

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN**  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi  
yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)

**SKRIPSI**



Oleh

**RIZHIKA VELAJANI SANTOSO**

**NIM : 13520052**

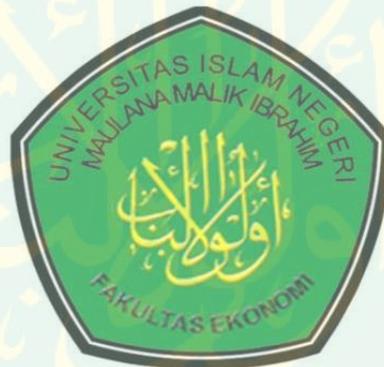
**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2017**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN**  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi  
yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi Salah satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**RIZHIKA VELAJANI SANTOSO**

**NIM : 13520052**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP KINERJA KEUANGAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi  
yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)**

Oleh

**RIZHIKA VELAJANI SANTOSO**  
NIM : 13520052

Telah disetujui pada tanggal 18 April 2017

Dosen Pembimbing,



**Hj. Nina Dwi Setyaningsih, S.E., MSA**  
NIPT. 19751030 20160801 2 048

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,



**Hj. Nanik Wanyuni, SE., M.Si., Ak., CA**  
NIP. 19720322 200801 2 005

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi  
yang Teraftar di BEI Tahun 2011-2015)  
SKRIPSI

Oleh

RIZHIKA VELAJANI SANTOSO  
NIM : 13520052Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
pada 18 April 2017

## Susunan Dewan Penguji

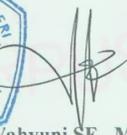
1. Ketua  
Nawirah, SE., MSA., Ak., CA

## Tanda Tangan

: (  )2. Dewan Pembimbing/Sekretaris  
Hj. Nina Dwi Setvaningsih, SE., MSA  
NIPT 19751030 20160801 2 048: (  )3. Penguji Utama  
Hj. Nanik Wahyuni SE., MSi., Ak., CA  
NIP. 19720322 200801 2 005: (  )

Disahkan Oleh :

Ketua Jurusan,

  
Hj. Nanik Wahyuni SE., MSi., Ak., CA  
NIP. 19720322 200801 2 005

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizhika Velajani Santoso  
NIM : 13520052  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi,

menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 18 April 2017

Hormat saya,



Rizhika Velajani Santoso  
NIM : 13520052

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Allah, Allah, Allah,,, puji syukur yang sangat besar hamba pada-Mu karena rahmat-Mu yang telah Engkau berikan pada hamba. Segala rintangan yang selalu dimudahkan oleh rahmat-Mu. Dan Sholawat serta salam pada Nabi Allah, Nabi Muhammad SAW yang selalu memikirkan dan menuntun umat islam.

Terima kasih pada Mamah, Papah, Nenek, Kakek, Vijri, Salwa dan seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya dari segi materi hingga do'a yang menyertai saya. Terutama aa berterimakasih kepada Mamah, Papah atas kebaikan kasih sayang yang tidak akan pernah terbalaskan. Aa sangat amat bersyukur telah dibimbing dari kecil hingga saat ini.

Terima kasih pada Bu Nina, yang selalu membimbing saya selama proses penyusunan Skripsi dengan penuh perhatian .

Terima kasih Neng yang selalu memberikan masukan-masukan, masehat-nasehat, dan perhatian kasih sayang yang selalu diberikan sebagai pengganti Mamah dan Papah ketika mereka jauh dari aa. Semoga apa yang aa dan neng cita-citakan dapat tercapai.

Tak lupa kepada teman – teman kontrakan gebleh, ojan, ridlo, ainur, dedeng, pa'i, ainun yang selalu memberikan canda dan tawa, yang selalu saling mengingatkan.

Dan Terima Kasih pada teman-teman seperjuangan JURAKSI 2013, semoga urusan kita dipermudah, dilancarkan dan semoga kita menjadi orang yang SUKSES dunia dan akherat.

## MOTTO

“ORANG YANG PINTAR AKAN KALAH DENGAN ORANG YANG  
BERUNTUNG”

“CARILAH KEBERUNTUNGANMU DENGAN MENCARI RAHMAT ALLAH  
SWT”

“DAN TERUSLAH BERUSAHA AGAR KEBERUNTUNGANMU TAK SIA-  
SIA”.



