

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TERHADAP RETURN ON EQUITY (ROE) PADA
PT HADJI KALLA CABANG MAROS

Diajukan Oleh

SITTI UTAMI ENDANG HARDININGSIH

4515012061



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Terhadap *Return On Equity* (ROE) Pada PT Hadji Kalla
Cabang Maros

Nama Mahasiswa : Sitti Utami Endang Hardiningsih

Stambuk/NIM : 4515012061

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

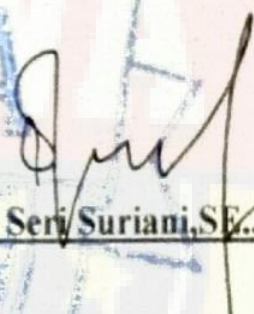
Tempat Penelitian : PT Hadji Kalla Cabang Maros

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hasanuddin Remmang, SE., M.Si


Dr. Seri Suriani, SE., M.Si

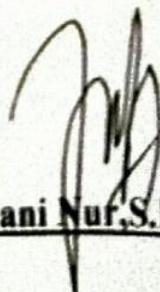
MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN :

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

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Bosowa

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. H.A. Arifuddin, Munc, SE., M.Si., SH., M.H


Indrayani Nur, S.Pd., SE., M.Si

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sitti Utami Endang Hardiningsih

Nim : 4515012061

Jurusan : Manajemen iii

Fakultas : Ekonomi

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return on Equity* (ROE) Pada PT Hadji Kalla Cabang Maros

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 di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

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

Makassar, 29 Agustus 2019

Mahasiswa yang Bersangkutan



Sitti Utami Endang Hardiningsih

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TERHADAP RETURN ON EQUITY (ROE) PADA
PT HADJI KALLA CABANG MAROS

Oleh:

SITTI UTAMI ENDANG HARDININGSIH

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Bosowa

ABSTRAK

Sitti Utami Endang Hardiningsih.2019.Skripsi.Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Equity (ROE) pada PT. Hadji KallaCabang Maros dibimbing oleh Hasanuddin Remmang dan Seri Suriani.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat Profitabilitas Sebelum dan Setelah Corporate Social Responsibility secara Intensifdirealisasikan pada PT Bosowa Semen Maros. Penelitian ini menggunakanmetode analisis deskriptif yang diperoleh dari data primer dan analisis kuantitatifyang diperoleh dari data sekunder. Sedangkan tehnik pengumpulan data yangdigunakan berupa metode observasi, dokumentasi, dan suvey (wawancara). untukmengukur rasio profitabilitas, peneliti menggunakan Return On Assets danReturn On Equity sebagai alat ukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggaran dana CSR yang dikeluarkan oleh PT Bosowa Semen Maros setiap tahunnya selalu berfluktuasi,begitupun pada tingkat profitabilitasnya juga selalu mengalami fluktuasi daritahun tahun. Namun, tingkat profitabilitas perusahaan yang setiap tahunnya selaluberfluktuasi tidak serta-merta diakibatkan oleh pengaruh anggaran dana CSR yangjuga selalu berfluktuasi, sebagaimana yang dibuktikan dari hasil perhitungan ROAdan ROE sebelum dan setelah CSR intensif direalisasikan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Return On Assets,Return On Equity. Laba Bersih, Total Aset, Laba Bersih Setelah Bunga dan Pajak,Ekuitas.

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) ON RETURN ON EQUITY (ROE) IN
PT HADJI KALLA BRANCH MAROS

By:

SITTI UTAMI ENDANG HARDININGSIH

Prodi Management Faculty of Economics

Bosowa University

ABSTRACT

Sitti Utami Endang Hardiningsih.2019.Skripsi Analysis of Corporate Social Responsibility to the Profitability at PT Bosowa Semen Maros guided by Palipada Palisuri and Chahyono.

The Purpose of this research is to find out how much the level of profitability before and after corporate social responsibility is intensively realized in PT Bosowa Semen Maros. This research uses descriptive analysis method obtained from primary data and quantitative analysis obtained from secondary data. While the data collection techniques used are observation, documentation and survey methods (interviews). To measure profitability ratios, researchers use Return On Asset (ROA) and Return On Equity (ROE) as a measure of the company's ability to generate profits.

The results of the research show that the CSR budget issued by PT Bosowa Semen Maros annually always fluctuates from year to year. But the level of profitability of the company which always fluctuates every year and is caused by the influence of the CSR fund budget which also always fluctuates, as evidenced by the result of ROA and ROE calculations before and after intensive CSR is realized.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Return On Assets, Return On Equity, Net Income, Total Assets, Earning After Interest and Tax, Equity

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas segala izin, rahmat dan hidayah-Nya, teriring shalawat dan salam yang tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi inidengan judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Return On Equity (ROE) pada PT Hadji Kalla Cabang Maros”** .

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Bosowa Makassar.

Terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta H. Burhanuddin Wahid SH dengan Ibunda tercinta HJ.

Fatmawati karena berkat do'a, kasih sayang, nasihat dan segala tetesan keringatnya untuk membiayai pendidikan penulis sehingga penulis dapat sampai di tahap S1 ini serta diberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Terima kasih pula kepada kakak Anita Farhan dan Ardila Asmiah Farhan selama ini telah mendo'akan dan membantu membiayai kebutuhan penulis selama proses perkuliahan, serta keponakan yang sangat penulis sayangi yang memberikan semangat dan menghibur selama penulis sedih. .

Adapun hasil skripsi ini tidak semata-mata karena kemampuan penulis sendiri, melainkan adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah

memberikan informasi yang berharga kepada penulis, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

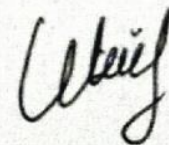
1. ALLAH SWT
2. Bapak H. Aksa Mahmud Universitas Bosowa Makassar.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. M. Saleh Pallu, ST., M., Eng. selaku Rektor Universitas Bosowa Makassar
4. Bapak Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
5. Ibu Dr. Hj. Herminawati Abu Bakar, SE., MM., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
6. Ibu Indrayani Nur, S.Pd., SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa Makassar.
7. Bapak Dr. Hasanuddin Remmang SE., MSi selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Dr. Seri Suriani, SE., M.Si. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang selama kurang lebih 4 tahun telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis sehingga menambah wawasan penulis dan terima kasih pula kepada seluruh staf fakultas ekonomi yang telah membantu bagian administrasi penulis.

10. Sepupuku Danti Indrastuti Syahda membantu setiap saat penulis butuh bantuan, selalu bersama kemanapun kami pergi, memberikan support, dan tempat mencurahkan segala keluh kesah.
11. Teman Seperjuangan sekaligus menjadi saudari di kampus, SUNNY diantaranya Danti Indrastuti Syahda, Ekayanthi Pertiwi, Dewi Safitri Hakim, Nurfadila, Widya Handayani Bakri, Manisa, Wika Nidyaning Ayu
12. Teman letting Manajemen 2015, SM-A 2015, Aktiva 2015, Himpunan Mahasiswa Manajemen (Himanaj) Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa, Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa, Himpunan Mahasiswa Wajo (HIPERMAWA) Koperti Universitas Bosowa, KKN Angkatan ke-45 (POSKO 3) Universitas Bosowa sekaligus Kak Sinar selaku pemilik rumah tempat tinggal kami selama KKN, UKM tehnik informasi terima kasih telah mewarnai kehidupan kampus penulis dan memberikan banyak pengalaman, cerita, dan ilmu pengetahuan baru yang penulis tidak ketahui sebelumnya.
13. Teman, sahabat SMA NEGERI 1 MAJALENG terkhusus kepada Danti Indrastuti Syahda, Andi Saidiman, Ambo Aco, Baso Ahmad Afdal, Gentar Zakaria, Baso Adriansyah yang sudah memberikan banyak hiburan serta tidak lupa kritik dan saran untuk penulis. Dan kepada teman kelas yang cerewet yaitu : Andi Nana Agung, Rahmat Syawalman, Andi Andri Patongai, MuhKahar dan kepada seluruh teman kelas IPA 1 yang telah menjadi teman yang baik, yang menerima apa adanya penulis.

14. Bapak Gunawan Shopian selaku Kepala Cabang yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti di perusahaan PT Hadji Kalla Cabang Maros.
15. Bapak Azhar selaku kepala Admnyang telah memudahkan dan memberikan data perusahaan yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian.
16. Terima kasih pula atas segala do'a, dukungan, motivasi dan dukungannya selama ini kepada semua pihak yang telah membantu namun tidak sempat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas kebaikan kalian, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan skripsi ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, Aamiin.

Makassar, ²⁹ Agustus 2019



Sitti Utami Endang Hardiningsih

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Peneletian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan	8
2.1.2 Fungsi Manajemen Keuangan	9
2.1.3 Corporate Social Responsibility	10
2.1.4 Return On Equity	23
2.2 Kerangka Pikir	27
2.3 Hipotesis	28
III METODE PENELITIAN	29
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	29
3.2 Metode Pengumpulan Data	29

3.3 Jenis Dan Sumber Data	29
3.4 Metode Analisis	30
3.5 Definisi Operasional	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum PT Hadji Kalla Cabang Maros	32
4.1.1 Sejarah Singkat PT Hadji Kalla Cabang Maros	32
4.1.2 Visi dan Misi PT Hadji Kalla Cabang Maros	36
4.1.3 Struktur Organisasi PT Hadji Kalla Cabang Maros	38
4.1.4 Bidang Usaha/ Bagian	39
4.2 Deskripsi Data	50
4.3 Analisis Data	53
4.3.1 Penerapan Corporate Social Responsibility	53
4.3.2 Analisis Regresi Sederhana	62
4.4 Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	

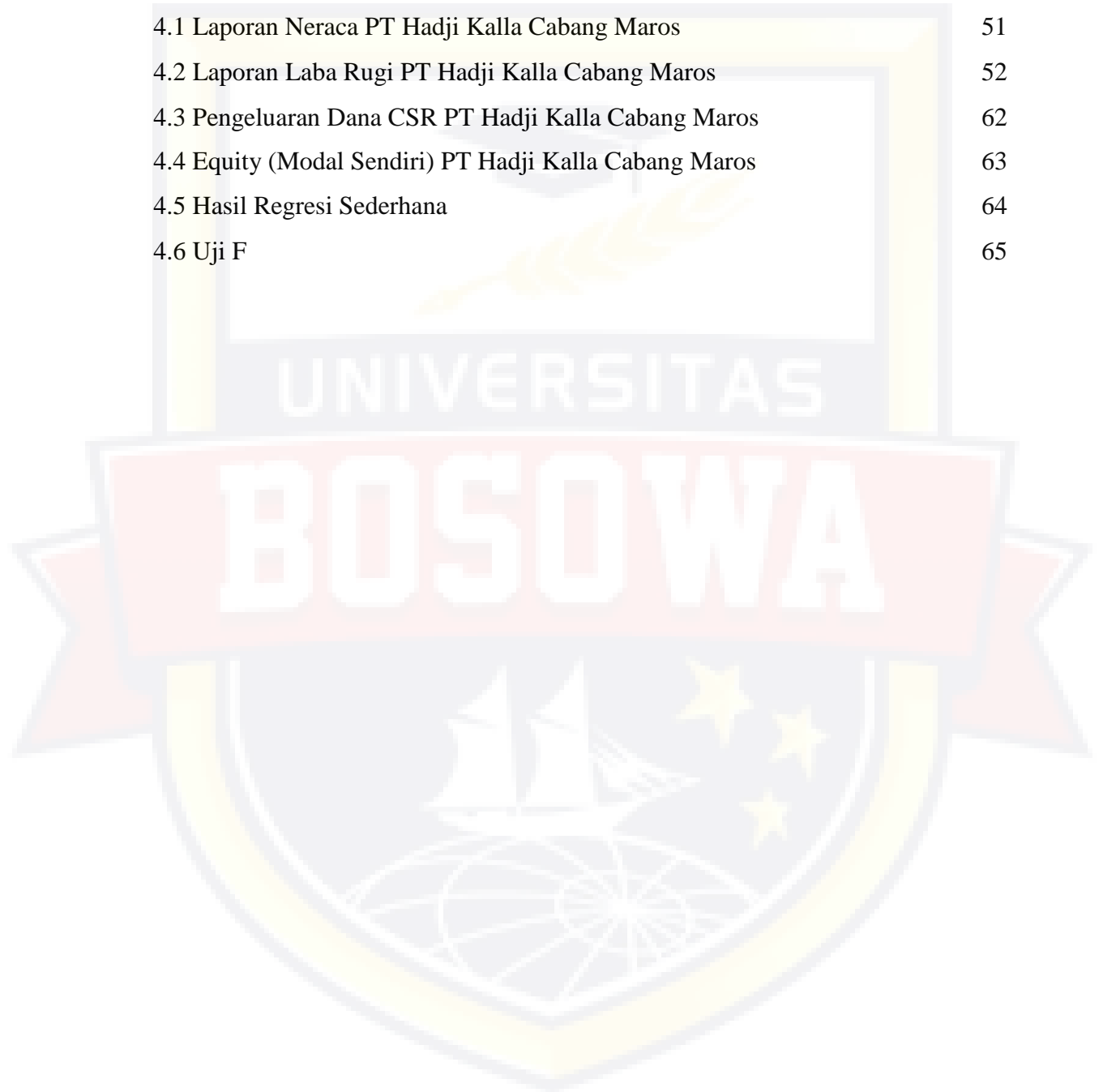
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.2 Kerangka Pikir	27
4.1.3 Struktur Organisasi	38



DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Laporan Neraca PT Hadji Kalla Cabang Maros	51
4.2 Laporan Laba Rugi PT Hadji Kalla Cabang Maros	52
4.3 Pengeluaran Dana CSR PT Hadji Kalla Cabang Maros	62
4.4 Equity (Modal Sendiri) PT Hadji Kalla Cabang Maros	63
4.5 Hasil Regresi Sederhana	64
4.6 Uji F	65



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan didirikan dengan tujuan yang sangat jelas yakni mencapai laba atau keuntungan yang maksimal. Laba ini digunakan untuk memakmurkan pemilik perusahaan. Laba yang tinggi menjadi magnet tersendiri bagi para pemilik modal untuk menanamkan modalnya di suatu perusahaan. Pencapaian laba yang maksimal ini mengandung arti bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan secara efektif dan efisien. Efektif berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai, sedangkan efisien berkenaan dengan biaya yang seminimal mungkin untuk mencapai tujuan tersebut.

