarang tanpa sempat mengetahui pabriknya telah terbakar dan yang tertinggal hanya satu lokasi, yaitu di Kliwon, Kabupaten Kudus. Akhirnya seluruh kegiatan dipindahkan kesana dan tiga tahun kemudian kegiatan produksi dipusatkan di Jetak dan Gribig, Kabupaten Kudus.

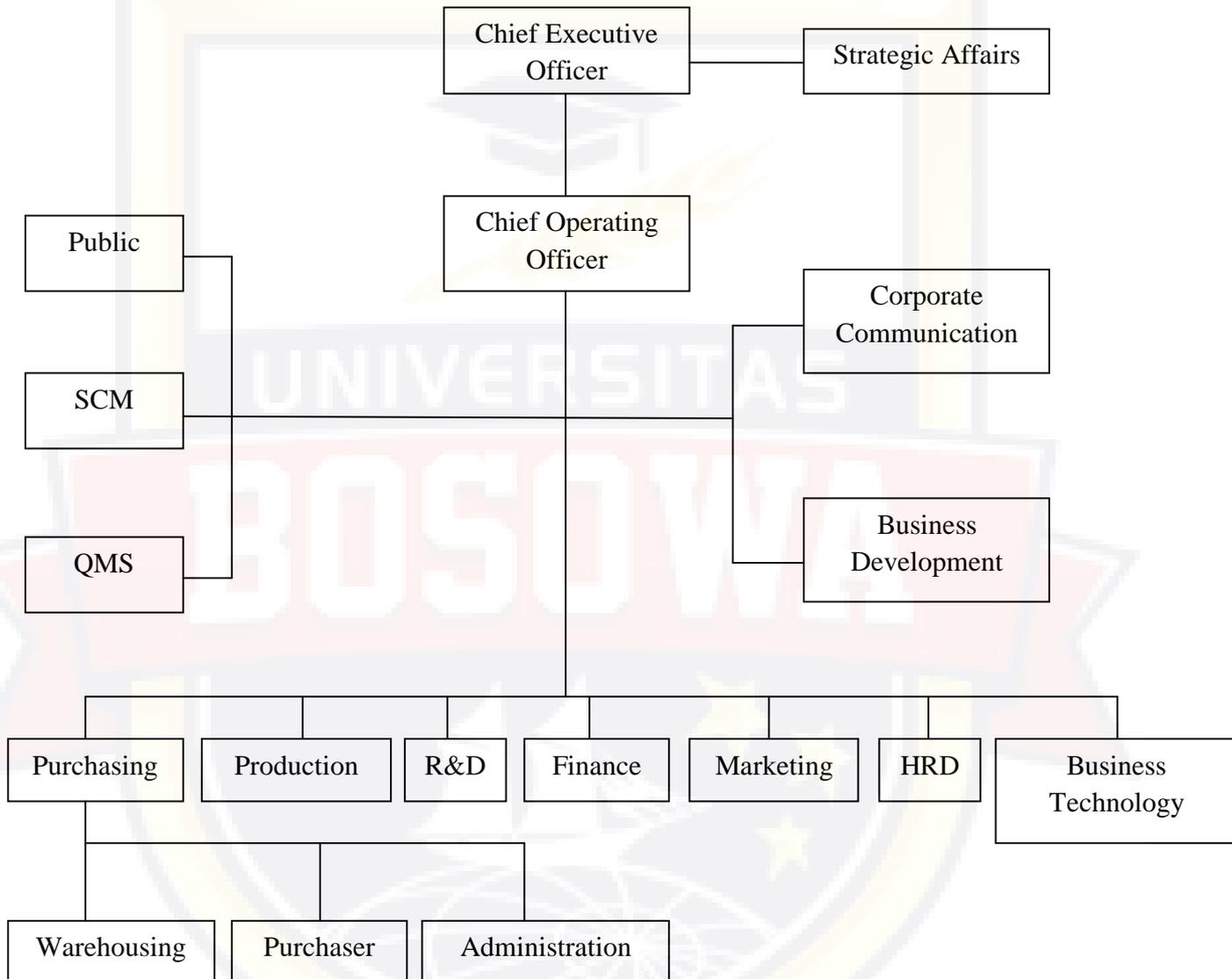
Penggunaan nama Djarum bukan diberikan oleh Oie Wie Gwan, melainkan sudah melekat pada pabrik yang telah dibelinya. Djarum yang dimaksudkan disini adalah Djarum pada *gramophone* pemutaran piring hitam model kuno. Lalu dibawah nahkoda dua bersaudara Bambang dan Budi Hartono, terjadi perkembangan usaha mulai tahun 1963. Bersama karyawan-karyawan yang

setia Djarum, mereka membangun sisa-sisa kebakaran hingga mampu melewati masa-masa genting di tahun 1965-1966. Pada tahun 1967, dilakukan perluasan produk sekaligus dilakukan konsolidasi pertama, yaitu dengan masuknya Ir. Julius Hadinata ke Djarum. Sebagai lulusan Belanda, Julius banyak melakukan pembenahan. Mulai ada pembagian tugas yang jelas, mesin-mesin dengan teknologi baru yang didatangkan dari Inggris dan Jerman Barat terutama untuk pengolahan tembakau serta pengangkatan beberapa manajer profesional. Pada tahun 1968, bersama dengan perluasan dua lokasi produksi diperkenalkan produk baru dengan nama Admiral dan VIP Biru. Melalui gebrakan pertama tersebut, total produksi yang berhasil terjual adalah sekitar tiga miliar batang.

Dua tahun kemudian muncul beberapa merk produk baru seperti VIP President, VIP Internasional, VIP Agung, VIP Diplomat, VIP Sultan, Granat dan Nahkoda. Pada tahun 1973, Djarum mulai ambil bagian dalam kegiatan ekspor, antara lain ke Amerika Serikat, Arab Saudi, Jepang, Singapura dan Malaysia. Pada tahun 1976, mulai terdapat beberapa perubahan selera konsumen dengan kegemaran masyarakat akan sigaret Kretek Mesin (SKM). Djarum pun mengatasi perubahan selera konsumen tersebut dengan meluncurkan produk Djarum *Djarum Filter Black*, *Djarum Filter Deluxe*, *Djarum Filter King Size*. Dua tahun kemudian disusul dengan peluncuran *Djarum Super* yaitu rokok kretek filter yang populer hingga saat ini. Peningkatan proses mekanisasi seiring dengan peningkatan produksi, kinerja perusahaan dan inovasi produk untuk menjadi yang terbaik dalam industry rokok. Pada tahun 1983, Djarum berubah menjadi PT (Perseroan Terbatas).

