

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dewasa ini, isu CSR mengalami perkembangan yang cukup pesat. Salah satu pendorongnya adalah perubahan paradigma dunia usaha untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial. Di antaranya, yang lazim dilakukan oleh perusahaan adalah menyelenggarakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (*community development*).

Implementasi CSR di perusahaan pada umumnya dipegaruhi oleh beberapa faktor. Yang *pertama* adalah terkait dengan komitmen pemimpinnya. Perusahaan yang pemimpinnya tidak tanggap dengan masalah sosial, jangan diharapkan akan mempedulikan aktivitas sosial. *Kedua*, menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan. Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberi kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan. *Ketiga*, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin amburadul regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kosundusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat (Wibisono, 2007:77).

Pelaksanaan program CSR melibatkan beberapa pihak, yaitu perusahaan, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, tokoh-tokoh masyarakat, serta calon penerima manfaat CSR. Oleh sebab itu, dalam implementasi program CSR diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program CSR dengan baik. Kondisi *pertama*, implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari para pihak yang terlibat. Kondisi *kedua*, yang harus diciptakan untuk menunjang keberhasilan implementasi program CSR adalah ditetapkannya pola hubungan (*relationship*) di antara pihak-pihak yang terlibat secara jelas. Hal ini akan meningkatkan kualitas koordinasi pelaksanaan program CSR. Kondisi ketiga adalah adanya pengelolaan program yang baik. Pengelolaan program yang baik hanya dapat terwujud bila terdapat kejelasan tujuan program, terdapat kesepakatan mengenai strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan program dari pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR (Solihin, 2008:145).

2.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR sebagai sebuah konsep yang semakin populer belakangan ini, belum memiliki definisi yang tunggal, yang dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan, namun ada beberapa definisi yang dapat di jadikan acuan dalam pengungkapan CSR.

1. The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai:

“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of

the workforce and their families as well as of the local community and society at large.” Dalam bahasa bebas kurang lebih maksudnya adalah, komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibisono, 2007:7).

2. Menurut Milton Friedman dalam (Solihin, 2008)

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (owners), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan (Solihin, 2008:6).

3. Menurut (Wibisono, 2007:8) CSR dapat didefinisikan sebagai:

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

4. Menurut (Prastowo dan Huda, 2011:17):

CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk ‘membersihkan’ keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.

5. Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan

yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

6. Definisi menurut ISO 26000 dalam (Prastowo dan Huda, 2011) adalah:

“Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.” Terjemahan bebasnya: (Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan; sejalan dengan hukum yang ditetapkan dengan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh) (Prastowo dan Huda, 2011:101).

Walupun perumusan ISO 26000 tidak berpretensi untuk menyediakan definisi tunggal, setidaknya kalangan korporasi dan stakeholder yang berkepentingan tentang CSR dapat menghargai jerih paya perumus ISO 26000 yang telah bekerja selama bertahun-tahun. Sehingga, definisi CSR pada ISO 26000 ini setidaknya dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menerapkan CSR dengan baik. Hal yang menarik, bahwa ISO 26000 menegaskan tanggung jawab sosial (social responsibility/SR) tidak hanya berkaitan dengan perusahaan saja sebagaimana yang dikenal CSR selama ini. Tetapi, setiap organisasi yang memiliki dampak atas kebijakan-kebijakannya terutama terhadap lingkungan dan masyarakat, direkomendasikan untuk menjalankan CSR (Prastowo dan Huda, 2011:101).

Dari berbagai macam definisi di atas, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

2.3 Perkembangan *Corporate Social Responsibility*

Dunia usaha saat ini berkembang sangat pesat, dan semakin terasa pengaruhnya terhadap roda perekonomian masyarakat. Merekalah yang belakangan paling diharapkan peranannya terutama karena mereka dianggap paling mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan taraf hidup banyak orang serta mendorong kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat luas (Wibisono, 2007:95).