Konsep laba merupakan konsep yang menghubungkan antara pendapatan atau penghasilan yang diperoleh perusahaan di satu pihak dan biaya yang harus ditanggung atau dikeluarkan di pihak lain. Perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan. Di sisi lain perusahaan menekan biaya sekecil mungkin sehingga konsep efisiensi tercapai. Jika pendapatan diperoleh secara maksimal dan biaya yang dikeluarkan seminimal mungkin, maka akan tercapai laba yang maksimal. Pendapat lain yang mengungkapkan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memakmurkan pemilik perusahaan sangat erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba.

Laba merupakan ukuran yang pas untuk mengukur kinerja perusahaan dan itu diperuntukkan bagi pemilik modal. Kemudian muncul konsep *Corporate Social Responsibility* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara

sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum akibatnya perusahaan wajib mengeluarkan sejumlah dana yang tentunya akan mengurangi laba usaha yang dicatatkan pada laporan keuangan.

Sadari awal laporan keuangan mengukur kinerja perusahaan dengan hanya memperhitungkan dampaknya bagi pemilik perusahaan dan mengesampingkan dampaknya kepada masyarakat. Praktek seperti ini telah berlangsung lama dan secara berangsur-angsur telah menempatkan pihak pemilik modal pada posisi utama yang absolute. Manajemen keuangan yang diperaktekkan saat ini berjalan beriringan dengan paham seperti ini yang hanya berorientasi pada laba material.

Persaingan untuk memperoleh laba sudah menjadi *trade mark*, bagi bisnis modern. Untuk meraih kemenangan dan posisi yang strategis dalam bisnis yang dapat diwujudkan dengan laba yang optimal. Secara tradisional laba hanya diukur dengan membandingkan antara pendapatan dan pengeluaran-pengeluaran perusahaan untuk memproduksi suatu produk, sehingga untuk meningkatkan laba misalnya, manajemen akan berusaha untuk menaikkan pendapatan (*revenues*) dan menekan biaya (*expenses*).

Dalam konteks laba inilah kemudian perusahaan mengeksploitasi secara berlebihan segala sumber daya alam baik darat, laut maupun udara bahkan diperut bumi, akibatnya lingkungan hidup menjadi tidak sehat dan semakin rusak, sumber daya alam semakin menipis, bumi semakin panas dan padat, serta pembagian

pendapatan yang timpang. Perusahaan dituding sebagai penyebab utama apa yang sekarang disebut kesalahan alokasi sumber daya manusia dan alam, mengakibatkan masyarakat berpendapat negative terhadap aktivitas perusahaan bisnis.

Dampak negative yang ditimbulkan oleh perusahaan disebabkan karena motivasi utama perusahaan adalah profit. Profit dianggap sebagai satu-satunya cara untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Satu-satunya tanggung jawab perusahaan hanya kepada pemilik modal, sedangkan tanggung jawab social perusahaan kepada masyarakat adalah menghasilkan kegiatan ekonomi, sehingga perusahaan berlomba mengeruk keuntungan untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik modal.

Dampak negative inilah yang mendorong *Committee Draft ISO 26000* mengagas konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Septiana (2012) dengan cakupan *Corporate Social Responsibility* meliputi Tata Kelola Organisasi, Hak Asasi Manusia, Praktek Ketenagakerjaan, Lingkungan, Praktik Operasi yang Adil, Konsumen, dan Pelibatan Pengembangan Masyarakat. Cakupan *Corporate Social Responsibility* yang digunakan adalah 1) Pelibatan Pengembangan Masyarakat yang dilakukan melalui Program Kemitraan seperti memberikan pinjaman lunak pada UKM (Usaha Kecil Menengah) dan IKM (Industri Kecil Menengah) kepada masyarakat dalam berbagai sektor usaha, baik dari sektor industri, perdagangan, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, pertambangan, dan jasa. 2) Lingkungan yang dilakukan melalui Program Bina Lingkungan seperti donasi untuk bencana alam, pendidikan atau pelatihan,

peningkatan kesehatan, sarana dan prasarana ibadah, sarana dan prasarana umum, pelestarian alam, dan bantuan sosial pengentasan kemiskinan (Nistantya: 2010).

Anwar et al. (2010) mengatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan (annual report) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra (*image*) kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat.

CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggungjawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. Perkembangan CSR terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal itu termuat dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh stakeholder, bukan hanya terhadap salah satu stakeholder saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh stakeholder yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungandari masyarakat.

Return On Equity merupakan salah satu alat utama pemilik modal yang digunakan dalam menilai perusahaan. Dalam perhitungannya secara umum ROE dihasilkan dari pembagian laba dengan ekuitas selama satu tahun terakhir atau satu periode. ROE merupakan alat yang paling sering digunakan pemilik modal dalam pengambilan keputusan investasi.

PT Hadji Kalla Cabang Maros merupakan situs penelitian kami merupakan perusahaan Dialer Otomotiv. Dalam pelaksanaan tanggungjawab sosialnya perusahaan ini meluncurkan program pengembangan masyarakat. Program ini telah dijalankan selama tiga tahun terakhir. Perogram ini dijalankan dengan prinsip kemitraan, keberlanjutan, transparan dan akuntabel, serta keberpihakan kepada masyarakat miskin dan rentan. Melalui program CSR ini, sepanjang tahun 2013 sampai sekarang penerima bantuan pendidikan sebanyak 38 orang, program layanan kesehatan dasar 20 orang dan bantuan kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah 15 usaha.

Melihat kontribusi CSR PT Hadji Kalla Cabang Maros di atas terlihat ada upaya sungguh-sungguh dari perusahaan untuk berkontribusi bagi peningkatan taraf hidup bagi masyarakat sekitar. Akan tetapi biaya CSR perusahaan dialokasikan sebagai biaya atau beban bagi perusahaan. Hal ini berarti bahwa pada dasarnya perusahaan mengalokasikan CSR itu sebagai bagian beban perusahaan, menjadi pengurang laba dan bukan sebagai bentuk tanggungjawab social perusahaan kepada pemerintah, masyarakat setempat.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka peneliti mencoba mengangkat judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return on Equity* (ROE) Pada PT Hadji Kalla Cabang Maros”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu “ bagaimana pengaruh corporate social responsibility terhadap *Return On Equity* (ROE) pada PT Hadji Kalla Cabang Maros “

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap *Return On Equity* (ROE) pada PT Hadji Kalla Cabang Maros”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti serta pemahaman mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity* suatu perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih

meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial perusahaan, terutama lingkungan disekitar perusahaan tersebut berada.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menambah studi literatur mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity* pada perusahaan dan memberikan landasan bagi peneliti selanjutnya di bidang yang sama di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pengertian dan Fungsi Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama didukung oleh perkembangan teknologi informasi. Produk-produk keuangan bermunculan sebagai respon volatilitas harga dan nilai tukar yang sangat tinggi. Tingginya volatilitas tersebut mengakibatkan risiko yang dihadapi oleh perusahaan juga semakin besar. Sementara itu perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang sangat fundamental dibidang manajemen keuangan.

Menurut Sutrisno (2018:3) manajemen keuangan dapat diartikan sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisiensi.

Selanjutnya pengertian manajemen keuangan sebagaimana dikemukakan oleh Husnan dan Pudjiastuti (2014 : 3) bahwa manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian kegiatan keuangan. Astuti (2014 : 9) mengemukakan pengertian manajemen keuangan adalah untuk memaksimumkan nilai perusahaan dan kekayaan pemilik modalnya, dengan mengakui bahwa hasil keputusan keuangan perseroan tergantung pada reaksi investor terhadap keputusan tersebut.

2.1.2 Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan terdiri dari tiga keputusan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, utamanya seorang manajer atau direktur keuangan. Keputusan keuangan ini diimplementasikan dalam kegiatan sehari-hari untuk memperoleh laba. Laba yang diperoleh diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada makin tingginya harga saham, sehingga kemakmuran pada pemilik modal dengan sendirinya makin bertambah.

Menurut Martono dan Harjito (2018:3) ada tiga fungsi utama dalam manajemen keuangan yaitu :

1. Keputusan Investasi (*Investment Decision*)

Keputusan investasi merupakan keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi ini merupakan keputusan yang paling penting di antara ketiga bidang keputusan tersebut di atas. Hal ini karena keputusan investasi ini berpengaruh secara langsung terhadap besarnya rentabilitas investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu-waktu yang akan datang.

2. Keputusan Pendanaan (*Financing Decision*)

Apabila keputusan investasi berkenaan dengan unsur-unsur neraca yang berada di sisi aktiva, maka keputusan pendanaan akan mempelajari sumber-sumber dan yang berada di sisi pasiva. Keputusan pendanaan menyangkut beberapa hal. Pertama keputusan mengenai penetapan sumber dana yang diperlukan untuk membiayai

investasi. Sumber dana yang akan digunakan untuk membiayai investasi tersebut dapat berupa hutang jangka pendek, hutang jangka panjang dan modal sendiri. Kedua, penetapan tentang perimbangan pembelanjaan yang terbaik atau seriang disebut struktur modal yang optimum.

3. Keputusan Pengelolaan Aset (*Assets Management Decision*)

Kita sering mendengar suatu ungkapan yang berbunyi “lebih mudah membangun dari pada memelihara”. Ungkapan ini hampir berlaku bagi semua orang yang memiliki suatu aset (aktiva). Apabila aset telah diperoleh dengan pendanaan yang tepat, maka aset-aset tersebut memerlukan pengelolaan secara efisien.

2.1.3 Corporate Social Responsibility

CSR (Program *Corporate Social Responsibility*) adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, sederhananya bahwa setiap bentuk perusahaan mempunyai tanggungjawab untuk mengembangkan lingkungan sekitarnya melalui program-program social, yang ditekankan adalah program pendidikan dan lingkungan. Dengan postingan Pengertian, Fungsi dan Manfaat CSR (*Corporate Social Responsibility*) ini akan peneliti ulas secelumit soal CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemilik modal atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya

melebihi kewajiban-kewajiban. Pemikiran yang mendasari CSR (*corporate social responsibility*) yang sering dianggap inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemilik modal atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Beberapa hal yang termasuk dalam CSR ini antara lain adalah tata laksana perusahaan (*corporate governance*) yang sekarang sedang marak di Indonesia, kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan-masyarakat, investasi sosial perusahaan (*corporate philanthropy*). Berdasarkan teori diatas, disini akan membahas tentang CSR (*corporate social responsibility*) dan bagaimana manfaat-manfaat bagi masyarakat dan keuntungan bagi perusahaan dan contoh perusahaan yang telah menerapkan CSR.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak – *for better or worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders* atau para pemilik modal. Melainkan pula *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.