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber: PT Djarum Makassar, 2019

4.1.3 Tugas Dan Tanggung Jawab

Uraian terhadap masing-masing jabatan dituangkan dalam sebuah Buku Pedoman Perusahaan (BPP). Dalam BPP tersebut telah dijelaskan secara rinci mengenai ikhtisar jabatan dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan. Untuk

lebih jelasnya tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan akan diuraikan sebagai berikut :

1. *Chief Executive Officer*

Chief Executive Officer merupakan seseorang yang bertugas untuk memimpin perusahaan dan bertanggung jawab atas kestabilan perusahaan.

2. *Strategic Affairs*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang sebagai perencanaan strategis didalam menghadapi berbagai macam tantangan baik eksternal maupun internal yang dapat menentukan maju mundurnya perusahaan PT Djarum didalam menghadapi berbagai hambatan.

3. *Chief Operating Officer*

Bagian ini merupakan seseorang yang bertanggung jawab atas operasional harian dalam sebuah perusahaan.

4. *Public Affairs*

Bagian perusahaan yang bertugas untuk mengurus hubungan perusahaan dengan pemerintah, menangani apakah perusahaan sudah sesuai dengan kebijakan pemerintah.

5. *SCM*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang untuk merencanakan produksi serta persediaan melakukan distribusi ke cabang-cabang PT Djarum.

6. *QMS*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang untuk memeriksa kualitas barang yang diterima dari *supplier* apakah sesuai dengan spesifikasi untuk

kemudian dimasukkan sebagai kategori: *unrestricted stock* ataupun *blocked stock*.

7. *Corporate Communication*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang dalam mengkoordinasi aktivitas-aktivitas berkaitan dengan komunikasi baik yang berhubungan dengan media dan publik.

8. *Business Development*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang dalam merencanakan perkembangan PT Djarum dalam menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari dalam maupun dari luar PT Djarum

9. *Business Technology*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang dalam menyiapkan arsitektur, *customizing*, serta hal yang berkaitan dengan perencanaan kesiapan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat serta kebutuhan-kebutuhan *customizing* dalam menghasilkan aplikasi yang efektif, efisien, dan *user friendly*.

10. *Production*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang dalam merencanakan produksi baik produk setengah jadi maupun produk jadi yang berkualitas tinggi sehingga dapat memenuhi permintaan baik dari pihak eksternal (konsumen/*end user*) maupun dari permintaan internal.

11. *Finance*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang terhadap penerimaan dan pengeluaran kas, sehingga adanya devisi ini keuangan PT Djarum dapat dikelola secara optimal serta pencatatan dapat tersimpan dengan baik.

12. *Marketing*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang untuk mengidentifikasi kebutuhan pangsa pasar sehingga PT Djarum dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan melalui peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan PT Djarum.

13. *Purchasing*

Bagian ini memiliki tanggung jawab untuk melakukan pembelian semua material dan barang yang dibutuhkan untuk proses produksi dan material lain yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Di dalam bagian *purchasing* dibagi lagi menjadi tiga, yaitu:

a. *Warehousing*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang terhadap penerimaan barang yang telah dikirimkan oleh pihak *supplier* di dalam proses penyimpanannya serta menentukan apakah barang tersebut dikategorikan sebagai barang *Unrestricted Used* ataupun *Block Stocked*.

b. *Purchaser*

Bagian ini memiliki tugas dan wewenang dalam memenuhi kebutuhan bahan baku yang berkualitas tinggi digunakan untuk

keperluan produksi dalam menghasilkan rokok dengan standar yang tinggi. Dimana divisi ini juga mengatur, merencanakan, serta menentukan pembeli yang memang sesuai dengan kebutuhan/keperluan PT Djarum.

c. *Administration*

Bagian yang membuat laporan data pembelian dan menganalisis data pembelian.

4.2 Deskripsi Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa angka-angka yang didapatkan melalui laporan keuangan perusahaan. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pada PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan dengan mengambil laporan keuangan selama delapan tahun. Laporan keuangan yang digunakan mulai dari tahun 2008-2015. Penelitian ini menggunakan program CSR perusahaan yaitu biaya sosial dan biaya lingkungan sebagai variable yang berpengaruh terhadap laba. Adapun hasil analisis mengenai program CSR yang dilakukan oleh PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Biaya Sosial dan Biaya Lingkungan (CSR), serta Laba (Rp.000.-)

No.	TAHUN	BIAYA SOSIAL	BIAYA LINGKUNGAN	BS + BL	LABA
1.	2008	1.380.200	691.500	2.071.7000	182.482.000
2.	2009	1.521.300	792.350	2.313.650	334.180.000
3.	2010	2.581.480	892.800	3.474.280	854.899.000
4.	2011	2.782.900	1.021.900	3.804.800	1.252.436.000
5.	2012	3.021.150	1.491.450	4.512.600	1.789.896.000
6.	2013	3.340.200	1.630.380	4.970.580	2.027.560.000
7.	2014	3.685.250	1.835.450	5.520.700	2.547.178.000
8.	2015	3.800.150	2.040.540	5.840.690	2.993.114.000

Sumber: data primer, 2019

Tabel 4.1 yakni data pertumbuhan biaya sosial kepada masyarakat local seperti pemberian santunan kepada masyarakat yang kurang mampu, bantuan pendidikan dan kesehatan. Sehingga rata-rata biaya sosial yang dikeluarkan oleh PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan.