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat diikuti dengan berbagai peraturan yang harus ditaati oleh perusahaan salah satunya adalah CSR (Tanggung jawab sosial) yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya selama satu periode. CSR lambat laun telah menjadi tren di kalangan perusahaan, khususnya beberapa waktu belakangan ini. Kini perusahaan berbondong-bondong menerapkan CSR, baik itu dalam bentuk amal (*charity*) ataupun pemberdayaan (*empowerment*). Setidaknya bisa dilihat dari gencarnya publikasi terkait dengan implementasi CSR di media cetak maupun elektronik. Bahkan, implementasi CSR seolah-olah telah menjadi alat ukur bagi masyarakat terhadap suatu perusahaan (Prastowo dan Huda, 2011:27).

Lahirnya undang-undang perseroan terbatas yang ditetapkan oleh pemerintah memberikan gambaran bahwa adanya dukungan pemerintah dalam penerapan CSR. Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 74:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain dilihat dari segi dasar hukum pelaksanaannya, CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilah antara pelaksanaannya, CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar (misalnya, perusahaan berbentuk korporasi) dan pelaksanaan CSR oleh perusahaan kecil dan menengah (small-medium enterprise – SME). Selama ini, terdapat anggapan yang keliru bahwa pelaksanaan CSR hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar, padahal tidak hanya perusahaan besar yang dapat memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan melainkan perusahaan kecil dan menengah pun bisa memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Menurut pandangan The Business Roundtable, keberadaan perusahaan sangat bergantung kepada dukungan masyarakat secara luas. Perusahaan juga memperoleh berbagai keistimewaan perlakuan (*privileges*) seperti kewajiban terbatas (*limited liabilities*), umur kegiatan usaha yang tidak terbatas (*indefinite life*), dan perlakuan pajak khusus. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki tanggung

jawab terhadap masyarakat secara luas sebagai salah satu bagian dari konstituen, karena masyarakat dan para konstituen telah memungkinkan perusahaan memperoleh berbagai perlakuan istimewa tersebut. (Solihin, 2008:8).

2.4 Manfaat Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility*

Kotler dan Lee (2006) dalam (Solihin, 2008:131-144) menyebutkan enam kategori program CSR bagi perusahaan.

1. *Cause Promotions*. Dalam program ini perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu. *Benefit* yang diperoleh dari program ini adalah memperkuat *positioning* merek perusahaan, meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan, menciptakan kerja sama antar perusahaan (misalnya media), dan meningkatkan citra perusahaan.
2. *Cause Related Marketing*. Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilnya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. *Benefit* yang diperoleh dari program ini adalah dapat menarik pelanggan baru, dapat menjangkau relung pasar (*market niche*), dapat meningkatkan penjualan produk, dan dapat membangun identitas merek yang positif di mata pelanggan.

3. *Corporate Social Marketing*. Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Benefit* yang diperoleh dari program ini adalah menunjang positioning merek, menciptakan preference merek, mendorong peningkatan penjualan, menarik mitra yang dapat diandalkan serta memiliki kepedulian sangat besar untuk mengubah perilaku masyarakat, dan dapat memberikan dampak yang nyata terhadap perubahan sosial.
4. *Corporate Philanthropy*. Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. *Benefit* yang diperoleh dari program ini adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat masa depan perusahaan melalui penciptaan citra yang baik di mata publik, dan memberikan dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.
5. *Community Volunteering*. Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program. *Benefit* yang diperoleh dari program ini adalah membangun hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas,

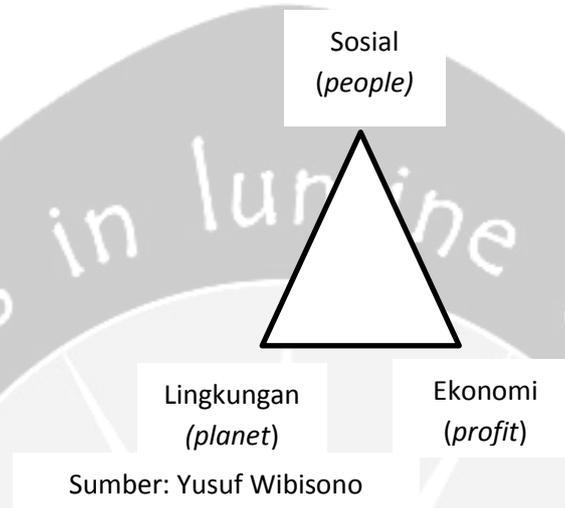
dapat memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan, meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