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Profesionalisme Auditor, Etika Profesi, dan Pengalaman Audit Terhadap Pertimbangan Tingkat Materialitas dalam Proses Audit di KAP Wilayah Kota Malang”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nina Dwi Setyaningsih.,SE.,MSA, selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Mama, Papa, Vijri, Salwa, Nenek, Kakek dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual.
7. Neng yang telah memberikan motivasi, doa, dukungan, dan waktunya dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Iyuk, Mamake, Nopia, Abang yang telah memberikan semangat, dukungan, dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta teman-teman Akuntansi 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

9. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal Alamin...

Malang, 18 April 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL DEPAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL DALAM .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab) .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Mafaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Pustaka .....	14
2.2.1 <i>Grand Theory</i> .....	14
2.2.1.1 Teori Legitimasi.....	14
2.2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i> .....	15
2.2.1.3 Teori Kontak Sosial .....	16
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	17
2.2.3 Komponen-Komponen ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	20
2.2.4 Pengungkapan ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) .....	21
2.2.5 Dasar Hukum ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).....	25
2.2.6 Kinerja Keuangan.....	26

2.2.6.1 ROA ( <i>Retrun On Asset</i> ) .....	27
2.2.6.2 ROE ( <i>Retrun Of Equity</i> ) .....	28
2.2.6.3 EVA ( <i>Economic Value Adedd</i> ) .....	29
2.2.6.4 MVA ( <i>Market Value Adedd</i> ) .....	31
2.2.7 Integrasi Keislaman <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	32
2.3 Kerangka Konseptual .....	39
2.4 Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	43
3.2 Lokasi Penelitian .....	43
3.3 Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1 Populasi .....	43
3.3.2 Sampel .....	44
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	44
3.5 Data dan Jenis Data .....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.7.1 Variabel Independen .....	46
3.7.2 Variabel Dependen .....	47
3.7.2.1 ROA ( <i>Retrun Of Asset</i> ) .....	48
3.7.2.2 ROE ( <i>Retrun On Equity</i> ) .....	48
3.7.2.3 EVA ( <i>Economic Value Adedd</i> ) .....	49
3.7.2.4 MVA ( <i>Market Value Adedd</i> ) .....	50
3.8 Analisa Data .....	51
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabelitas .....	51
3.8.2 Analisis Regresi .....	51
3.8.3 Uji Hipotesis .....	52
3.8.3.1 Uji F (Uji Simultan) .....	52
3.8.3.2 Uji t (Uji Parsial) .....	52

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.2 Analisa Data .....	83
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabelitas .....	83
4.2.2 Uji Hipotesis.....	86
4.2.2.1 Pengungkapan CSR Terhadap ROA.....	88
4.2.2.2 Pengungkapan CSR Terhadap ROE .....	88
4.2.2.3 Pengungkapan CSR Terhadap EVA .....	89
4.2.2.4 Pengungkapan CSR Terhadap MVA.....	89
4.3 Pembahasan.....	91
4.3.1 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap ROA ....	93
4.3.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap ROE.....	94
4.3.3 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap EVA.....	95
4.3.4 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap MVA ...	96
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 4.1 Sampel Perusahaan Manufaktur Konsumsi di BEI.....	53
Tabel 4.2 Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi.....	54
Tabel 4.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT.Bantoel Internasional Investa.....	55
Tabel 4.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Gudang Garam Indonesia.....	57
Tabel 4.5 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Indofarma .....	61
Tabel 4.6 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Indofood .....	64
Tabel 4.7 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Indofood CBP .....	69
Tabel 4.8 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Kimia Farma .....	67
Tabel 4.9 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Mandom Indonesia.....	69
Tabel 4.10 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Martina Berto .....	72
Tabel 4.11 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Nippon Indosari .....	74
Tabel 4.12 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Prasadha Aneka Niaga.....	75
Tabel 4.13 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Pyridam Farma.....	78
Tabel 4.14 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Tempo Scan Pasific.....	80
Tabel 4.15 <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Unilever.....	82
Tabel 4.16 Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel CSR.....	84
Tabel 4.17 Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel ROA .....	84
Tabel 4.18 Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel ROE.....	85
Tabel 4.19 Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel EVA .....	85
Tabel 4.20 Uji Validitas dan Reliabelitas Variabel MVA .....	86
Tabel 4.21 Pengungkapan CSR Terhadap ROA .....	86
Tabel 4.22 Uji Simultan .....	87
Tabel 4.23 Uji Parsial Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap ROA	87
Tabel 4.24 Pengungkapan CSR Terhadap ROE .....	88