4.3 Statistik Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menguraikan mean, standar deviasi, maksimum, dan minimum dari setiap variable penelitian. Hasil pengolahan *descriptive statistics* setiap variable dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif Variabel

No	Variabel	Mean	Standar Deviasi	Maximum	Minimum	N
1	Biaya Sosial (BS)	2764203,75	911086,518	3800150	1381200	8
2	Biaya Lingkungan (BL)	1299546,25	514370,741	2040540	691500	8
3	Kinerja (Laba)	1497718125	1018452745	2993114000	18248200	8

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS 20, 2019

Penelitian ini menggunakan biaya CSR yang meliputi biaya sosial (BS) dan biaya lingkungan (BL). Sedangkan kinerja diukur dengan laba. Berdasarkan table diatas, ditunjukkan bahwa selama periode delapan tahun (2008-2015) maka rata-rata (*mean*) yang diperoleh untuk biaya sosial sebesar 2764203,75 dengan nilai standar deviasi sebesar 911086,518. Selain itu biaya sosial yang tertinggi sebesar 3800150 dan terendah sebesar 1381200.

Sedangkan, rata-rata (*mean*) yang diperoleh untuk biaya lingkungan sebesar 1299546,25 dengan standar deviasi sebesar 514370,741 sehingga biaya lingkungan yang terbesar adalah 2040540 dan terendah adalah 691500. Selanjutnya rata-rata (*mean*) kinerja (laba) sebesar 1497718125 dengan standar deviasi 1018452745 sebesar serta nilai tertinggi sebesar 2993114000 dan terendah sebesar 18248200.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian regresi maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Oleh karena itu, akan disajikan uji asumsi normalitas, multikolineritas, dan uji heterokedastisitas yang dapat diuraikan sebagai berikut:

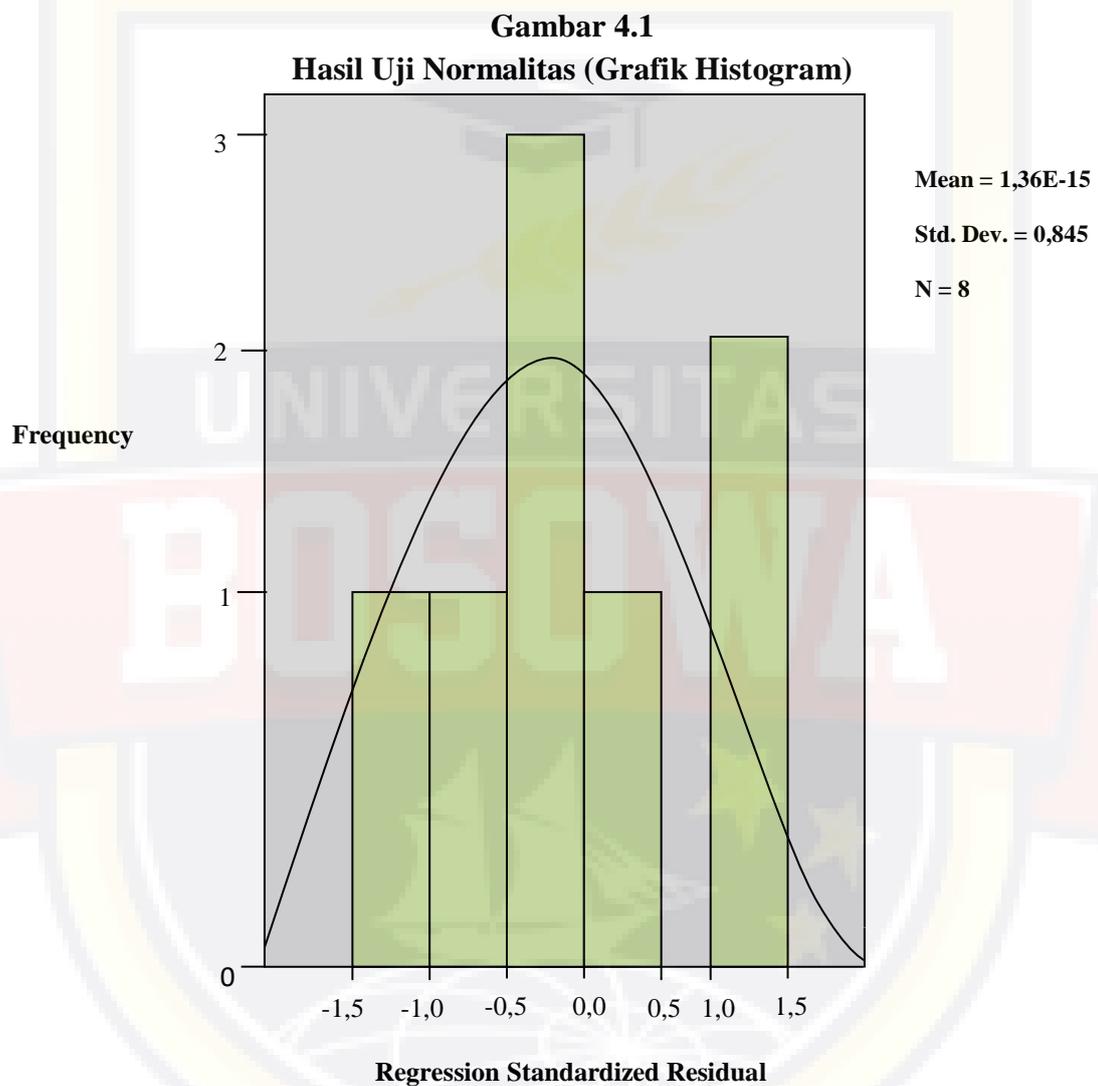
1. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dilakukan dalam penelitian ini untuk melihat variable terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilakukan secara kasat mata dengan melihat grafik PP Plot dan kurva histogram, Pada Normal P-P Plot prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada kurva histogram, normalitas data dapat dilihat berdasarkan gambar kurva. Jika kurva memiliki bentuk kemiringan yang cenderung seimbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan dan kurva berbentuk lonceng yang hamper sempurna, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