6. *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*. Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. *Benefit* yang diperoleh dari program ini adalah memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan hidup, serta meningkatkan kesadaran energi di antara para karyawan perusahaan, meningkatkan kesan baik komunitas terhadap perusahaan, menciptakan preferensi konsumen terhadap merek produk perusahaan, dapat menimbulkan citra yang sangat positif dari pemerintah selaku pembuat peraturan dan dapat meningkatkan kepuasan karyawan.

2.5 Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility*

John Elkington pada tahun 1997 dalam (Wibisono, 2007) melalui bukunya "*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan "3P". Selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif

dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segi tiga sebagai berikut:



Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Wibisono, 2007:33).

Hubungan yang ideal antara *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan) adalah seimbang, tidak bisa mementingkan satu elemen saja. Konsep 3P ini menurut Elkington dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal ini dapat dibenarkan, sebab jika suatu perusahaan hanya mengejar keuntungan semata, bisa jadi lingkungan yang rusak dan masyarakat yang terabaikan menjadi hambatan kelangsungan bisnisnya. Beberapa perusahaan bahkan menjadi terganggu aktivitasnya karena tidak mampu menjaga keseimbangan 3P ini. Jika muncul gangguan dari masyarakat maka yang rugi adalah bisnisnya sendiri (Prastowo dan Huda, 2011:27).

1. *Profit* (keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. *profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin (Wibisono, 2007: 33).

2. *People* (masyarakat pemangku kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat (Wibisono, 2007: 34).

3. *Planet* (lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan

sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Namun sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak adanya keuntungan langsung didalamnya. Maka, kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutam dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya (Wibisono, 2007:37).

Mendongkrak laba dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi memang penting, namun tak kalah pentingnya juga memperhatikan pelestarian lingkungan. Disinilah perlunya penerapan konsep *triple bottom line* atau 3BL, yakni *profit*, *people*, dan *planet*. Dengan kata lain, “jantung hati“ bisnis bukan hanya *profit* (laba) saja, tetapi juga *people* (manusia) dan jangan lupa, *planet* (lingkungan) (Wibisono, 2007:37).

2.6 Indikator Corporate Social Responsibility

Pengukuran CSRDI dihitung dengan Komponen *Corporate Social Responsibility* menurut Edy Rismanda Sembiring (2005) sebagai berikut :

1. Lingkungan

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

2. Energi

- 1) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
- 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
- 3) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
- 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
- 5) Peningkatan efisiensi energi dan produk.
- 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
- 7) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja

- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
- 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
- 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
- 4) Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
- 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
- 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
- 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
- 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.

4. Lain-lain Tentang Tenaga Kerja

- 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat.
- 2) Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita / orang cacat dalam tingkat managerial.

- 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan.
- 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
- 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
- 6) Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
- 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
- 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
- 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
- 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
- 11) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
- 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
- 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
- 14) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
- 15) Mengungkapkan disposisi staff dimana staff ditempatkan.
- 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
- 17) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
- 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
- 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.

- 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
- 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
- 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
- 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
- 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
- 25) Melaporkan gangguan dan aksitenaga kerja.
- 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
- 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum.
- 28) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
- 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.

5. Produk

- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
- 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
- 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
- 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
- 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
- 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.

- 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
- 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
- 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
- 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya, ISO 9000).

6. Keterlibatan Masyarakat

- 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni.
- 2) Tenaga kerja paruh waktu (*part-time employment*) dari mahasiswa/pelajar.
- 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
- 4) Membantu riset media.
- 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
- 6) Membiayai program beasiswa.
- 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
- 8) Mensponsori kampanye nasional.
- 9) Mendukung pengembangan industri lokal.