Jika kita perhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara berpikir, gaya hidup dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Sehubungan dengan adanya tuntutan dan kebutuhan akan CSR (*Program Corporate Social Responsibility*) yang merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi UU PT No.40 Tahun 2007 pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Selanjutnya lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR.. Undang-undang ini disahkan dalam sidang paripurna DPR.

Pada saat sekarang ini konsep pemasaran sudah berada pada tahap dimana konsumen dalam membeli produk suatu perusahaan tidak hanya sekedar memperhatikan suatu produk apakah bisa memenuhi kebutuhan mereka secara lebih efisien dari pada saingan tapi juga dengan kritis melihat apakah keberadaan perusahaan telah berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat

dan juga apakah keberadaan perusahaan tidak menjadi bencana di tengah masyarakat baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan kritis konsumen juga selektif melihat apakah suatu perusahaan tidak melakukan hal-hal tidak terpuji seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumberdaya alam, manipulasi pajak dan penindasan terhadap hak-hak buruh.

Menurut Kotler dan Nancy (2015: 23) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan

Menurut CSR Forum (Wibisono, 2017:12) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Definisi CSR menurut *World Business Council on Sustainable Development* adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Wacana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang kini menjadi isu sentral yang semakin populer dan bahkan ditempatkan pada posisi yang penting, karena itu kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait

mulai merespon wacana ini, tidak sekedar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaatnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi risiko sosial, serta berfungsi sebagai sarana meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Salah satu implementasi program CSR adalah dengan pengembangan atau pemberdayaan masyarakat (*Community Development*). Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha

memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (stakeholders) yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Konsep ini mencakup berbagai kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat didalam dan diluar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari berbagai bidang. Kegiatan CSR penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan tersebut.

a. Keuntungan CSR bagi perusahaan :

1. Layak Mendapatkan *sosial licence to operate*

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

2. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan stakeholders akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholders perlu mendapat perhatian.

3. Melebarkan Akses Sumber Daya

Track records yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

4. Membentangkan Akses Menuju Market

Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

5. Mereduksi Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

6. Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder

Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholder, dimana komunikasi ini akan semakin menambah trust stakeholders kepada perusahaan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Image perusahaan yang baik di mata stakeholders dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan

kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

9. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

b. Manfaat CSR bagi masyarakat

CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat; ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2012) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyetatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, bisa dibayangkan, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung,

dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain.

Dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu (*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 pemilik modal, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat. Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat diberbagai bidang. Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya

bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan tanggungjawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang.

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat dipenuhi secara

proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Dengan pemahaman tersebut, maka pada dasarnya CSR memiliki fungsi atau peran strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Selain itu melalui CSR perusahaan juga dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemilik modalnya, posisi merek perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan.

Dalam hal ini perlu ditegaskan bahwa CSR berbeda dengan *charity* atau sumbangan sosial. CSR harus dijalankan di atas suatu program dengan memerhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Sementara sumbangan sosial lebih bersifat sesaat dan berdampak sementara. Semangat CSR diharapkan dapat mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan. Pada dasarnya tanggung jawab sosial perusahaan ini diharapkan dapat kembali menjadi budaya bagi bangsa Indonesia khususnya, dan masyarakat dunia dalam kebersamaan mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

Keputusan manajemen perusahaan untuk melaksanakan program-program CSR secara berkelanjutan, pada dasarnya merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program-program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang akan dinikmati oleh perusahaan dan seluruh stakeholder-nya. Melalui CSR,

kesejahteraan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal maupun masyarakat luas akan lebih terjamin. Kondisi ini pada gilirannya akan menjamin kelancaran seluruh proses atau aktivitas produksi perusahaan serta pemasaran hasil-hasil produksi perusahaan. Sedangkan terjaganya kelestarian lingkungan dan alam selain menjamin kelancaran proses produksi juga menjamin ketersediaan pasokan bahan baku produksi yang diambil dari alam.

Bila CSR benar-benar dijalankan secara efektif maka dapat memperkuat atau meningkatkan akumulasi modal sosial dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Modal sosial, termasuk elemen-elemennya seperti kepercayaan, kohesifitas, altruisme, gotong royong, jaringan dan kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Melalui beragam mekanismenya, modal sosial dapat meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kekerasan dan kejahatan.

Tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan publik dapat diwujudkan melalui pelaksanaan program-program CSR yang berkelanjutan dan menyentuh langsung aspek-aspek kehidupan masyarakat. Dengan demikian realisasi program-program CSR merupakan sumbangan perusahaan secara tidak langsung terhadap penguatan modal sosial secara keseluruhan. Berbeda halnya dengan modal finansial yang dapat dihitung nilainya kuantitatif, maka modal sosial tidak dapat dihitung nilainya secara pasti. Namun demikian, dapat ditegaskan bahwa pengeluaran biaya

untuk program-program CSR merupakan investasi perusahaan untuk memupuk modal sosial.

2.1.4 Return On Equity

Return of equity (pengembalian atas ekuitas) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemilik modal, baik saham biasa maupun saham preferen. Pengertian *return on equity* adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba dari investasi pemilik modal pada perusahaan tersebut. Atau dengan kata lain *return on equity* (ROE) itu menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang bisa dihasilkan oleh suatu perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan para pemilik modal. Biasanya *return on equity* (ROE) dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Jadi, *return on equity* (ROE) dengan rasio 100% itu berarti setiap 1 rupiah dari ekuitas pemilik modal bisa menghasilkan 1 rupiah dari laba bersih. ROE atau *Return on Equity* merupakan suatu pengukuran penting bagi calon investor karena bisa mengetahui sampai seberapa efisien suatu perusahaan akan memakai uang yang mereka investasikan untuk menghasilkan keuntungan atau laba bersih. *Return on equity* juga bisa dijadikan sebagai suatu indikator dalam menilai tingkat efektifitas manajemen dalam menggunakan pembiayaan ekuitas untuk membiayai operasi dan menumbuhkan perusahaan.

Definisi *Return On Equity* menurut Agus Sartono (2012 : 124) yaitu mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang tersedia bagi pemilik modal perusahaan. Rasio ini dipengaruhi oleh besar dan kecilnya utang perusahaan, jika proporsi utang semakin besar maka rasio ini akan semakin besar pula.

Sedangkan *Return On Equity* menurut Brigham dan Houston (2012 : 149) yaitu rasio bersih terhadap ekuitas biasa mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemilik modal biasa.

Pengertian *Return On Equity* menurut Irham (2012 : 98) adalah rasio yang dipakai untuk mengkaji sampai sejauh mana suatu perusahaan mempengaruhi sumber daya yang dimiliki untuk dapat memberikan laba ekuitas.

Pengertian *Return On Equity* menurut Kasmir (2014 : 204) adalah untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio *Return On Equity* ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Apabila rasio ini semakin tinggi, maka semakin baik. Itu artinya posisi perusahaan akan semakin kuat, begitu pula dengan sebaliknya.

Return on Equity dihitung dengan membagi laba bersih dengan ekuitas pemilik modal. Cara perhitungan *return on equity* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus. Berikut ini adalah rumus *return on equity* (ROE):

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih sesudah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

ROE (*Return on equity*) digunakan untuk mengukur seberapa efisienkah sebuah perusahaan dalam menggunakan uang dari pemilik modal untuk menghasilkan laba dan menumbuhkan perusahaannya. ROE tidak seperti rasio pengembangan investasi yang lain, karena ROE merupakan rasio profitabilitas dari sudut pandang investor, bukan dari sudut pandang perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini yaitu untuk menghitung seberapa banyak uang yang bisa dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan berdasarkan uang yang diinvestasikan pemilik modal, bukan investasi perusahaan berupa aset atau sesuatu yang lainnya.

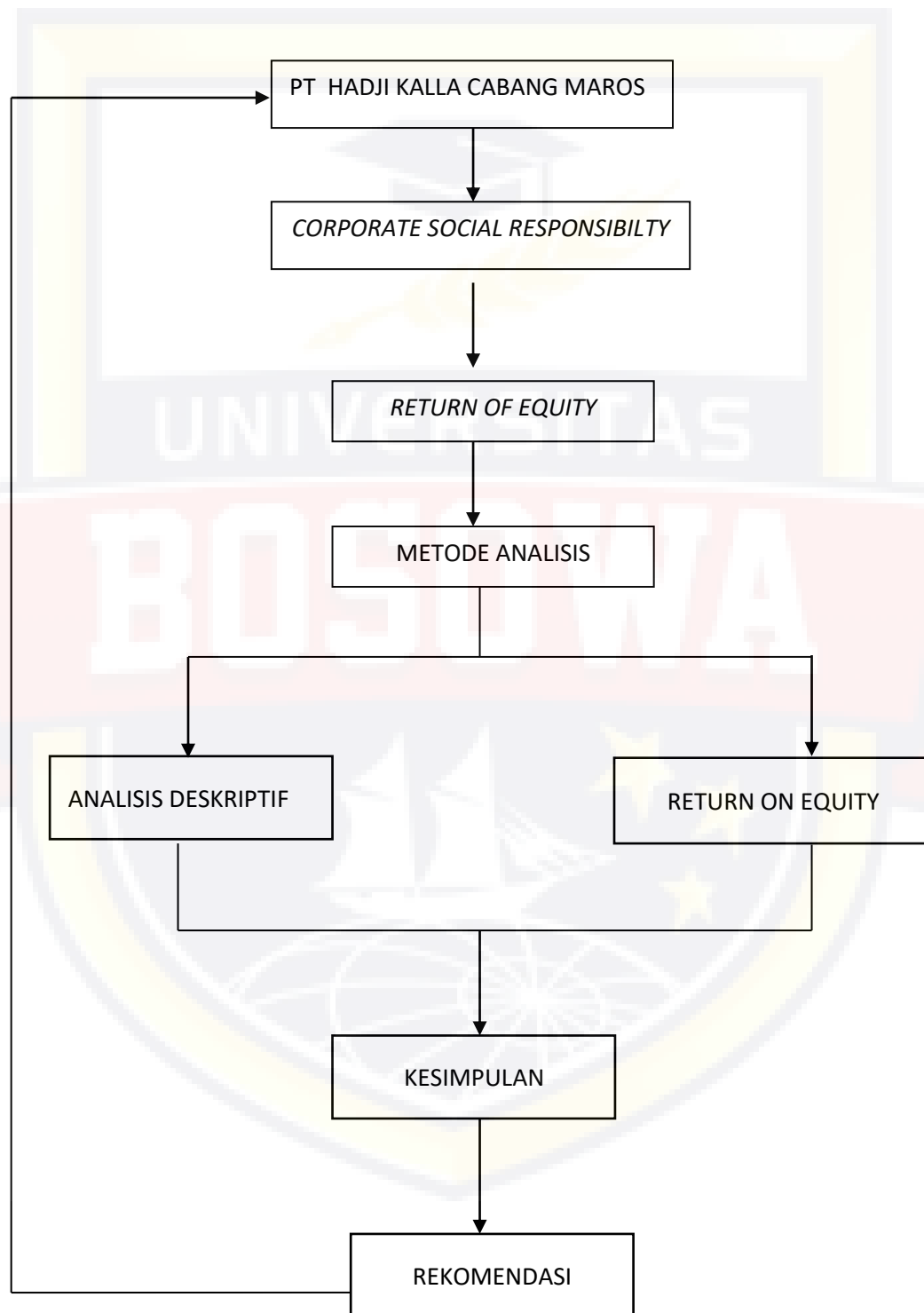
Pastinya, setiap pemilik modal menginginkan tingkat pengembalian ekuitas yang tinggi dikarenakan rasio pengembangan ekuitas atau ROE yang tinggi itu mengindikasikan kalau perusahaan menggunakan dana investor secara efektif. Umumnya, jika rasio *return on equity* (ROE) semakin tinggi, maka semakin baik. Tetapi perlu diketahui bahwa rasio *return on equity* (ROE) akan berbeda antara satu jenis industri dengan jenis industri yang lain. Jadi, sebaiknya ROE ini tidak dibandingkan dengan industri yang berbeda, sebab setiap jenis industri mempunyai investasi dan pendapatan yang tidak sama.

Apabila tidak membandingkan dengan perusahaan yang lain, *return on equity* ini sebenarnya bisa digunakan untuk membandingkan antara satu periode dengan periode yang lain. Umumnya investor akan menghitung dengan cara membandingkan

pada awal periode dengan akhir periode untuk melihat adanya perubahan pada pengembangan equitasnya. Dengan perbandingan per periode ini, investor bisa melacak serta mengetahui perkembangan dan kemampuan perusahaan untuk dapat mempertahankan tren pendapatan yang baik.