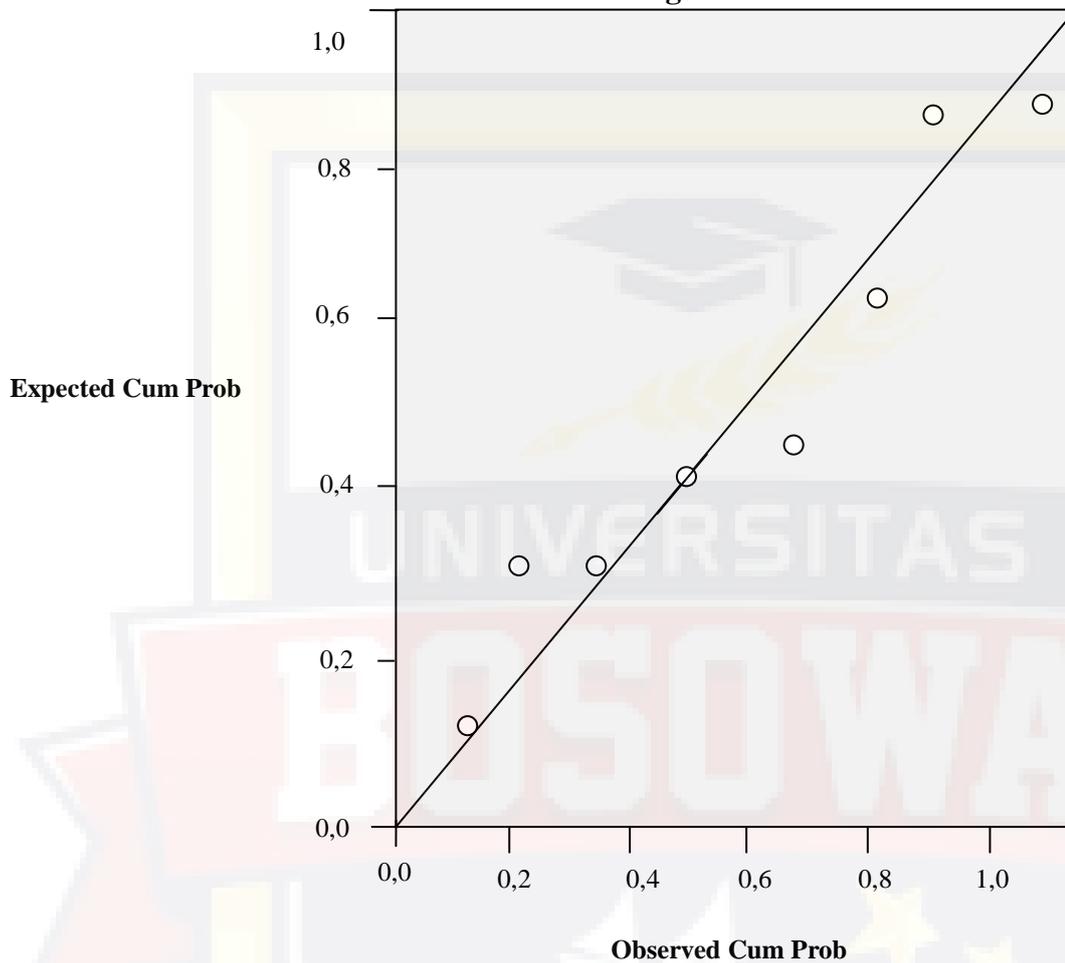
Berdasarkan hasil olah data, grafik PP Plot menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal tersebut dan kurva histogram berbentuk lonceng yang hamper sempurna. Hal ini membuktikan bahwa data

terdistribusi dengan normal sehingga model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas. Grafik hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data Diolah dengan menggunakan SPSS 20, 2019

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Grafik P-P Plot)
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 20, 2019

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai VIF dan nilai *tolerance*.

Suatu model regresi dikatakan menunjukkan adanya multikolinearitas yaitu nilai $VIF \geq 10$ atau sama dengan $tolerance \leq 0,1$. Sebaliknya, apabila nilai $VIF \leq 10$ atau angka $tolerance \geq 0,1$ maka dapat dinyatakan bebas multikolinearitas. Berdasarkan hasil olah data, uji statistik menunjukkan bahwa nilai $VIF \leq 10$ dan angka $tolerance \geq 0,1$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Hasil uji regresi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	<i>Collineritas Statistik</i>		Batas VIF	Kesimpulan
		<i>Tollerance</i>	VIF		
1.	Biaya Sosial (BS)	0,140	7,125	10	Tidak Terjadi Multikolinearitas
2.	Biaya Lingkungan (BL)	0,140	7,125	10	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS 20, 2019

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data *crose section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