7. Umum

- 1) Pengungkapan tujuan. Kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
- 2) Informasi hubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut di atas.

2.7 Tujuan Perusahaan Melakukan *Corporate Social Responsibility*

Konsep CSR sangat berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Terjaminnya keberlangsungan perusahaan apabila perusahaan melakukan tanggung jawabnya tidak hanya terbatas kepada pemegang saham (*shareholders*) tetapi perusahaan juga wajib memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan yang menjadi tempat operasi perusahaan. Masyarakat akan memberikan tanggapan yang negatif kepada perusahaan yang di anggap tidak memperhatikan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan sekitarnya. Respon negatif dari masyarakat inilah yang akan mengancam keberlangsungan dari perusahaan (Candrayanthi dan Saputra, 2013).

Menurut Pasal 15 huruf (b) UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Sehingga dalam pengelolaan sumber daya manusia, kerusakan-kerusakan lingkungan yang timbul dapat diantisipasi dan ada biaya pemulihan lingkungan. Aturan tersebut merupakan

rambu-rambu sekaligus perintah undang-undang yang mengatur kewajiban untuk menjaga sinergi dengan lingkungan dan masyarakat sekitar. Undang-undang tersebut mengamanatkan pada perusahaan dan penanam modal untuk memperhatikan lingkungan masyarakat sekitar sebagai usaha bersama menciptakan harmoni antara korporasi dengan warga (Prastowo dan Huda, 2011: 41).

Menurut Chuck Williams (2001:123) dalam (Resturiany, 2011) menyebutkan bahwa: “Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan.

1. Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
2. Tanggung jawab legal. Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
3. Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya: *be ethical*.
4. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh

masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*".

Keempat poin CSR ini perlu dipahami sebagai satu kesatuan yang dapat diterapkan dalam perusahaan. Walaupun banyak yang menganggap bahwa laba yang harus diutamakan, karena laba merupakan cerminan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Namun, keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak bisa dilakukan tanpa adanya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan taat terhadap hukum yang berlaku. Sebaiknya, kegiatan untuk menghasilkan laba dikaitkan dengan pengembangan masyarakat sekitar dan pembangunan yang berkelanjutan, karena masyarakat memegang peranan penting dalam keberlangsungan bisnis perusahaan. CSR bukan lagi hanya sekedar, kegiatan untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan sejumlah dana, namun sudah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan untuk melaksanakan CSR yang diatur dalam undang-undang pada setiap tahunnya.

2.8 Pengertian Kinerja

Dalam kamus besar bahasa Indonesia dikatakan bahwa kinerja adalah (a) sesuatu yang dicapai, (b) prestasi yang diperlihatkan, (c) kemampuan kerja. Sedangkan, Schermerson, Hunt dan Osborn mengatakan kinerja adalah kuantitas dan kualitas pencapaian tugas-tugas, baik yang dilakukan individu, kelompok

maupun organisasi (Nawawi, 2006: 62). Suyadi Prawirosentono dalam (Nawawi, 2006) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi/perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika (Nawawi, 2006:66).

Kinerja (*performance*) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi, organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* suatu organisasi. Sedangkan pengukuran kinerja (*performance measurement*) adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, termasuk informasi atas efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa, kualitas barang dan jasa (seberapa baik barang dan jasa diserahkan kepada pelanggan dan sampai seberapa jauh pelanggan terpuaskan), hasil kegiatan dibandingkan dengan maksud yang diinginkan, dan efektivitas tindakan dalam mencapai tujuan. (Mahsun, 2006:26).

Sementara itu menurut Loham (2003) pengukuran kinerja merupakan suatu aktivitas penilaian pencapaian target-target tertentu yang diderivasi dari tujuan strategis organisasi. Whittaker (dalam BPKP, 2000) menjelaskan bahwa pengukuran kinerja merupakan suatu alat manajemen yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan akuntabilitas. (Mahsun, 2006:26).