2.2 Kerangka Pikir



2.3 Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga : “ bahwa *corporate social responsibility* dapat meningkatkan *return on equity* (ROE) pada PT Hadji Kalla Cabang Maros.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor PT. Hadji Kalla Toyota Maros yang terletak di Jl. Poros Makassar – Maros, Sulawesi Selatan, Indonesia 90241. Adapun waktu penelitian diperkirakan kurang lebih selama 2 bulan yang akan dimulai Maret sampai dengan bulan April 2019.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam mencari dan mengumpulkan data sehubungan dengan penelitian ini, penulis memakai dua metode yaitu :

1. **Penelitian Lapangan** (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan informasi dengan cara mengadakan wawancara kepada pimpinan, para staf dan penerima CSR yang berkaitan langsung terhadap masalah yang diteliti maupun terhadap pengumpulan dokumen perusahaan yang relevan dengan materi ini.
2. **Penelitian Pustaka** (*Library Research*), yaitu penelitian yang diadakan dengan jalan menghimpun data yang bersifat teoritis dari buku-buku, catatan yang berkaitan dengan materi penulisan skripsi ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Data Kualitatif, yaitu data berupa hasil wawancara dengan para staf yang berkompeten dengan masalah *corporate social responsibility* (CSR) serta hasil studi perpustakaan.
2. Data Kuantitatif, yaitu data berupa penjelasan yang diperoleh data keuangan PT Hadji Kalla Cabang Maros yang akan dianalisis.

Sumber data meliputi :

- a. **Data Primer**, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari PT Hadji Kalla Cabang Maros melalui wawancara langsung dengan pimpinan dan para stafnya.
- b. **Data Sekunder**, yaitu data yang diperoleh berupa buku, jurnal dan catatan-catatan yang berkaitan dengan materi ini.

3.4 Metode Analisis

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Deskriptif

Melakukan analisa perbandingan CSR yang dikeluarkan perusahaan dan wawancara yang peneliti lakukan pada penerima CSR PT Hadji Kalla Cabang Maros dan memuakan sebagai penguat pada analisis kuantitatif.

2. Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2015), yaitu metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti terhadap sample dan populasi penelitian, tehnik pengambilan sample umumnya dilakukan dengan acak atau random sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan

cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif/bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

- Analisis Regresi Sederhana

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Equity PT Hadji Kalla Cabang Maros

X = Dana CSR

b = Koefisien Regresi

a = Konstanta

- *Return on Equity Ratio* (Rasio Pengembalian Ekuitas)

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. CSR (Program *Corporate Social Responsibility*) adalah bentuk pertanggungjawaban PT Hadji Kalla Cabang Maros berupa bantuan pendidikan, bantuan pengembangan Usaha Mikro, Kecil Mengah dan Program peningkatan kesehatan masyarakat terhadap lingkungan sekitar.

2. ROE (*Return On Equity*) merupakan kemampuan PT Hadji Kalla Cabang Maros dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor.
3. Laba Setelah pajak merupakan laba bersih PT Hadji Kalla Cabang Maros setelah bunga dan pajak.
4. Ekuitas merupakan Seluruh modal sendiri yang digunakan PT Hadji Kalla Cabang Maros.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Hadji Kalla Cabang Maros

4.1.1 Sejarah Singkat PT Hadji Kalla Cabang Maros

Pada tahun 1952 Hadji Kalla dan Hajjah Athirah membangun NV. Hadji Kalla Trading Company yang bergerak dibidang ekspor impor. Perusahaan PT. Hadji Kalla di Makassar didirikan pada tanggal 18 Oktober 1952 berdasarkan akte pendirian nomor 31 dihadapan akta notaris Meester Jan Philippus deKorte. Pengesahan dilakukan lewat berita acara Endang Soelianti dengan akte nomor 34 tanggal 26 Mei 1997. Seiring dengan perputaran waktu maka perusahaan ini telah berkembang hingga ke generasi berikutnya. Pada awalnya perusahaan ini hanya memiliki beberapa orang karyawan dan saat ini sudah mencapai ribuan jumlahnya. Berawal dari satu perusahaan kini telah menjadi grup tangguh Grup Hadji Kalla. Insya Allah puluhan bahkan ratusan tahun mendatang tetap berkembang bersama masyarakat.

Berpengalaman lebih dari setengah abad dalam bisnis, membuat kami semakin matang dan percaya diri serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah. Bisnis kami adalah melayani dan membangun infrastruktur. Mulai bisnis mobil, transportasi darat, pelayanan, jalan raya, jembatan, bandar udara, dan peralatannya, membuat alat-alat peralatan jalan, perlistrikan aspal serta agro industri.

Melalui pembangunan infrastruktur yang luas, kami yakin, Indonesia akan berkembang dengan pesat. Kami lahir dan berkembang di Indonesia Bagian

Timur, karenanya kami merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang paling mengenal wilayah ini. Dengan tetap mengharapakan Taufik dan Hidayah Allah SWT, serta bekerja secara profesional, kami siap bekerjasama untuk membangun negeri tercinta.

Pasangan Hadji Kalla dan Hajjah Athirah Kalla, mengawali usahanya di bidang perdagangan tekstil di Kota Watampone dan Makassar melalui NV Hadji Kalla Trading Company yang didirikan pada tanggal 18 Oktober 1952. Lewat kerja keras yang tidak kenal lelah, Hadji Kalla berhasil mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang yang kemudian disatukan di bawah bendera Grup Hadji Kalla.

Sejak tahun 1982, Grup Hadji Kalla dipimpin oleh Muhammad Yusuf Kalla. Untuk kawasan Indonesia Timur, Grup Hadji Kalla merupakan kelompok usaha yang paling menonjol. Kendali usaha dipusatkan di Makassar sedangkan operasionalnya meliputi seluruh wilayah Sulawesi dengan tiga bidang usaha utama : Otomotif, perdagangan dan konstruksi. Grup Hadji Kalla juga mengerjakan proyek-proyek untuk kawasan Indonesia Timur, khususnya yang berkaitan dengan infrastruktur.

Inilah perusahaan induk yang menaungi Grup Hadji Kalla, berdiri pada tahun 1952 dan bergerak disektor otomotif serta perdagangan. Tahun 1969 PT. Hadji Kalla menjadi agen tunggal pemasaran mobil Toyota untuk daerah Sulawesi Selatan, tengah dan tenggara. Berkat prestasi yang dicapainya dalam penjualan kendaraan penumpang dan komersial, perusahaan ini sering memperoleh Trippe

Grown Award, dari Toyota Corporation, Jepang, Market Sharenya pun tertinggi melampaui wilayah lain di Indonesia.

Melalui cabang yang terbesar di seluruh Sulawesi. PT. Hadji Kalla menerapkan standar Toyota dalam beroperasi meliputi penjualan, servis dan penyediaan suku cadang atau yang lazim disebut 3S – sales, servis, spare parts. Bidang usaha lainnya adalah penyewaan mobil di beberapa wilayah Indonesia serta perdagangan umum impor maupun ekspor.

Dengan adanya laju perkembangan yang pesat, maka pada tahun 1973 NV. Hadji Kalla membuka kantor utama yang terletak di jalan Hos Cokroaminoto No. 27 Makassar.

Produk utama yang diperdagangkan oleh PT. Hadji Kalla sampai saat ini adalah mobil merk Toyota dan merupakan penyalur tunggal untuk daerah pemasaran Sulawesi yang merupakan salah satu dealer dari PT. Toyota Astra Motor yang berkedudukan di Jakarta.

PT. Hadji Kalla hingga kini telah mempunyai cabang/perwakilan dalam memasarkan mobil merk Toyota. Cabang atau perwakilan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Cabang Jakarta
2. Cabang Kendari
3. Cabang Palu
4. Cabang Pare-pare
5. Cabang Makassar
6. Cabang Maros

7. Perwakilan Sidrap
8. Perwakilan Pinrang
9. Perwakilan Soppeng
10. Perwakilan Polmas
11. Perwakilan Palopo
12. Perwakilan Sengkang

Sejalan dengan kemajuan yang diraihinya PT. Hadji Kalla di Makassar telah melebarkan sayapnya dengan membuka berbagai anak perusahaan, yaitu sebagai berikut :

1. Tahun 1971, didirikan PT. Bumi Karsa yang berkedudukan di Makassar yang bergerak dalam bidang konstruksi dan perlengkapannya.
2. Tahun 1973, didirikan PT. Bhakti Centre Baru, Makassar yang bergerak dalam bidang percetakan, penjilidan dan penjualan buku-buku (toko buku)
3. Tahun 1975, didirikan PT. EMKL Hadji Kalla Raya yang bergerak dalam bidang ekspedisi muatan kapal laut.
4. Tahun 1977, didirikan PT. Bukaka Agro yang bergerak dalam usaha pengadaan makanan ternak, makanan ikan dan makanan udang.
5. Tahun 1979, didirikan PT. Bukaka Meat di Makassar yang bergerak dalam bidang pemotongan hewan.
6. Tahun 1980, didirikan PT. Bukaka Teknik Utama di Jakarta yang bergerak dalam bidang pembuatan alat-alat berat, seperti traller, konstruksi bangunan, *asphalt mixing plant*, dan lain-lain.

7. Tahun 1984, didirikan PT. Bumi Rama Nusantara di Makassar yang bergerak dalam bidang pemecahan batu (*stone crulsher*).
8. Tahun 1985, didirikan PT. Makassar Raya Motor di Makassar yang bergerak dalam bidang penjualan mobil merk Daihatsu, Isuzu dan Nissan Truck, untuk daerah pemasaran Sulawesi.
9. Tahun 1991, didirikan PT. Kalla Lines yang bergerak dalam bidang pengangkutan penumpang kapal laut.
10. Tahun 1996, didirikan PT. Kalla Electrical System yang bergerak dalam bidang pembuatan transformator.
11. Tahun 1995, tanggal 9 Juni PT. Kalla Inti Karsa (KIK) bergerak kontraktor developer, real estate mendirikan bangunan pusat pembelajaran.
12. Tahun 1993, tanggal 16 Juni PT. Sahid Makassar bergerak di bidang perhotelan.
13. Tahun 1992, tanggal 27 Mei PT. Baruga Asri Nusa bergerak di bidang developer.

Sejalan dengan prospek usaha yang dikelolah oleh NV. Hadji Kalla, maka pada tahun 1994 berubah dari NV. Hadji Kalla menjadi PT. Hadji Kalla yang sesuai dengan Akte Notaris Endang Soelianti, Sarjana Hukum dengan No 34.

4.1.2 Visi dan Misi PT Hadji Kalla Cabang Maros

Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan otomotif yang paling sukses dan dihormati di kawasan Asia Tenggara dengan memberikan pengalaman terbaik dalam kepemilikan kendaraan

Misi Perusahaan

1. Secara berkesinambungan menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang terbaik
2. Mengembangkan karyawan yang berkompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan
3. Memperkuat kolaborasi dengan produsen, dealer utama dan dealer-dealer melalui komunikasi dan kerjasama yang lebih baik
4. Untuk mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek, misalnya pemenuhan peraturan, lingkungan dan lain-lain.

4.1.3 Struktur Organisasi PT Hadji Kalla Cabang Maros

4.1.3.1 Struktur Organisasi PT Hadji Kalla Cabang Maros



Keterangan :

- **BRANCH HEAD :**
- **SALES SUPERVISIOR :** Memastikan peningkatan kinerja karyawan (Salesman/Saleslady) serta memberikan motivasi terkait dengan kegiatan penjualan dalam mencapai target
- **SERVICE HEAD :** Memastikan pelayanan *aftersales* di Kantor Cabang dilaksanakan secara efektif, sehingga dapat menjalankan fungsi sebagai tulang punggung penjualan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan
- **ADMINISTRASI HEAD :** Memastikan tersedianya dukungan administrasi dan pelayanan di Kantor Cabang secara efektif dan efisien, sesuai dengan prosedur yang berlaku di perusahaan maupun ketentuan yang sudah dikeluarkan oleh Prinsipal

4.1.4 Bidang Usaha/ Bagian

4.1.4.1 Bagian- bagian / job deskripsi

1. Branch Manager

Tugas dan tanggungjawab

- a. Mengelola dan memantau pelaksanaan operasi cabang yang meliputi penjualan unit, spare part, servis, administrasi, dan keuangan, serta mengelola pelanggan.
- b. Mencapai target yang telah ditetapkan.

- c. Melakukan pengembangan relasi bisnis yang sudah ada, dan mengembangkan bisnis baru.

2. SALES SUPERVISOR

Tanggung Jawab

- a. Bertanggung jawab untuk delivery kendaraan yang telah dijual kepada pelanggan.
- b. Memantau hasil kerja salesman, dan menyiapkan suatu petunjuk (guidance) sebagai solusi terhadap masalah yang sering dihadapi.
- c. Melakukan supervisi dan koordinasi antara salesman dan counter untuk mencapai target penjualan.