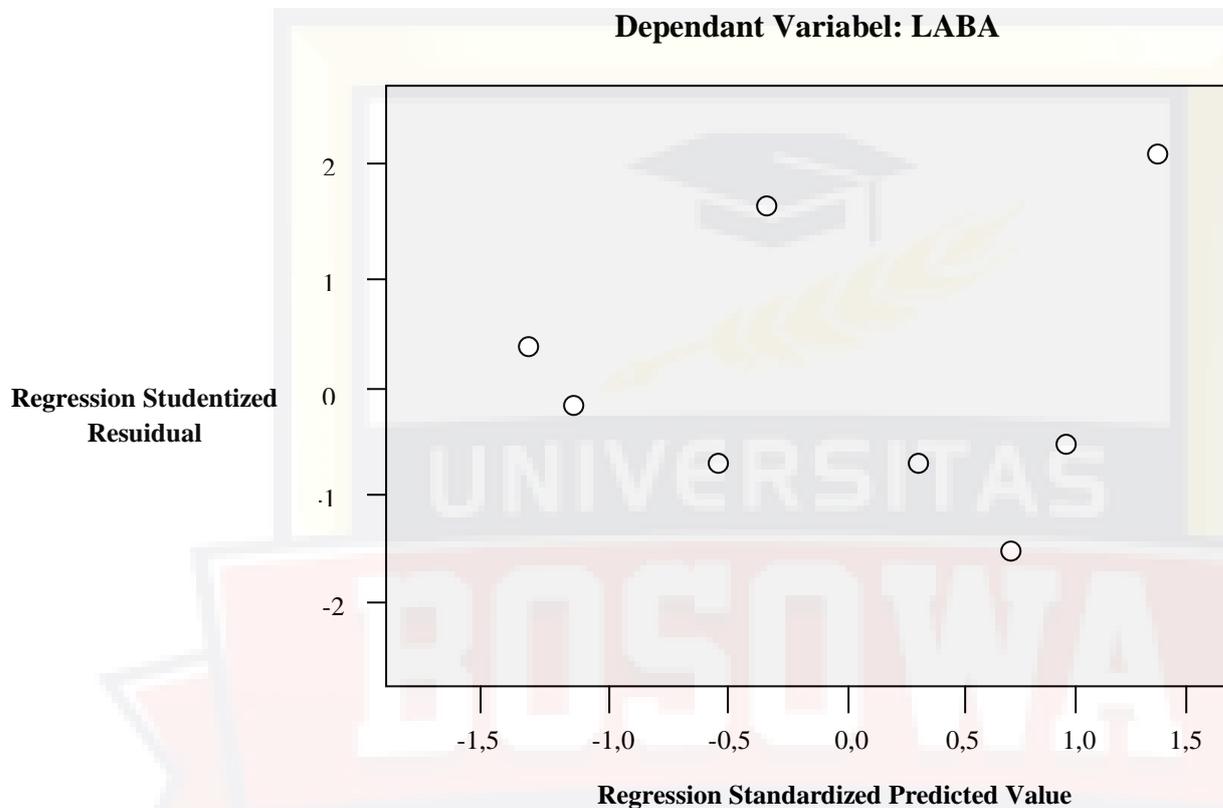
Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terkait (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya sebagai berikut:

1. Jika terdapat pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi, indikasinya terdapat heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 10 pada sumbu Y, indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas.

Berdasarkan hasil olah data grafik uji heteroskedastisitas untuk variabel penelitian, sehingga asumsi dasar bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan terpenuhi. Grafik hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 20, 2019

4.5 Analisis Kauntitatif

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui mengenai ketergantungan variabel dependen untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dapat diketahui nilai konstanta sebesar -1295821051, koefisien regresi biaya

sosial sebesar 400,868, koefisien biaya lingkungan sebesar 1296,960, dan standar errors sebesar 1222069039,6.

Tabel 4.4
Coefficients^a

Modal	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Correlation			Collinearity	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Part ial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	-	122206939,606		-	,000					
1	1295821051,023			10,603						
BS	400,868	109,635	,359	3,656	,015	,966	,853	,134	,140	7,125
BL	1296,960	194,193	,655	6,679	,001	,988	,948	,245	,140	7,125

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 20, 2019

Berdasarkan data di atas maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e (X_1X_2)$$

Dimana:

$$a : -1295821051$$

$$b_1 : 400,868$$

$$b_2 : 1296,960$$

$$e : 1222069039,6$$

$$Y = -1295821051 + 400,86X_1 + 1296,960X_2$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa:

- Jika variabel biaya sosial (X_1) naik sebesar 1 satuan maka kinerja (laba) (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 400,868 dengan asumsi bahwa biaya lingkungan (X_2) dan interaksi antara biaya sosial dan biaya lingkungan (X_1X_2) semua tetap dan konstan.

- b. Jika variabel biaya lingkungan (X_2) naik sebesar 1 satuan maka kinerja (laba) (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1296,960 dengan asumsi bahwa biaya sosial (X_1) dan interaksi antara biaya sosial dan biaya lingkungan (X_1X_2) semua tetap atau konstan.
- c. -1295821051 diartikan bahwa tanpa biaya sosial dan biaya lingkungan maka kinerja (laba) akan tetap mengalami penurunan sebesar 1295821051.

2. Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1.

Tabel 4.5
Korelasi Ganda (R)

Modal	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,997 ^a	.993	,991	99007126,300	,993	367,854	2	5	,000

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 20, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 jika nilai R semakin mendekati angka 1 berartihubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai R semakin mendekati angka 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan diperoleh dari nilai R sebesar 0,997. Hal ini berarti bahwa hubungan antara biaya sosial dan biaya lingkungan terjadi pada tingkat yang kuat.

3. Analisis Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 4.5 dari hasil regresi yang dilakukan diperoleh nilai dari R^2 sebesar 0,991 (9,91%). Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independen yaitu biaya sosial dan biaya lingkungan terhadap variabel dependen yaitu kinerja (laba) sebesar 9,91%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

4. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

a. Uji Parsial Biaya Sosial

Dari hasil analisis regresi secara parsial yang dilakukan diperoleh nilai t hitung variabel biaya sosial sebesar 3,656 dan tingkat signifikansi sebesar 0,015 yang bernilai kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel biaya sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja (laba), hipotesis pertama (H1) diterima karena kenaikan biaya sosial akan berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan PT Djarum Makassar.

b. Uji Parsial Biaya Lingkungan (BL)

Berdasarkan hasil olah data didapatkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel biaya lingkungan sebesar 6,679 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel biaya lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja (laba), hipotesis kedua

(H2) diterima karena kenaikan biaya lingkungan akan berpengaruh terhadap peningkatan laba perusahaan PT Djarum Makassar.



BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara keseluruhan hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa biaya sosial PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja (laba) perusahaan karena biaya sosial PT Djarum mengalami peningkatan dan akan sangat mempengaruhi peningkatan laba di perusahaan PT Djarum Makassar.
2. Secara keseluruhan hasil analisis regresi 3beranda menunjukkan bahwa biaya lingkungan PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja (laba) perusahaan karena biaya lingkungan PT Djarum mengalami peningkatan dan akan sangat mempengaruhi peningkatan laba di perusahaan PT Djarum Makassar.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan perlu meningkatkan intensitas CSR sehingga mampu mempengaruhi kinerjanya di masa yang akan datang.
2. PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan perlu meningkatkan kinerja labanya melalui peningkatan efektivitas pengelolaan usaha bank.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini masih mempunyai banyak kekurangan. Karena berbagai keterbatasan penulis hanya membatasi penelitian ini hanya pada PT Djarum Makassar Sulawesi Selatan sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan, selain itu penulis juga membatasi dua variabel yang dapat mempengaruhi kinerja (laba) yaitu biaya sosial dan biaya lingkungan, dan tempat penelitian penulis juga membatasi waktu untuk meneliti dikarenakan perusahaan tersebut akan berpindah kantor di Kota Maros. Masih ada faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih. 2012. *Corporate Social Responsibility*, Bandung: Alfabeta.
- Audrey, Sulvian, Bella. 2009. *Hubungan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.*, Makassar.
- Buba, Zeth. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Pada PT Sinar Sosro Di Makassar*.
- Budimanta, A., et.al. 2008. *Corporate Social Responsibility Alternatif bagi Pembangunan Indonesia. Indonesia Centre For Sustainability Development (ICSD)*: Jakarta.
- Darwin, Ali. 2006, *Akuntansibilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR Bagi Perusahaan di Indonesia*. Edisi III. Economic Business Review, Jakarta.
- Ebert, Ronald J, dan Griffin, Ricky W. 2003. *Bisnis*, Edisi terjemahan, prehalindo, Jakarta.
- Firman Menne. 2016. *The Influence Of Corporate Social Responsibility On Financial Performance: Evidence From Islamic Financial Institutions In Indonesia*. Makassar
- Freeman, 2004. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Ptman Publishing.
- Ghozali dan Chairiri. 2007. *Teori Akuntansi*, (online), (<http://staff.undip.ac.id/akuntansi/anis>, diakses 25 Juni 2013)
- Harahap, Sofyan Safari. 2003. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Rajawali Pers: Jakarta
- Iskandar, Wahyuni, Dian. 2012. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT Bank Mega Tbk Cabang Makassar*. Skripsi Unhas. Makassar.
- Lako. Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga. Jakarta.

- Lord Home and Richar Watss. 2006. *Teoritical Framework Of Corporate Responsibility*, (<http://champ-pride99.blogspot.com>. Diakses tanggal 24 Desember 2011)
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility*, Refika Aditama, Jakarta
- Khasali, Reinald. 2007. *Industri Berwawasan Lingkungan Antara Kebutuhan dan Politisi*. Media Akuntansi. No. 25/th. V.h.17-29
- Kusumawati, Siti. 2007. *Norma Hukum dan Bisnis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jurnal Sosioteknologi Edisi 12 Tahun 6
- McWilliams, A. dan D Siegel. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Theory Of The Firm Perspective*. *Acdeimy Of Management Journal*, 31:1854-872.
- Mulyadi, 2001, *Akuntansi Manajemen: Konsep, manfaat dan Rekayasa*, Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Mursitama, Tirta, dkk. 2011. *Corporate Social Responsibility di Indonesia (Teori dan Implementasi)*. Institute for Development Of Economic and Finance (INDEF)
- Nadya, Nyimas. 2011. *Keefektifan Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Geothermal Dalam Meningkatkan Taraf Hidup Warga Komunitas Pedesaan (Kasus Anggota Kelompok Lkms Kartini Di Dusun Pamengpeuk Dan Dusun Pasirhaur, Desa Cihamerang, Kecamatan Kemandungan, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat)*. Skripsi. Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.
- Nurhadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nurul, Inayah, Shabir. 2014. *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT Semen Tonasa Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat Sekitar*. Skripsi. Fakultas Ekonoi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar
- Pearce, Jhon dan Robinson Riichard. 2008. *Strategic Management 10*. Salemba Empat: Jakarta
- Pemerintah Indonesia. 2007. *Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 tentang perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggungjawab social dan lingkungan*. Lembaran RI Tahun 2007 No.40. Jakarta : Sekretariat Negara

Susenohaji. 2003. *Environmental Managemen Accounting, Biaya Lingkungan, Informasi Strategis*. (Online). (<http://digilib.gunadarma.ac.id/>.. Akses 7 Agustus 2013)

Tandelilin, Eduardus. 2001. *Analisis dan Manajemen Portofolio*. Edisi Pertama. Yogyakarta. BPFE

Watt, R.L, dan Zimmerman.J.L. 1986. *Positive Accounting Theory*. Prentice Hall

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing. Surabaya

Wirakusuma, dan Yuniasi. 2012. Asosiasi Pengungkapan CSR dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Peraih Penghargaan Indonesia Sustainability Reporting Award (Isra) Periode 2011 dan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2011-2012. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, (Online), (<http://ejournal.unesa.ac.id/article/543/57/article.pdf>, diakses 20 Juni 2013)

<http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/60110/6/BAB%20IV%20Gambaran%20Umum%20Perusahaan.pdf>

BUSUWA





LAMPIRAN



BOSOWA

Lampiran 1: Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BS	8	1381200	3800150	2764203,75	911086,518
BL	8	691500	2040540	1299546,26	514370,741
LABA	8	182482000	2993114000	1497718125,00	1018452744,99
Valid N (Number)	8				3

Correlations

		LABA	BL	BL
Pearson Corelation	LABA	1,000	,966	,988
	BS	,966	1,000	,927
	BL	,988	,927	1,000
Sig. (1-tailed)	LABA	-	,000	,000
	BS	,000	-	,000
	BL	,000	,000	-
N	LABA	8	8	8
	BS	8	8	8
	BL	8	8	8

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BL, BS ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: LABA