2.9 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan pengakuan pendapatan dan pengaitan biaya menghasilkan angka laba yang lebih unggul dibandingkan arus kas untuk mengevaluasi kinerja keuangan. Pengakuan pendapatan memastikan bahwa semua pendapatan yang dihasilkan dalam suatu periode telah diakui. Pengaitan memastikan bahwa beban yang dicatat pada suatu periode hanya beban yang terkait dengan periode tersebut. (Subramanyam dan Wild, 2010:101). Kinerja keuangan juga merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas dan efisien suatu organisasi dalam rangka mencapai suatu tujuannya. Efektivitas apabila manajemen memiliki kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan efisiensi diartikan sebagai rasio perbandingan antara masukan dan keluaran yaitu dengan masukan tertentu memperoleh keluaran yang optimal (Resturiani, 2011).

Pengukuran kinerja merupakan analisis data serta pengendalian bagi perusahaan. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan diatas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Bagi investor informasi mengenai kinerja perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Selain itu pengukuran juga dilakukan untuk memperlihatkan kepada penanam modal maupun pelanggan atau masyarakat secara umum bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik (Munawir, 2008:53)

Rasio merupakan alat ukur yang digunakan perusahaan untuk menganalisis laporan keuangan. Rasio menggambarkan suatu hubungan atau pertimbangan antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain. Dengan menggunakan alat analisa berupa rasio keuangan dapat menjelaskan dan memberikan gambaran kepada penganalisa tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan dari suatu periode ke periode berikutnya.

Analisis rasio keuangan adalah proses penentuan operasi yang penting dan karakteristik keuangan dari sebuah perusahaan dari data akuntansi dan laporan keuangan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan efisiensi kinerja dari manajer perusahaan yang diwujudkan dalam catatan keuangan dan laporan keuangan. Dalam menggunakan analisis rasio keuangan pada dasarnya dapat melakukannya dengan dua macam perbandingan, yaitu: Pertama, membandingkan rasio sekarang (*present ratio*) dengan rasio-rasio dari waktu yang telah lalu (*histories ratio*) atau dengan rasio-rasio yang diperkirakan untuk waktu yang akan datang dari perusahaan yang sama. Kedua, membandingkan rasio-rasio dari suatu perusahaan dengan rasio-rasio sejenis dari perusahaan yang lain yang sejenis. (Kusumo, 2008).

2.10 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut (Munawir, 2010:31-33) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan:

1. Likuiditas, adalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau

kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih.

2. Solvabilitas, adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi, baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.
3. Rentabilitas atau profitabilitas, adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.
4. Stabilitas usaha, adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga dan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen secara teratur tanpa mengalami hambatan atau krisis keuangan.

2.11 Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja bukan tujuan akhir melainkan alat agar dihasilkan manajemen yang lebih efisien dan terjadi peningkatan kinerja. Hasil dari pengukuran kinerja akan membaritahukan apa yang telah terjadi, bukan mengapa hal itu terjadi atau apa yang harus dilakukan. Suatu organisasi harus menggunakan pengukuran kinerja secara efektif agar dapat mengidentifikasi strategi dan perubahan operasional apa yang dibutuhkan serta proses yang diperlukan dalam perubahan tersebut. Pengukuran kinerja menyediakan dasar bagi organisasi untuk menilai: (Mahsum, 2006:35).

1. Bagaimana kemajuan atas sasaran yang telah ditetapkan
2. Membantu dalam mengenali area-area kekuatan dan kelemahan
3. Menentukan tindakan yang tepat untuk meningkatkan kinerja
4. Menunjukkan bagaimana kegiatan mendukung tujuan organisasi
5. Membantu dalam membuat keputusan-keputusan dengan langkah inisiatif
6. Mengutamakan alokasi sumber daya
7. Meningkatkan produk-produk dan jasa-jasa kepada pelanggan