3. SALESMAN

Peran & Tanggung Jawab

- a. Bertanggung jawab untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.
- b. Memelihara dan melayani pelanggan, dan mengembangkan bisnis baru pada kesempatan mendatang.
- c. Memelihara aktivitas kunjungan harian termasuk pengisian angket penjualan.
- d. Menyediakan pelayanan purna jual seperti penyelesaian dokumen-dokumen (STNK, BPKB, dll).

Deskripsi Pekerjaan

- a. Melakukan prospecting, baik melalui kunjungan langsung ke calon pelanggan atau melalui telepon.
- b. Menunjukkan sifat ramah, sopan santun, dan menarik dalam penawaran dan negosiasi, penutupan penjualan, penyerahan kendaraan, serta pelayanan purna jual.
- c. Memberikan informasi yang cukup mengenai keadaan di luar perusahaan termasuk pasar, harga, dan pesaing.
- d. Mencatat dan melaporkan semua keluhan pelanggan atas kendaraan yang telah dibeli.

4. SALES COUNTER

Peran & Tanggung Jawab

- a. Bertanggung jawab untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.
- b. Memelihara dan melayani pelanggan, dan mengembangkan bisnis baru pada kesempatan mendatang.
- c. Memelihara aktivitas kunjungan harian termasuk pengisian angket penjualan.
- d. Menyediakan pelayanan purna jual seperti penyelesaian dokumen-dokumen (STNK, BPKB, dll).

5. SERVICE HEAD

Tanggung Jawab

- a. Menciptakan promosi bisnis servis dan pengembangan organisasiservis.
- b. Membuat rencana kerja dan target tahunan.
- c. Memonitor dan mengevaluasi aktivitas dan pencapaian target serta efisiensi stock.
- d. Laporan performa bengkel customer relation (mengunjungi customer fleet user, dll).
- e. Kolaborasi dengan bagian lain (sales, parts, dan administrasi).
- f. Menangani keluhan (komplain) dan meningkatkan CS.
- g. Mengevaluasi pekerjaan, memberikan masukan dan training untuk staff bengkel.
- h. Mengelola personel bengkel.
- i. Memelihara lingkungan.
- j. Memberikan masukan untuk problem teknis.
- k. Menginformasikan TI ke seluruh service personel.

6. PARTSMAN

Tugas dang tanggungjawabnya

- a. Penerimaan barang.
- b. Penyimpanan barang.
- c. Pengeluaran barang.
- d. Menerima dokumen barang.
- e. Menerima barang secara fisik.

- f. Memeriksa barang yang diterima.
- g. Perencanaan lokasi barang.
- h. Sistem penomoran lokasi.
- i. Penyimpanan barang.
- j. Pengawasan penyimpanan barang (Location Control).
- k. Mengambil barang dari lokasi.
- l. Memeriksa barang yang diambil.
- m. Menyerahkan / mengirim barang kepada pembeli.

7. SERVICE ADVISOR

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Memelihara hubungan dengan pelanggan.
- b. Perjanjian, penerimaan, menuliskan repair order, memonitor progres pekerjaan, final check, penjelasan saat penerimaan, follow up.
- c. Proses dokumen.
- d. Menjawab pertanyaan customer, handle komplain, dan sebagai konsultan masalah teknis.
- e. Menyimpan file informasi pelanggan.
- f. Melaksanakan aktifitas meningkatkan pelanggan untuk servis selanjutnya.
- g. Membantu Service Head.

8. CONTROLLER

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Mengatur pembagian kerja kepada Teknisi.
- b. Mencatat / menginput jam mulai dan jam selesai teknisi.

- c. Mengalihkan pekerjaan teknisi ke pekerjaan lain apabila terjadi job stopage.
- d. Menyimpan file pembagian kerja teknisi.

9. FOREMAN

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Menjaga area kerja bersih dan aman.
- b. Menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan prosedur dan efisiensi yang tinggi.
- c. Menjaga fasilitas, peralatan dan manual (tester, tools, lift, repair manual, etc) dalam kondisi yang baik.
- d. Self study mengenai Technical & Product Knowledge melalui fasilitas yang telah disediakan.
- e. Membantu dan bertanggung jawab kepada Foreman.

10. TEKNISI

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Menjaga area kerja bersih dan aman.
- b. Menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan prosedur dan efisiensi yang tinggi.
- c. Menjaga fasilitas, peralatan dan manual (tester, tools, lift, repair manual, etc) dalam kondisi yang baik.
- d. Self study mengenai Technical & Product Knowledge melalui fasilitas yang telah disediakan.
- e. Membantu dan bertanggung jawab kepada Foreman.

11. ADMINISTRATION HEAD

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Bertanggung jawab untuk memelihara dan mengelola aset perusahaan baik aset fisik maupun aset keuangan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengimplementasikan sistem administrasi yang sesuai dengan prosedur.
- c. Bertanggung jawab untuk melakukan administrasi HRD dan GA.

12. ADM. PENJUALAN

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Mengatur dan mengawasi pelaksanaan pekerjaan administrasi penjualan unit, seperti pembuatan faktur, delivery order, dan pekerjaan administrasi lainnya di bidang pemesanan.
- b. Menyusun laporan penjualan dan membuat statistik penjualan unit berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari counter sales dan salesman.
- c. Menyelenggarakan sistem arsip yang memadai terutama dokumen-dokumen dan catatan-catatan yang diperlukan di bagian penjualan.
- d. Memberikan data atau informasi tentang tersedianya kendaraan yang diperlukan tepat pada waktunya dengan mempertimbangkan lamanya pengiriman kendaraan dari pusat atau TAM.
- e. Mengawasi pelaksanaan pemesanan kendaraan ke pusat sesuai dengan rencana pemesanan yang telah disetujui serta melalui prosedur yang telah ditetapkan.

- f. Memantau perkembangan pemesanan kendaraan dari saat pemesanan sampai dengan realisasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g. Mengawasi administrasi hasil pelaksanaan pemesanan dan penjualan kendaraan.
- h. Membuat dan menyerahkan laporan pemesanan dan penjualan kendaraan tepat pada waktunya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- i. Melakukan tugas lain yang dibebankan oleh Kepala Cabang.

13. KASIR

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Melaksanakan pembayaran berdasarkan bukti-bukti pembayaran yang telah disetujui.
- b. Menerima pembayaran dan membuat bukti penerimaan atas uang tunai/cek/bilyet giro dari pelanggan maupun dari pihak ketiga.
- c. Menyetorkan uang tunai/cek/bilyet giro yang diterima paling lambat keesokan harinya.
- d. Mengambil uang di bank untuk keperluan rutin.
- e. Bertanggung jawab atas keamanan jumlah uang/cek/bilyet giro yang ada di cabang.
- f. Berdasarkan daftar gaji/upah yang telah disetujui menyerahkan uang gaji/upah ke atasannya.
- g. Membuat dan melaporkan buku kas atau bank harian.

14. ADM BENGKEL

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Membuat invoice extern dan intern baik perorangan maupun pelanggan tetap.
- b. Kontrol dan file Surat Perintah Kerja (SPK).
- c. Membuat laporan penjualan, pembayaran, dan pembatalah harian ke ADH.
- d. Kontrol laporan penjualan terhadap fisik invoice.
- e. Kontrol kredit pelanggan, informasikan ke administrasi billing.
- f. Membuat laporan pelanggan black list ke Service Advisor setiap bulan.
- g. Mengirimkan informasi data kredit kepada pelanggan setiap bulan.
- h. Membuat laporan outstanding (A/R) 3 kali sebulan (tanggal 1, 11, dan 21) kepada Administration Head.

15. PERSONALIA & GENERAL AFFAIR

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Mengembangkan sistem administrasi yang memadai di bidang personalia (HRD) dan general affair (GA) termasuk pengarsipan berkas-berkas pendukung sesuai dengan ketentuan yang ada.
- b. Melakukan pengumpulan dan pengarsipan data karyawan cabang.
- c. Membuat laporan rekapitulasi kehadiran karyawan cabang.
- d. Membuat laporan rekapitulasi mengenai hal-hal yang berhubungan kepegawaian seperti cuti, sakit, dan tunjangan-tunjangan yang diatur oleh ketentuan perusahaan (seperti makan, transport, ataupun biaya operasional).

- e. Melakukan pengadaan dan perawatan terhadap asset – asset perusahaan/ cabang seperti gedung, maupun peralatan lainnya yang berada di cabang.
- f. Bertanggung jawab terhadap masalah keselamatan lingkungan kerja (*Enviromental Health Safety*).
- g. Bertanggung jawab untuk pengadaan barang-barang inventaris yang berada di cabang.
- h. Melakukan perijinan ataupun perpajakan seperti pajak reklame, spanduk ataupun hal lainnya

16. BILLING & INVOICING

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Meminta pembuatan faktur TAM ke pusat sesuai dengan permintaan bagian penjualan.
- b. Meminta surat keterangan perubahan bentuk (modifikasi) dari bentuk asal ke pusat.
- c. Membuka faktur penjualan atau delivery order sesuai dengan permintaan bagian penjualan.
- d. Melaporkan kegiatan billing dan invoicing secara harian, mingguan maupun bulanan.

17. AKUNTING

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Membuat catatan harian atas transaksi-transaksi pengeluaran kas, penerimaan kas, pembelian, penjualan, dan transaksi penyesuaian.

- b. Melakukan posting dari catatan harian atau jurnal ke dalam buku besar yang sesuai.
- c. Melakukan posting dari bukti asli ke dalam buku pembantu yang sesuai.
- d. Mencari saldo rekening neraca pada tanggal tertentu dan menjumlahkan nilai penjualan dan biaya-biaya selama satu periode yang berakhirnya sama dengan tanggal neraca dan disajikan dalam neraca saldo.
- e. Membuat dan mencatat jurnal penyesuaian seperti depresiasi aktiva tetap, amortisasi aktiva tidak berwujud, retur pembelian, pemakaian persediaan bahan habis pakai.
- f. Membuat laporan keuangan yang terdiri dari neraca, perhitungan rugi laba, laporan posisi perubahan, arus kas (cash flow) bulanan dan tahunan serta mengirimkan copynya ke pusat.

18. GUDANG & PDI

Tugas & Tanggung Jawab

- a. Bertanggung jawab atas penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran kendaraan sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.
- b. Menjaga keamanan stock unit yang ada di gudang, meminimalkan keruaskan kendaraan yang disimpan dan mengoptimalkan penggunaan ruang penyimpanan.
- c. Membantu internal auditor dalam melaksanakan perhitungan fisik kendaraan yang ada di gudang.
- d. Melaksanakan Predelivery Checking atas unit kendaraan yang akan keluar dari gudang.

- e. Membuat laporan gudang secara harian, mingguan, maupun bulanan.
- f. Bertanggung jawab terhadap pemasangan optional.

19. PENGURUS SURAT KENDARAAN

Tugas & Tanggung Jawab

Mengurus pembuatan STNK, BPKB, dan pajak kendaraan sesuai dengan permintaan bagian penjualan.

4.2 Deskripsi data

Salah satu tujuan dari pembahasan adalah memperoleh laba dari operasional. Untuk mewujudkan sasaran tersebut, di perlukan pengelolaan manajemen yang efektif dan efisien, sebab dengan adanya fungsi manajemen yang efisien dan efektif akan memudahkan perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai keadaan dan posisi keuangan tersebut .

Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, guna menunjang efektifitasnya, pengambilan keputusan keuangan maka diperlukan laporan keuangan, sebab laporan keuangan merupakan laporan yang mencerminkan keadaan dan posisi keuangan dalam keberlanjutan suatu perusahaan.