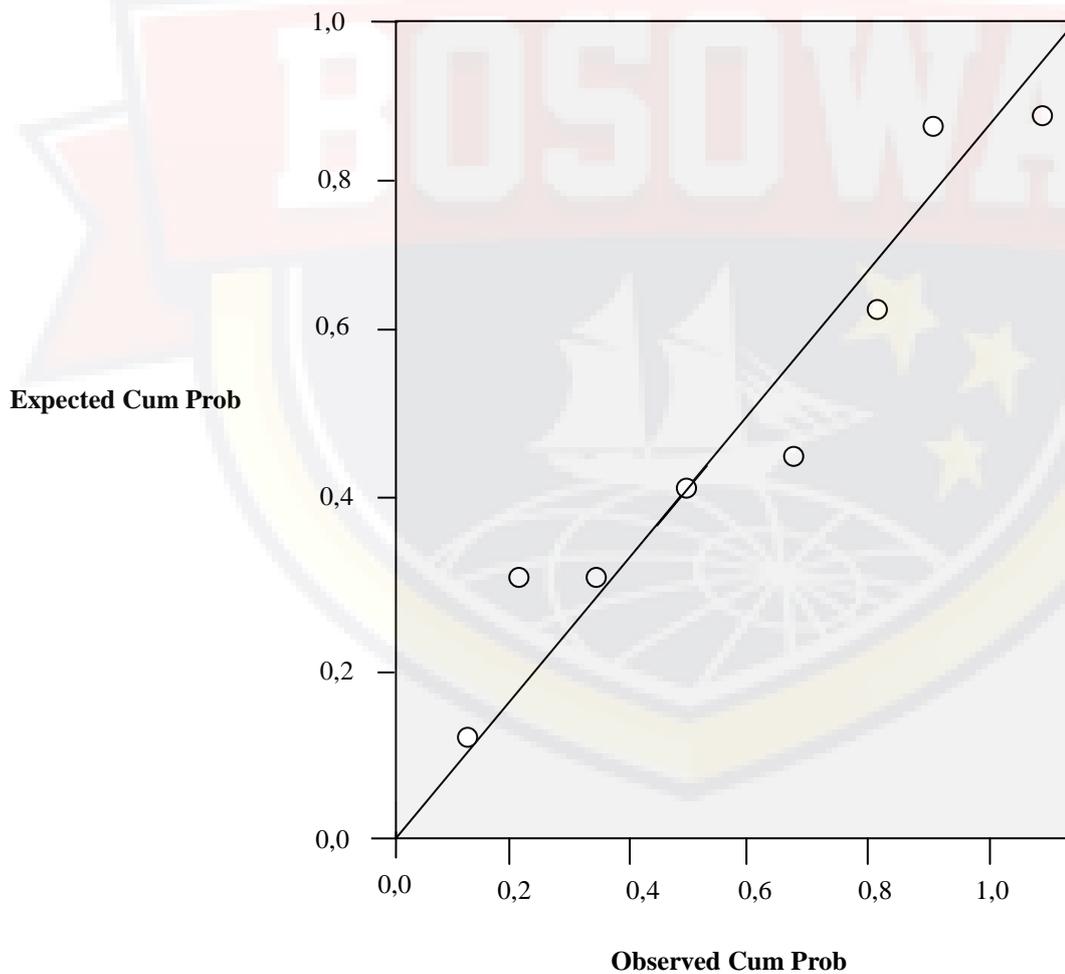
b. All requested variables entered.

Lampiran 2: Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

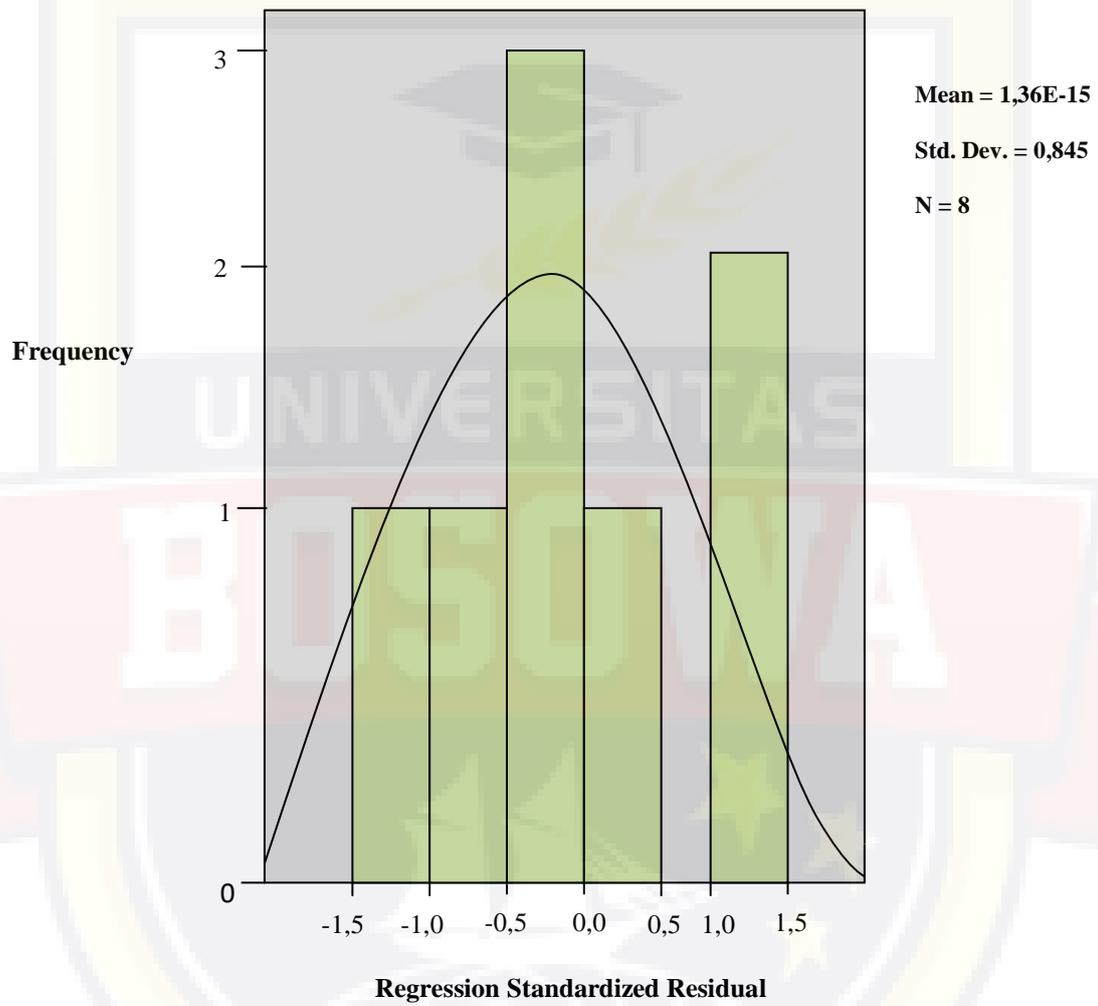
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variabel : LABA