Pengukuran kinerja keuangan dilakukan melalui rasio-rasio keuangan (*financial ratio*). Rasio-rasio tersebut merupakan cara untuk membandingkan dan menyelidiki hubungan yang ada di antara berbagai informasi keuangan. Penggunaan rasio akan menghilangkan masalah ukuran karena ukuran akan secara efektif terbagi, yang akhirnya didapatkan adalah presentase, kelipatan, atau periode waktu (Ross, Westerfield, Jordan, 2009:78). Mengukur kinerja keuangan dilakukan melalui rasio keuangan yang berasal dari laporan keuangan. Beberapa rasio memiliki aplikasi umum dalam analisis keuangan, sementara yang lainnya bersifat unik untuk situasi atau industri yang spesifik, ada tiga area penting analisis laporan keuangan: Analisis Kredit (Resiko), Analisis Profitabilitas, dan Analisis Valuasi (Subramanyam dan Wild, 2010:43).

Laporan keuangan mengungkapkan bagaimana perusahaan memperoleh sumber dayanya (pendanaan), di mana dan bagaimana sumber daya tersebut digunakan (investasi), dan seberapa efektif penggunaan sumber daya tersebut (profitabilitas operasi) (Subramanyam dan Wild, 2010:7). Laporan keuangan bersifat historis, menyeluruh dan merupakan suatu progress report, yang

merupakan hasil kombinasi antara fakta yang tercatat, prinsip-prinsip dan anggapan serta konvensi atau kebiasaan-kebiasaan dalam akuntansi, dan (*personal judgement*) pendapat pribadi. (Munawir, 2008:19). Analisis laporan keuangan merupakan bagian tidak terpisahkan dan bagian penting dari analisis bisnis yang lebih luas. Analisis bisnis (*business analysis*) merupakan proses evaluasi prospek ekonomi dan resiko perusahaan. Hal tersebut meliputi analisis atas lingkungan bisnis perusahaan, strateginya, serta posisi keuangan dan kinerjanya. Analisis laporan keuangan (*financial statement analysis*) adalah aplikasi dari alat dan teknik analitis untuk laporan keuangan bertujuan umum dan data-data yang berkaitan untuk menghasilkan estimasi dan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis (Subramanyam dan Wid, 2010:3). Untuk mengukur kinerja keuangan dalam penelitian ini di gunakan analisis profitabilitas (ROA, ROE, PM), *Tobin's Q*, *Earning Per Share* (EPS), dan *Economic Value Added* (EVA). Analisis profitabilitas (*profitability analysis*) merupakan evaluasi atas tingkat pengembalian investasi perusahaan. Analisis ini berfokus pada sumber daya perusahaan dan tingkat profitabilitasnya, dan melibatkan identifikasi dan pengukuran dampak berbagai pemicu profitabilitas. Analisis ini juga mencakup evaluasi atas dua sumber utama profitabilitas-margin (bagian dari penjualan yang tidak tertutup oleh biaya) dan perputaran (penggunaan modal). Analisis profitabilitas juga berfokus pada penyebab perubahan profitabilitas dan daya tahan laba (Subramanyam dan Wild, 2010:16). Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini yaitu, *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Profit Margin* (PM). Tiga ukuran ini merupakan ukuran yang

paling dikenal dan paling luas penggunaannya di antara semua rasio-rasio keuangan yang lain. Dalam setiap bentuknya, rasio ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa efisien sebuah perusahaan telah menggunakan aset dan mengelola operasinya (Ross, Westerfield, Jordan, 2009:89). *Tobin's Q*, rasio ini lebih unggul atas rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini menitikberatkan pada nilai perusahaan saai ini relatif terhadap biaya untuk menggantikan nilai perusahaan tersebut. Perusahaan dengan *Tobin's Q* yang tinggi cenderung memiliki peluang investasi yang menarik atau keunggulan bersaing yang signifikan (atau keduanya). Sebaliknya, rasio nilai pasar terhadap nilai buku menitikberatkan pada harga perolehan, yang kurang relevan (Ross *et al*, 2015:75). *Earning Per Share* (EPS) sangat banyak digunakan dalam mengevaluasi kinerja operasi dan profitabilitas perusahaan. Fitur utama dalam perhitungan EPS adalah pengakuan dampak dilusi potensial. Dilusi merupakan pengurang EPS (atau peningkatan kerugian EPS) yang berasal dari efek dilutif yang dikonversi menjadi EPS, eksekusi opsi dan waran, atau pengeluaran saham tambahan sesuai dengan kontrak tertentu. Karena dampak merugikan ini dapat sangat besar, penghitungan EPS memerlukan perhatian atas kemungkinan dampak dilusi struktur modal suatu perusahaan. Struktur modal yang kompleks harus melaporkan angka EPS dasar dan dilusi sedangkan struktur modal yang sederhana hanya terdiri atas saham biasa dan efek yang tidak dapat dikonversi dan tidak memiliki efek dilusi yang potesial (Subramanyam dan Wid, 2010:58). EVA memfokuskan pada efektivitas manajerial dalam satu tahun tertentu. EVA adalah suatu estimasi laba ekonomis yang sesungguhnya dari perusahaan dalam tahun