Tabel 4.1 PT. Hadji Kalla Cabang Maros Neraca Periode Tahun 2014-2018

Pos Pos Neraca	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
1. Aktiva					
1.1 Aktiva Lancar					
Kas	125,671,250	128,912,600	132,481,100	156,782,400	167,721,250
Bank	1,325,170,500	1,482,721,300	1,682,346,250	1,781,234,560	621,345,150
Piutang	812,345,600	915,672,550	693,649,270	882,345,600	761,456,600
Persediaan Mobil	212,345,660	256,782,100	286,721,200	292,125,550	278,234,500
Jumlah Aktiva Lancar	2,475,533,010	2,784,088,550	2,795,197,820	3,112,488,110	1,828,757,500
1.2. Aktiva Tetap					
Tanah	1,721,456,770	2,456,782,250	3,512,235,660	3,512,235,660	3,056,751,220
Bangunan kantor	5,584,295,505	6,671,812,550	6,690,822,860	6,690,822,860	6,690,822,860
Mesin dan peralatan	3,072,892,125	1,927,866,275	1,786,705,930	1,164,510,110	2,021,178,900
Armada angkutan	1,381,123,500	1,767,892,125	2,321,456,100	2,717,125,400	3,104,424,040
Kendaraan operasional	672,125,250	731,256,200	772,871,125	875,675,150	875,675,150
Akumulasi Penyusutan	(1,194,292,820)	(1,606,860,620)	(2,078,986,220)	(2,568,111,670)	(3,385,237,270)
Jumlah Aktiva tetap	11,237,600,330	11,948,748,780	13,005,105,455	12,392,257,510	12,363,614,900
Total Aktiva	13,713,133,340	14,732,837,330	15,800,303,275	15,504,745,620	14,192,375,400
2. Passiva					
2.1. Hutang					
2.1.1 Hutang Lancar					
Hutang Usaha	3,150,069,795	3,078,912,550	2,880,777,550	2,041,721,780	1,071,861,780
Hutang Pajak	578,925,670	697,892,125	789,235,450	567,892,125	456,782,125
Jumlah utang lancar	3,728,995,465	3,776,804,675	3,670,013,000	2,609,613,905	1,528,643,905
2.1.2. Hutang Jangka Panjang					
Hutang Hipotik	4,712,567,100	5,181,413,440	5,663,419,095	6,853,350,545	6,909,806,415
Jumlah utang hipotik	4,712,567,100	5,181,413,440	5,663,419,095	6,853,350,545	6,909,806,415
Total Hutang	8,441,562,565	8,958,218,115	9,333,432,095	9,462,964,450	8,438,450,320
2.2. Ekuitas					
Modal Sendiri	3,250,000,000	3,250,000,000	3,390,535,000	3,390,535,000	3,390,535,000
Laba ditahan	278,260,100	378,121,500	467,112,450	567,112,450	678,156,700
Laba tahun berjalan	1,743,310,675	2,146,497,715	2,609,223,730	2,084,133,720	1,685,230,380
Jumlah ekuitas	5,271,570,775	5,774,619,215	6,466,871,180	6,041,781,170	5,753,922,080
Total Passiva	13,713,133,340	14,732,837,330	15,800,303,275	15,504,745,620	14,192,375,400

Sumber :PT. Hadji Kalla Cabang Maros, 2019

Tabel 4.2 PT. Hadji Kalla Cabang Maros Laporan Laba Rugi Periode Tahun 2014 – 2018

URAIAN	TAHUN				
	2014	2015	2016	2017	2018
Penjualan	6,171,235,875	6,896,782,125	7,971,972,350	8,878,125,250	9,471,125,550
Harga pokok penjualan	2,396,781,125	2,471,125,400	2,671,125,550	4,021,456,150	4,971,257,000
Laba Operasional	3,774,454,750	4,425,656,725	5,300,846,800	4,856,669,100	4,499,868,550
Biaya operasional					
Gaji bagian pemasaran	54,000,000	54,000,000	57,500,000	57,500,000	62,500,000
Bonus penjualan	46,712,245	56,567,820	59,718,725	30,211,255	29,507,460
Gaji bagian administrasi/ umum	67,500,000	67,500,000	72,500,000	72,500,000	82,500,000
Biaya listrik	31,782,250	37,156,175	45,672,880	51,671,125	53,672,500
Biaya telepon	17,892,450	21,178,110	22,175,675	23,125,670	25,672,125
Biaya alat tulis kantor	37,892,450	45,672,145	47,892,500	51,782,150	56,782,125
Biaya penrusutan aktiva tetap	376,567,150	412,567,800	572,171,250	789,125,500	817,125,600
Biaya reparasi dan pemeliharaan kantor	378,912,125	456,892,130	472,125,600	489,125,450	512,345,700
Jumlah biaya operasi	1,011,258,370	1,151,534,180	1,349,756,630	1,565,041,150	1,640,105,510
Laba kotor	2,763,196,380	3,274,122,545	3,951,090,170	3,291,627,950	2,859,763,040
Biaya CSR	338,782,150	412,125,600	472,125,200	512,782,990	612,789,100
laba bersih sebelum pajak	2,424,414,230	2,861,996,945	3,478,964,970	2,778,844,960	2,246,973,940
Pajak penghasilan	681,103,555	715,499,230	896,741,240	694,711,240	561,743,560
Laba bersih setelah pajak	1,743,310,675	2,146,497,715	2,609,223,730	2,084,133,720	1,685,230,380
Jumlah saham	10,000	10,000	10,121	10,121	10,121

Sumber: Data diolah dari PT. Hadji Kalla Cabang Maros

4.3 Analisis Data

4.3.1 Penarapan Corporate Social Responsibility

Sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, persoalan tanggung jawab social perusahaan mengalami konsep yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang dialami oleh dunia usaha itu sendiri. Pada awalnya dan untuk waktu yang sangat panjang, dunia usaha tidak perlu atau tidak pernah berpikir mengenai tanggung jawab social. Hal ini karena proporsi teori klasik, sebagaimana dirumuskan oleh Adam Smit menyatakan tugas korporasi diletakkan semata-mata mencari keuntungan, "*The only duty the corporation is to make profit*". Motivasi utama setiap perusahaan atau industry adalah hanya ada selalu hanya untuk meningkatkan keuantungan (Zohar dan Marshall, 2015 : 145)

Masyarakat bisnis semakin menyadari pentingnya mengambil peran dalam harmonisasi dengan lingkungan social dan lingkungan hidup demi keberlanjutan dunia usaha. Harmonisasi tersebut diwujudkan dalam suatu bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan yang dilakukan secara voluntary atau suka selera dengan penuh kesadaran dari perusahaan. Perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi yang dapat dirasakan oleh masyarakat, sehingga dapat membantu kualitas hidup masyarakat yang sejalan dengan meningkatnya kegiatan perusahaan. Informasi atau pengungkapan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan menjadi bahan pertimbangan utama investor untuk mengambil keputusan ekonomi (Nuzula dan Kato, Chang dan Christiawan, 2011).

Secara Konseptual maupun praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab nyata dari perusahaan yang dituntut oleh Negara melalui undang-undang kepada masyarakat. Bahkan dengan pendekatan yang tepat CSR bias memberikan kontribusi positif kepada perusahaan secara Ekonomis, social, maupun lingkungan (ekologi). Dalam lingkup CSR posisi masyarakat sangat kuat. Adapun masyarakat yang dimaksud terbagi menjadi masyarakat sekitar, dan masyarakat yang tidak bersentuhan fisik perusahaan, yakni masyarakat sekitar dan masyarakat yang tidak bersentuhan langsung, namun terkena dampak.

PT Haji Kalla Cabang Maros yang merupakan situs penelitian ini menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat di Kabupaten Maros yang diluncurkan sejak tahun 2013. Adapun program CSR yang dilakukan sebagai berikut :

- 1) Pelibatan Pengembangan Masyarakat yang dilakukan melalui Program Kemitraan seperti memberikan pinjaman bergulir pada UKM (Usaha Kecil Menengah) dan IKM (Industri Kecil Menengah) kepada masyarakat dalam berbagai sektor usaha, baik dari sektor industri, perdagangan, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, pertambangan, dan jasa.
- 2) Lingkungan yang dilakukan melalui Program Bina Lingkungan seperti donasi untuk bencana alam, pendidikan atau pelatihan.

a. Bantuan sarana ibadah

Program bantuan proposal diberikan secara tunai untuk kegiatan perbaikan 200 masjid di Sulawesi Selatan. Tujuannya agar masyarakat dan pengurus

setempat dapat merealisasikan kebutuhan masjid seperti renovasi dan penyediaan fasilitas masjid. Bantuan ini dilaksanakan mulai Bulan Januari – Desember 2018.

b. Biaya Kebersihan Almarkaz

Kegiatan ini telah menjadi program rutin Yayasan Hadji Kalla dengan memberikan bantuan dana untuk pelaksanaan kebersihan Masjid Al-Markas Makassar. Tujuannya untuk menjaga kebersihan lingkungan sekitar masjid. Kegiatan ini dilaksanakan mulai Bulan Januari – Desember 2018.

c. Sumbangan Alquran

Program pemberian bantuan Alquran sebanyak 8000 buah. Mushaf diberikan untuk kaum dhuafa di beberapa kabupaten atau kota terpilih. Program ini bertujuan agar penerima bantuan dapat melaksanakan ibadah mengaji secara rutin. Umumnya, penyaluran alquran diberikan pada Bulan Ramadhan setiap tahunnya.

d. Pemasangan Sound System

Salah satu ide Bapak Jusuf Kalla untuk meningkatkan kualitas keislaman masyarakat Sulawesi Selatan adalah pemberian bantuan sound system. Program ini hadir agar masyarakat atau jamaah dapat mendengarkan lantunan adzan, bacaan shalat, dan ceramah dengan jelas dan jernih. Khusus tahun 2018, yayasan menargetkan pemasangan sound system di 300 masjid yang membutuhkan. Periode pemasangan dimulai Bulan Februari hingga November.

e. Maintenance Sound System

Kebutuhan sound system setiap masjid menjadi perlengkapan utama dalam menjalankan aktivitas ibadah umat islam. Yayasan Hadji Kalla mendukung penyediaan fasilitas masjid dengan memanfaatkan peralatan yang masih layak pakai. Program ini dilaksanakan untuk masjid yang memiliki permasalahan kerusakan kecil pada sound system. Tim teknisi yayasan membantu memperbaiki masalah tersebut dengan menargetkan 4 masjid setiap bulan. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari hingga Desember 2018.

f. Pelatihan Teknisi Masjid

Selain membantu penyediaan fasilitas masjid, yayasan membina pengurus dan masyarakat setempat terkait pelatihan teknisi sound system masjid. Kegiatan ini mengajarkan mengenai tatacara penanganan awal jika terjadi kerusakan kecil pada sound system. Pelatihan ini diberikan untuk masjid yang membutuhkan, tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan teknisi, pengurus masjid dan warga setempat tentang pengelolaan sound system. Periode pelaksanaan program dimulai pada Bulan Februari, April, Juni, Agustus dan Oktober 2018

a. Program ramadhan

1. Paket Sembako Ramadhan

Program rutin setiap tahun dengan memberikan bantuan langsung berupa bahan pokok untuk kaum dhuafa. Rencana penyaluran sebanyak 15.000 paket didistribusikan di kabupaten Luwu, Gowa, Makassar, Palu, Kendari,

Mamuju, Bone, Bulukumba, Maros, Palopo, Pare-pare, Sidrap, Wajo, Soppeng dan Polman. Bantuan ini disalurkan agar masyarakat yang membutuhkan dapat ikut serta merayakan kemenangan di Hari Raya Idul Fitri. Periode pelaksanaan Bulan Mei hingga Juni 2018 (Bulan Ramadhan).

2. **Buka Puasa Anak Yatim**

Program pemberian bantuan hidangan buka puasa dan santunan untuk anak yatim menjadi salah satu program unggulan di Bulan Ramadhan. Buka puasa dilaksanakan bersama 1.000 anak yatim dari 27 panti asuhan. Periode pelaksanaan Bulan Mei 2018 (Bulan Ramadhan)

3. **Bantuan Buka Puasa Al-Markaz**

Salah satu masjid yang dibina Yayasan Hadji Kalla adalah Masjid Al-Markaz Makassar, Masjid ini setiap tahunnya menyediakan sajian buka puasa untuk masyarakat dan jamaah setempat. Yayasan turut serta memberikan bantuan langsung kepada pengurus Al-Markaz untuk menyediakan 6.500 paket hidangan buka puasa. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Mei 2018 (Bulan Ramadhan).

4. **Bantuan Buka Puasa Ibu Hj. Erni**

Program yang sama setiap Ramadhan adalah memberikan bantuan langsung kepada Ibu Hj. Nuraeni (Keluarga Hadji Kalla) untuk acara buka puasa bersama. Hidangan buka puasa disalurkan 20.000 paket. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Mei (Bulan Ramadhan).

5. Bantuan Buka Puasa Ibu Imelda Jusuf Kalla

Program bantuan buka puasa disalurkan dengan menyediakan hidangan buka puasa di 5 masjid yang berada di Kota Makassar. Sebanyak 12.650 paket diberikan kepada jamaah dan masyarakat setempat selama 10 hari. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Mei 2018 (Bulan Ramadhan).