Histogram

Dependent Variabel: LABA



b. Multikolinieritas

Coefficients^a

Modal	Unstandardized		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlation			Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	-	122206939,606		-	,000					
1	1295821051,023			10,603						
BS	400,868	109,635	,359	3,656	,015	,966	,853	,134	,140	7,125
BL	1296,960	194,193	,655	6,679	,001	,988	,948	,245	,140	7,125

a. Dependent Variabel: LABA

Colinearty Diagnosticsa

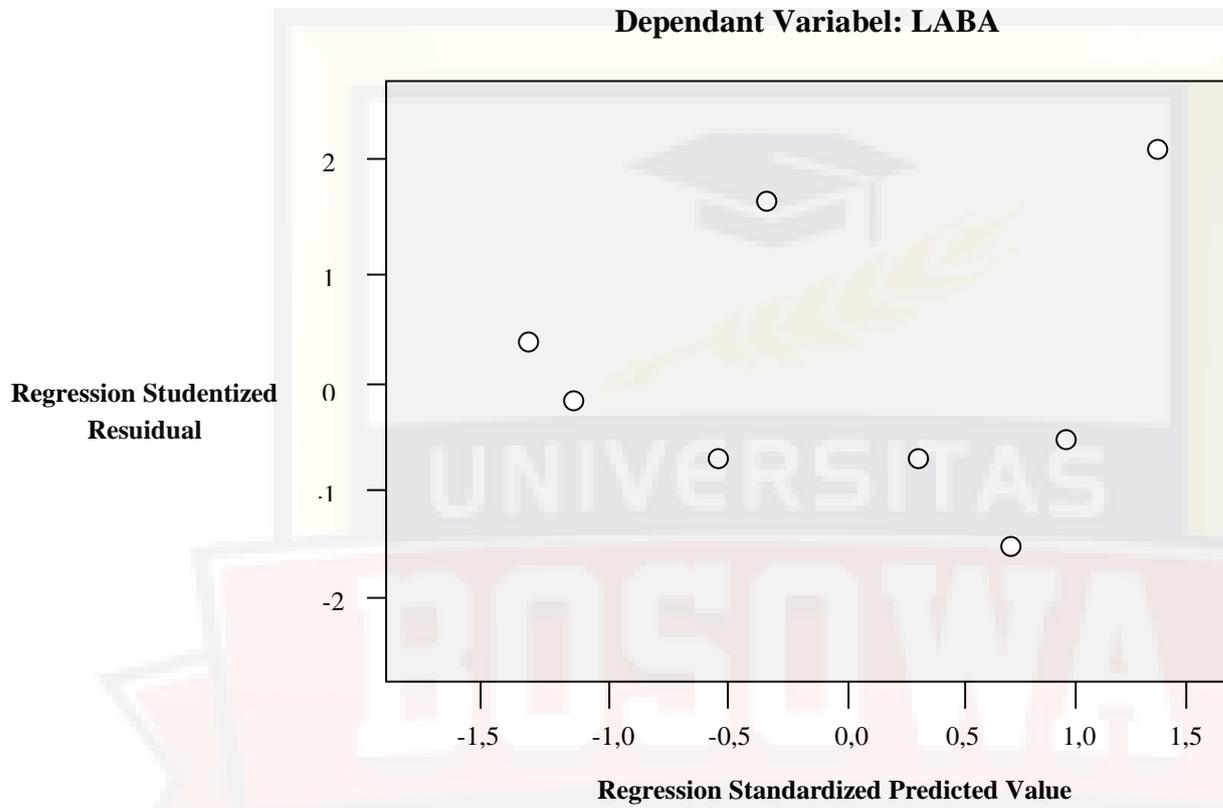
Model Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
			(Constant)	BS	BL
1	2,923	1,000	,01	,00	,00
1 2	,070	6,477	,77	,01	,06
3	,007	20,134	,22	,98	,93

a. Dependent Variabel: LABA

Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	154705088,00	2874034688,00	1497718125,00	1015009493,355	8
Std. Predicted Value	-1,323	1,356	,000	1,000	8
Standard Error Of Predicted Value	38222352,000	70416696,000	59389374,574	13040873,524	8
Adjusted Predicted Value	126270944,00	2771931136,00	1482622409,36	1005635730,969	8
Residual	-	119079368,000	,000	83676294,041	8
Std. Residual	130134488,000				
Stud. Residual	-1,314	1,203	,000	,845	8
Deleted Residual	-1,456	1,639	,062	1,061	8
Stud. Deleted Residual	-	221182832,000	15095715,641	133948333,884	8
Mahal. Distance	159753984,000				
Cook's Distance	-1,717	2,156	,136	1,266	8
Centered Leverage Value	,168	2,666	1,750	1,026	8
	,003	,768	,212	,290	8
	,024	,381	,250	,147	8

a. Dependent Variabel: LABA

c. Heteroskedastisitas**Scatterplot**

Lampiran 3: Uji Analisis Berganda

a. Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Modal	Unstandardized		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlation			Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	-	122206939,606		-	,000					
1	1295821051,023			10,603						
BS	400,868	109,635	,359	3,656	,015	,966	,853	,134	,140	7,125
BL	1296,960	194,193	,655	6,679	,001	,988	,948	,245	,140	7,125

b. Uji F (Simulasi)

ANOVA^a

Modal	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7211709901198	2	3605854950599	367,854	,000
	349300,00		174700,000		
Residual	4901205529052	5	9802411058104		
	4176,000		836,000		
Total	7260721956488	7			
	874000,000				

a. Dependent Variabel: LABA

b. Predictors: (Constant), BL, BS

Lampiran 4: Uji Koefisien Determinasi

a. Korelasi Ganda (R)

Model Summary

Modal	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,997 ^a	.993	,991	99007126,300	,993	367,854	2	5	,000

b. Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary

Modal	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,997 ^a	.993	,991	99007126,300	,993	367,854	2	5	,000