berjalan. EVA menunjukkan sisa laba setelah semua biaya modal, termasuk modal ekuitas, dikurangkan, sedangkan laba akuntansi ditentukan tanpa memperhitungkan modal ekuitas. EVA mengukur profitabilitas operasi yang sesungguhnya. Biaya modal hutang (beban bunga) dikurangkan ketika menghitung laba bersih, tetapi biaya ini tidak dikurangkan pada saat menghitung biaya modal ekuitas. Oleh karena itu secara ekonomis, laba bersih ditetapkan terlalu tinggi dibandingkan laba yang sesungguhnya. Jadi EVA menyelesaikan masalah akuntansi konvensional. EVA dihitung dengan mengurangi laba operasi setelah pajak dengan biaya tahunan dari semua modal yang digunakan perusahaan (Brigham dan Houston, 2001:51-52).

2.12 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Amiri dan Amini (2015) dengan judul penelitian *The Effect of Social Responsibility on Financial Performance of Companies*, pada perusahaan non-financial (manufaktur) yang terdaftar di Bursa Efek Teheran dari tahun 2002 sampai akhir 2011, hasil penelitiannya menunjukkan hubungan yang signifikan antara CSR dan *Return on Assets, Return on Equity, Real Stock Returns* dan tidak ada hubungan yang signifikan antara CSR dan *Tobin's Q, Market Value of Equity, Economic Value added, Cost of Equity*.

2. Penelitian yang dilakukan Kamatra dan Kartikaningdyah (2015) dengan judul penelitian *Effect Corporate Social Responsibility on Financial Performance*, pada perusahaan pertambangan dan industri kimia dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2012, hasil penelitiannya menunjukkan CSR berpengaruh signifikan terhadap *Return on assets* dan *Net profit margin* dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* dan *Earning Per Share*.
3. Penelitian yang dilakukan Bahy (2015) dengan judul penelitian *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*, Studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009 – 2013, hasil penelitiannya menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Profit Margin*.

2.13 Perumusan Hipotesis

Menurut (Mudrajad Kuncoro, 2009:59) hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Berdasarkan latar belakang, landasan teori, dan penelitian terdahulu, penelitian ini akan menguji apakah pengaruh pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.

2.13.1 Apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan bukan untuk mengejar keuntungan (*profit*) semata, tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga kelestarian lingkungan (*planet*), sehingga perusahaan dapat memberikan sebagian keuntungannya secara suka rela untuk kepentingan sosial. Kinerja keuangan perusahaan mencerminkan baik buruknya perusahaan dalam mengelola sumber dayanya, selama satu periode tertentu yang dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Kinerja keuangan dapat diukur dengan rasio-rasio keuangan yang digunakan sebagai alat analisis. CSR sebagai variabel independen dengan pemikiran bahwa pengungkapan CSR perusahaan tiap tahunnya akan memberikan dampak positif pada penjualan produk perusahaan yang dapat berdampak kepada peningkatan kinerja dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Hipotesis: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur.

Melalui hipotesis di atas maka kerangka pemikiran untuk penelitian ini adalah:



Gambar 2.13

Kerangka Pemikiran