6. Bantuan Proposal Saat Ramadhan

Program pemberian bantuan proposal khusus Bulan Ramadhan diberikan kepada masjid/lembaga sosial islam di Sulawesi Selatan. Kegiatan ini bertujuan untuk menyalurkan kebutuhan operasional lembaga/masjid yang membutuhkan. Periode pelaksanaan Bulan Mei 2018 (Bulan Ramadhan)

7. Program Tebar Da'I

Salah satu program yang telah dilaksanakan sejak yayasan dibentuk adalah pembinaan ulama dan kader da'I di Sulawesi Selatan. Program lanjutan dilakukan dengan mengirimkan 40 Dai ke beberapa daerah untuk menyampaikan ceramah selama Bulan Ramadhan. Program ini bertujuan untuk menambah wawasan masyarakat di pelosok desa. Periode pelaksanaan program selama Bulan Mei 2018 (Bulan Ramadhan).

b. Bantuan pendidikan islam

1. Tahfidz Nurzuber

Program ini dilaksanakan untuk menyediakan kebutuhan operasional Tahfidz Nurzzuber. Harapannya agar tersedia biaya operasional untuk kelancaran kegiatan Tahfidz Nurzuber. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari sampai Juni 2018.

2. **Tahfidz Baruga**

Program tahfidz baruga menyediakan biaya operasional untuk guru dan santri. Tujuannya untuk memberikan kemudahan buat guru dan santri dalam melaksanakan kegiatan tahfidz. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari hingga Desember 2018.

3. **STIBA**

Program pemberian bantuan konsumsi bulanan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab. Kegiatan ini disediakan untuk mahasiswa STIBA yang kurang mampu. Penyaluran program ini bertujuan agar mahasiswa dapat mengikuti proses belajar mengajar dengan lancar tanpa adanya kendala finansial. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari hingga Desember 2018.

4. **Pembinaan TK/TPA**

Pembinaan TK/TPA dilaksanakan dengan menyediakan bantuan insentif untuk guru mengaji. Hal ini untuk meningkatkan kesejahteraan dan memotivasi guru untuk mengajar, khususnya di daerah marginal. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Maret hingga Desember 2018.

5. **Pesantren**

Kegiatan ini dilaksanakan dengan menyediakan subsidi bulanan untuk kebutuhan pondok pesantren. Program ini disalurkan dengan menyeleksi pesantren yang secara finansial tidak terpenuhi untuk biaya operasional santri dan pondok pesantren. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari-Desember 2018.

c. Kegiatan dakwah**1. Radio Al-Markaz**

Program pemberian bantuan rutin kepada media radio Al-Markaz. Salah satu media yang menyebarkan dakwah islam melalui via radio. Kegiatan ini terus didukung untuk mendukung penyebaran islam di Sulawesi Selatan. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari hingga Desember 2018.

2. Kegiatan Dakwah

Pemberian bantuan tunai untuk 6 kegiatan dakwah. Kegiatan ini sebagai media pembelajaran islam untuk masyarakat. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari hingga Desember 2018.

3. Pelatihan Muballiq Al-Markaz

Program pemberian bantuan untuk pelatihan Muballigh Al-Markaz. Kegiatan ini dilaksanakan sebanyak 3 kali. Tujuan dari program ini adalah untuk mendukung terbentuknya regenerasi Mubaligh di Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Makassar.

d. Pembinaan muallaf (Arimatea & Markas Dakwah Al-Biir)

Pemberian bantuan muallaf untuk lembaga Arimatea dan Markas Dakwah Al Biir setiap bulan. Program ini merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan Yayasan Hadji Kalla. Tujuannya agar bantuan yang diberikan dapat dipergunakan untuk melaksanakan kegiatan dakwah bagi 2 anggota komunitas dan terpenuhinya kebutuhan hidup para anggotanya. Periode pelaksanaan dimulai pada Bula Januari hingga Desember 2018.

e. Bantuan kaum dhuafa**1. Kaum Dhuafa Insidentil**

Memberikan donasi kepada kaum dhuafa agar dapat memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Program ini merupakan kegiatan rutin Yayasan Hadji Kalla tiap tahun. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Maret hingga Desember 2018.

2. Kaum Dhuafa Bulanan

Memberikan santunan kepada 7 orang kaum dhuafa yang telah dibantu setiap tahun agar dapat memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Program ini merupakan kegiatan rutin Yayasan Hadji Kalla tiap tahun. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Januari hingga Desember 2018.

3. Bantuan Panti Asuhan

Program rutin yang dilaksanakan dengan memberikan donasi kepada 3 panti asuhan yang telah dibantu setiap tahunnya. Bantuan ini diberikan untuk meringankan kebutuhan pokok santri dan pengurus panti asuhan. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Juli hingga Desember 2018.

4. Berbagi Jumat Berkah

Program pemberian bantuan dengan memberikan konsumsi kepada jamaah masjid sebanyak 3.000 paket per bulan. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mendukung masyarakat yang menunaikan ibadah puasa setiap minggu. Periode pelaksanaan dimulai pada Bulan Juli hingga Desember 2018. Keberadaan PT Hadji Kalla tidak bias lepas dari kepentingan public atau stakeholder yang ada di lingkungan di luar organisasi. Pihak Manajemen

harus menyadari bahwa mereka tidak bias hanya mengejar keuntungan semata, tetapi aktivitas yang dijalankan perusahaan sedikit banyak akan membawa konsekwensi social public. Oleh karena itu ada tuntutan moral bagi pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan public.

Selama tahun 2014 sampai tahun 2018, jumlah biaya CSR yang dikeluarkan PT Hadji Kalla Cabang Maros digambarkan pada tabel berikut :

Tabel 4.3
PENGELUARAN DANA CSR PT HADJI KALLA CABANG MAROS
PERIODE 2014-2018

No.	Tahun	Jumlah Biaya CSR
1.	2014	338.782.150
2.	2015	412.125.600
3.	2016	472.125.200
4.	2017	512.782.990
5.	2018	612.789.100

Sumber : PT Hadji Kalla Cabang Maros

Dari tabel di atas memberikan gambar bahwa PT Hadji Kalla Cabang Maros sangat memperhatikan kepentingan public, terbukti tingkat pengeluaran dana CSR meningkat sekitar 20%.

4.3.2 Analisis Regresi Sederhana

Tahun 2011 menjadi tahun dimana PT Hadji Kalla mengembangkan sayapnya dengan mendirikan cabang di Kabupaten, tahun 2019 genap berusia 8 tahun. Selama kurun waktu 8 tahun, PT Hadji Kalla telah berhasil mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. kalau kita amati, pasar mobil keluarga memiliki prospek yang cerah dan sangat menjanjikan.

Dalam pengelolaannya PT Hadji Kalla Cabang Maros tentunya membutuhkan Equity (Modal Sendiri) yang digunakan, adapun perkembangan Equity PT Hadji Kalla Cabang Maros dapat dilihat Pada tabel berikut :

Tabel 4.4
EQUITY (MODAL SENDIRI) PT HADJI KALLA CABANG MAROS
PERIODE 2014-2019

No.	Tahun	Jumlah Equitas
1.	2014	3.250.000.000
2.	2015	3.250.000.000
3.	2016	3.390.535.000
4.	2017	3.390.535.000
5.	2018	3.390.535.000

Sumber : PT Hadji Kalla Cabang Maros

Modal sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional suatu perusahaan begitu juga PT Hadji Kalla Cabang Maros. Modal sangat menentukan perkembangan dan pertumbuhan usaha perusahaan. Modal sangat berperan sebagai sumber pendanaan perusahaan yang menggambarkan perusahaan dalam memenuhi dapat didanai oleh modal sendiri secara keseluruhan atau didanai dengan modal sendiri dan ditambah dengan modal berasal dari pinjaman.

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana, bertujuan untuk menguji pengaruh Dana CSR terhadap Equitu. Model regresi dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

Keterangan :

Y = Equity PT Hadji Kalla Cabang Maros

X = Dana CSR

a = konstanta

β = koefisien regresi variabel Dana CSR

Perhitungan analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan program SPSS for Windos 23. Sedangkan hasil analisis seperti pada lampiran dapat dilihat seperti pada tabel dibawah ini :

TABEL 4.5
HASIL ANALISIS REGRESI SEDERHANA

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
CSR	0,41	5,945	0,010
Konstanta	-48658895,1	-2,506	0,087
R^2	0,960		
F-Hitung	35,346		0,010

Sumber : Data diolah (2019)

Dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = -48.658.896,1 + 0,41 X$$

Model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- $a = -48.658.896,1$ diartikan bahwa Jika variabel Corporate Sosial Resposibilty (CSR) sama dengan nol maka Equity (Modal Sendiri) diperkirakan akan mengalami penurunan sebesar Rp. 48.658.896,1 dengan asumsi faktor lain yang berpengaruh dianggap konstan.
- $b = 0,41$ diartikan bahwa jika variable Corporate Sosial Resposibilty (CSR) dinaikan Rp. 100,- maka Equity akan meningkat sebesar Rp. 41,-

Selanjutnya Uji F, Uji F adalah untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Equity (Modal Sendiri)

TABEL 4.6
UJI F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2489696941928	1	2489696941928	35.346	.010 ^b
		427.500		427.500		
	Residual	2113158884185	3	7043862947285		
		72.660		7.550		
	Total	2701012830347	4			
		000.000				

a. Dependent Variable: Equity

b. Predictors: (Constant), CSR

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS for Windos 23 diperoleh F hitung sebesar 35,346, karena nilai F hitung > F tabel (35,346 > 2,667).

Konsekuensinya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Jumlah Equity (Modal Sendiri) pada PT Hadji Kalla Cabang Maros.

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independent (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) dalam menjelaskan variabel dependen (Equity). Dari hasil analisis dengan menggunakan program SPSS for Windos 23 diketahui bahwa besarnya nilai R² (koefisien determinasi) = 0,922 atau 92,2% berarti variabel bebas (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) dalam menjelaskan Equity adalah sebesar 92,2% sedangkan sisanya sebesar 0,08% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

4.3.3 Analisis *Return On Equity* (ROE)

Return of equity (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh *stakeholder*. Pengertian *return on equity* adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba dari investasi pada perusahaan tersebut. Atau dengan kata lain *return on equity* (ROE) itu menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang bisa dihasilkan oleh suatu perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan para pemegang saham atau pemilik perusahaan.

Return On Equity (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros selama 5 tahun setelah CSR secara intensif direalisasikan sebagai program kegiatan perusahaan dapat dihitung sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Return on equity (ROE) dengan rasio 100% itu berarti setiap 1 rupiah dari ekuitas pemegang saham bisa menghasilkan 1 rupiah dari laba bersih. ROE atau *Return on Equity* merupakan suatu pengukuran penting bagi *stacholder* karena bisa mengetahui sampai seberapa efisien suatu perusahaan akan memakai uang yang mereka investasikan untuk menghasilkan keuntungan atau laba bersih. *Return on equity* juga bisa dijadikan sebagai suatu indikator dalam menilai tingkat efektifitas manajemen dalam menggunakan pembiayaan ekuitas untuk membiayai operasi dan menumbuhkan perusahaan.

Berikut ini *Return on equity* (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros sebagai berikut :

$$\begin{aligned} ROE_{2014} &= \frac{(1,743,310,675)}{(5,271,570,775)} \times 100\% \\ &= 0,33 \\ &= 33\% \end{aligned}$$

Return on equity (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros pada tahun 2014 sebesar 33% yang artinya setiap Rp. 100,- Equitas atau Modal sendiri yang digunakan akan menghasilkan Rp. 33,- laba bersih setelah pajak.

$$\begin{aligned} ROE_{2015} &= \frac{(2,146,497,715)}{(5,774,619,215)} \times 100\% \\ &= 0,37 \\ &= 37\% \end{aligned}$$

Return on equity (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros pada tahun 2015 sebesar 37% yang artinya setiap Rp. 100,- Equitas atau Modal sendiri yang digunakan akan menghasilkan Rp. 37,- laba bersih setelah pajak.

$$\begin{aligned} ROE_{2016} &= \frac{2,609,223,730}{(6,466,871,180)} \times 100\% \\ &= 0,40 \\ &= 40\% \end{aligned}$$

Return on equity (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros pada tahun 2016 sebesar 40% yang artinya setiap Rp. 100,- Equitas atau Modal sendiri yang digunakan akan menghasilkan Rp. 40,- laba bersih setelah pajak.

$$\begin{aligned}
 ROE_{2017} &= \frac{(2,084,133,720)}{(6,041,781,170)} \times 100\% \\
 &= 0,34 \\
 &= 34\%
 \end{aligned}$$

Return on equity (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros pada tahun 2017 sebesar 34% yang artinya setiap Rp. 100,- Equitas atau Modal sendiri yang digunakan akan menghasilkan Rp. 34,- laba bersih setelah pajak.

$$\begin{aligned}
 ROE_{2018} &= \frac{(1,685,230,380)}{(5,753,922,080)} \times 100\% \\
 &= 0,29 \\
 &= 29\%
 \end{aligned}$$

Return on equity (ROE) PT Hadji Kalla Cabang Maros pada tahun 2018 sebesar 29% yang artinya setiap Rp. 100,- Equitas atau Modal sendiri yang digunakan akan menghasilkan Rp. 29,- laba bersih setelah pajak.

4.4 Pembahasan

Temuan Penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Return on Equity pada PT Hadji Kalla Cabang Maros. Hal ini sejalan dengan temuan Prichilia Rumengan¹ Grace B, Nangoi, Sinjte Rondonuwu (2017) bahwa adanya pengaruh negatif signifikan antara variabel independen CSR terhadap Variabel dependen ROE dengan nilai thitung sebesar -3.722 pada tingkat signifikansi 0.020. Pengaruh yang negatif karena nilai thitung negatif. Dengan kata lain apabila PT. Bank Central Asia meningkatkan program Corporate Social Responsibility(CSR) maka akan menurunkan nilai Return On Equity (ROE). Besar pengaruh yang dapat dijelaskan

variabel CSR terhadap Variabel ROE yaitu 0.720 atau 72.0% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian. Sedangkan hasil penelitian untuk pengaruh CSR terhadap ROI, ditemukan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel independen CSR dan variabel dependen ROI, namun pengaruh yang ditimbulkan bersifat positif, dengan nilai thitung 2.206 pada tingkat signifikansi sebesar 0.092, dimana bila perusahaan meningkatkan CSR, maka nilai ROI akan bertambah.

Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Robby Heryanto, Agung Juliarto (2017) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki efek positif dan signifikan terhadap profitabilitas dengan menggunakan proxy margin laba bersih (NPM), sementara menggunakan pengembalian aset (ROA), laba atas ekuitas (ROE), laba per saham (EPS) Tidak memiliki efek signifikan, hal ini disebabkan aktifitas pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh terhadap apa yang akan dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini menunjukkan seberapa besar pengungkapan aktivitas perusahaan dalam menjalankan kewajibannya terhadap lingkungan social.

Hasil penelitian Neng Windy Naedy Cahyanti Nila Firdausi Nuzula Ferina Nurlaily (2018) menunjukkan bahwa CSR secara parsial memiliki pengaruh terhadap ROE namun tidak memiliki pengaruh terhadap ROA. Sedangkan pada saat ditambahkan variabel kontrol berupa size, CSR berpengaruh pada semua proksi dari profitabilitas. Perusahaan dengan CSR yang baik akan memiliki citra dan reputasi yang baik di kalangan stakeholder. Hal

tersebut yang akhirnya menarik investor yang saat ini tidak lagi hanya melihat kinerja keuangan perusahaan saja dalam mempertimbangkan keputusan berinvestasi namun juga kegiatan sosial perusahaan. Sehingga dengan banyaknya investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya maka akan dapat meningkatkan profitabilitas yang diperoleh perusahaan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Equity PT Hadji Kalla Cabang Maros, hal ini dikarenakan Kepercayaan masyarakat pada perusahaan akan meningkatkan kemauan pemilik perusahaan untuk menambah Modal Sendiri pada Perusahaan.
2. *Return of equity* (ROE) PT Hadji Kalla Cabang dalam 2 tahun terakhir mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh meningkatnya biaya pemasaran dan menjadikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komponen biaya sehingga terlihat menurunkan keuntungan atau laba yang dihasilkan oleh perusahaan, sebagai mana kita ketahui *Return of equity* (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh *stakeholder*.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas maka disarankan sebagai berikut :

1. Kiranya PT Hadji Kalla Cabang Maros dapat Meningkatkan Jumlah dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disalurkan kepada masyarakat sehingga lebih banyak masyarakat yang menikmati CSR, sehingga mampu meningkatkan Kepercayaan dan Loyalitas masyarakat terhadap perusahaan sehingga perusahaan akan lebih maju.

2. Kiranya pencatatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dimasukkan sebagai biaya, dan merupakan komponen yang menekan keuntungan perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, et al, 2010, Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Harga Saham, Yogyakarta.
- Agus Harjito, Martono. 2018. Manajemen Keuangan, edisi 1. Yogyakarta: EKONISIA
- Agus Sartono. 2012. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta
- Asmaul Jannah, 2011, Analisis pelaksanaan dan Pengungkapan tanggung jawab social perusahaan perbankan di Indonesia, Skripsi.
- Brigham dan Houston. 2012. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. edisi V. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi Astuti, 2014. Manajemen Keuangan Perusahaan, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Howard Fox, 2012, "True Colors Group Exhibition" Soho Gallery, London, England
- Irham Fahmi. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Cetakan Ke-2. Bandung:
- Kamaluddin, 2010, Pengaruh Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *profitabilitas* dan reputasi perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) skripsi.
- Kasmir, 2014, Analisis Laporan Keuangan, Jakarta, Radjagrafindo Persada
- Kotler, Philip dan Nancy Kotler, 2015. *Corporate Social Responsibility, Doing the. Most Good for Your Company and Your Cause*, Canada: John Willey &. Sons
- Sari, S. H., Henni, I., & Citra, I. M. (2014). Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Jurnal Universitas Bina Darma
- Septiana, 2012, *Corporate Social Responsibility, Menjinakan Gejolak Sosial di Era Pornografi*, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2000) <https://www.wbcsd.org/>
- UU PT No.40 Tahun 2007 pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT)
- UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal
- UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN
- Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 tentang besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR

Website :

<https://www.temukanpengertian.com/2016/02/pengertian-return-of-equity.html>

<https://analisis.co.id/roe-return-on-equity.html>

<http://hendrikuswanto.blogspot.com/2016/10/return-on-equity-atau-penjelasan-rasio.html>



Tabel 4.2 PT. Hadji Kalla Cabang Maros Laporan Laba Rugi Periode Tahun 2014 – 2018

URAIAN	TAHUN				
	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Penjualan</u>	6,171,235,875	6,896,782,125	7,971,972,350	8,878,125,250	9,471,125,550
<u>Harga pokok penjualan</u>	2,396,781,125	2,471,125,400	2,671,125,550	4,021,456,150	4,971,257,000
<u>Laba Operasional</u>	3,774,454,750	4,425,656,725	5,300,846,800	4,856,669,100	4,499,868,550
<u>Biaya operasional</u>					
<u>Gaji bagian pemasaran</u>	54,000,000	54,000,000	57,500,000	57,500,000	62,500,000
<u>Bonus penjualan</u>	46,712,245	56,567,820	59,718,725	30,211,255	29,507,460
<u>Gaji bagian administrasi/ umum</u>	67,500,000	67,500,000	72,500,000	72,500,000	82,500,000
<u>Biaya listrik</u>	31,782,250	37,156,175	45,672,880	51,671,125	53,672,500
<u>Biaya telepon</u>	17,892,450	21,178,110	22,175,675	23,125,670	25,672,125
<u>Biaya alat tulis kantor</u>	37,892,450	45,672,145	47,892,500	51,782,150	56,782,125
<u>Biaya penyusutan aktiva tetap</u>	376,567,150	412,567,800	572,171,250	789,125,500	817,125,600
<u>Biaya reparasi dan pemeliharaan kantor</u>	378,912,125	456,892,130	472,125,600	489,125,450	512,345,700
<u>Jumlah biaya operasi</u>	1,011,258,370	1,151,534,180	1,349,756,630	1,565,041,150	1,640,105,510
<u>Laba kotor</u>	2,763,196,380	3,274,122,545	3,951,090,170	3,291,627,950	2,859,763,040
<u>Biaya CSR</u>	338,782,150	412,125,600	472,125,200	512,782,990	612,789,100
<u>laba bersih sebelum pajak</u>	2,424,414,230	2,861,996,945	3,478,964,970	2,778,844,960	2,246,973,940
<u>Pajak penghasilan</u>	681,103,555	715,499,230	896,741,240	694,711,240	561,743,560
<u>Laba bersih setelah pajak</u>	1,743,310,675	2,146,497,715	2,609,223,730	2,084,133,720	1,685,230,380
<u>Jumlah saham</u>	10,000	10,000	10,121	10.121	10.121

Sumber : Data diolah dari PT. Hadji Kalla Cabang Maros

Tabel 4.1 PT. Hadji Kalla Cabang Maros Neraca Periode Tahun 2014-2018

Pos Pos Neraca	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
1. Aktiva					
1.1 Aktiva Lancar					
Kas	125,671,250	128,912,600	132,481,100	156,782,400	167,721,250
Bank	1,325,170,500	1,482,721,300	1,682,346,250	1,781,234,560	621,345,150
Piutang	812,345,600	915,672,550	693,649,270	882,345,600	761,456,600
Persediaan Mobil	212,345,660	256,782,100	286,721,200	292,125,550	278,234,500
Jumlah Aktiva Lancar	2,475,533,010	2,784,088,550	2,795,197,820	3,112,488,110	1,828,757,500
1.2. Aktiva Tetap					
Tanah	1,721,456,770	2,456,782,250	3,512,235,660	3,512,235,660	3,056,751,220
Bangunan kantor	5,584,295,505	6,671,812,550	6,690,822,860	6,690,822,860	6,690,822,860
Mesin dan peralatan	3,072,892,125	1,927,866,275	1,786,705,930	1,164,510,110	2,021,178,900
Armada angkutan	1,381,123,500	1,767,892,125	2,321,456,100	2,717,125,400	3,104,424,040
Kendaraan operasional	672,125,250	731,256,200	772,871,125	875,675,150	875,675,150
Akumulasi Penyusutan	(1,194,292,820)	(1,606,860,620)	(2,078,986,220)	(2,568,111,670)	(3,385,237,270)
Jumlah Aktiva tetap	11,237,600,330	11,948,748,780	13,005,105,455	12,392,257,510	12,363,614,900
Total Aktiva	13,713,133,340	14,732,837,330	15,800,303,275	15,504,745,620	14,192,375,400
2. Passiva					
2.1. Hutang					
2.1.1 Hutang Lancar					
Hutang Usaha	3,150,069,795	3,078,912,550	2,880,777,550	2,041,721,780	1,071,861,780
Hutang Pajak	578,925,670	697,892,125	789,235,450	567,892,125	456,782,125
Jumlah utang lancar	3,728,995,465	3,776,804,675	3,670,013,000	2,609,613,905	1,528,643,905
2.1.2. Hutang Jangka Panjang					
Hutang Hipotik	4,712,567,100	5,181,413,440	5,663,419,095	6,853,350,545	6,909,806,415
Jumlah utang hipotik	4,712,567,100	5,181,413,440	5,663,419,095	6,853,350,545	6,909,806,415
Total Hutang	8,441,562,565	8,958,218,115	9,333,432,095	9,462,964,450	8,438,450,320
2.2. Ekuitas					
Modal Sendiri	3,250,000,000	3,250,000,000	3,390,535,000	3,390,535,000	3,390,535,000
Laba ditahan	278,260,100	378,121,500	467,112,450	567,112,450	678,156,700
Laba tahun berjalan	1,743,310,675	2,146,497,715	2,609,223,730	2,084,133,720	1,685,230,380
Jumlah ekuitas	5,271,570,775	5,774,619,215	6,466,871,180	6,041,781,170	5,753,922,080
Total Passiva	13,713,133,340	14,732,837,330	15,800,303,275	15,504,745,620	14,192,372,400

Sumber :PT. Hadji Kalla Cabang Maros, 2019

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Equity
/METHOD=ENTER CSR
/RESIDUALS DURBIN.
    
```

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Equity	64643210.00	25985634.64	5
CSR	469721008.0	103429697.1	5

Correlations

		Equity	CSR
Pearson Correlation	Equity	1.000	.960
	CSR	.960	1.000
Sig. (1-tailed)	Equity	.	.005
	CSR	.005	.
N	Equity	5	5
	CSR	5	5

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Equity

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.960 ^a	.922	.896	8392772.454	.922	35.346	1	3	.010	2.313

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Equity

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.490E+15	1	2.490E+15	35.346	.010 ^b
	Residual	2.113E+14	3	7.044E+13		
	Total	2.701E+15	4			

a. Dependent Variable: Equity

b. Predictors: (Constant), CSR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-48658895.1	19423777.97		-2.505	.087
	CSR	.241	.041	.960	5.945	.010

a. Dependent Variable: Equity

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	33059252.00	99152880.00	64643210.00	24948431.52	5
Residual	-8250535.50	8682221.000	.00000	7268354.154	5
Std. Predicted Value	-1.266	1.383	.000	1.000	5
Std. Residual	-.983	1.034	.000	.866	5

a. Dependent Variable: Equity