Tabel 4.25 Uji Simultan .....	88
Tabel 4.26 Uji Parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap ROE .....	89
Tabel 4.27 Pengungkapan CSR Terhadap EVA .....	89
Tabel 4.28 Uji Simultan .....	90
Tabel 4.29 Uji Parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap EVA .....	90
Tabel 4.30 Pengungkapan CSR Terhadap MVA .....	91
Tabel 4.31 Uji Simultan .....	92
Tabel 4.32 Uji Parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap EVA .....	92



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 2.1 Klasifikasi <i>Stakeholders</i> Perusahaan .....	16
Tabel 2.3 Kerangka Konseptual .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tabulasi ROA Perusahaan
- Lampiran 2 Tabulasi ROE Perusahaan
- Lampiran 3 Tabulasi EVA Perusahaan
- Lampiran 4 Tabulasi MVA Perusahaan



## ABSTRAK

Rizhika Velajani Santoso, 2017, SKRIPSI. Judul: “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2015.”

Pembimbing : Hj.Nina Dwi Setyaningsih.,S.E.,MSA

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Return On Equity, Economic Value Added, dan Market Value Added.*

---

Pada saat ini telah banyak perusahaan yang lebih memperhatikan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* untuk mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat. Telah banyak penelitian terdahulu mengenai CSR terhadap kinerja keuangan yang menggunakan proksi kinerja keuangan yang berbeda antar peneliti seperti ROA, ROE, EVA, dan MVA. Sehingga di penelitian ini, akan meneliti CSR terhadap keempat proksi tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2015. Sampel penelitian terdiri dari 13 perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jumlah pengamatan sebesar 37 dengan tehnik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan.

Dalam penelitian ini variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur menggunakan variabel GRI-G4, dan kinerja keuangan di ukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), EVA (*Economic Value Added*), dan *Market Value Added* (MVA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

## ABSTRACT

Rizhika Velajani Santoso, 2017, SKRIPSI. Judul: “*Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) against the financial performance (Empirical Studies on the consumption of Industrial manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange (idx) of the year 2011-2015.*”

Pembimbing : Hj.Nina Dwi Setyaningsih.,S.E.,MSA

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Return On Equity, Economic Value Added, dan Market Value Added.*

---

*Currently has many companies pay more attention to social responsiveness or corporate social responsibility to get a good in the citizens. There have been many previous research about CSR against the financial performance that uses a proxy the financial performance of a different, the proxy is, ROA, ROE, EVA and MVA. So in this research will examine the CSR toward the four proxy.*

*The purpose of this research is to observe the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure to the financial performance for the consumption industries manufacturing companies which are listed in Indonesia stock exchange (IDX) in period of 2011-2015. The research samples consist of 13 consumption industries manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange by observing 37 companies and then selected by using purposive sampling. The audit of financial report and annual report are obtained from the Indo-Exchange File (IDX). The hypothesis test in this research is using simple regression analysis to test the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure to the financial performance.*

*In this research Corporate Social Responsibility (CSR) is measured by using GRI-G4 and the financial performance is measured by using Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), EVA (Economic Value Added), dan MVA (Market Value Added). The research result with the simple regression shows that Corporate Social Responsibility (CSR) has no influence to the financial performance.*

## الملخص

ريز يكا فلاخاني سانتوسو، 2017، البحث الجامعي. العنوان: "الأفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) علي الأداء المالية (دراسة علي الشركة للصناعات الاستهلاكية المدرجة في بورصة اندونيسيا (BEI) السنة 2011-2015".

المشرف: نينا دوي ستيا نينغسيه الما جستير  
كلمات البحث: المسؤولية الاجتماعية للشركات، العائد علي الاصول، العائد علي الاسهم، القيمة الاقتصادية المضافة، وقيمة السوق المضافة

في هذا الوقت كان عديدا من الشركات التي تهتم المزيد بالمسؤولية الاجتماعية للمجتمع كل شركات يتنافس للحصول علي صورة جيدة في نظر الجمهور، ولكن عندما صورة الشركة او المسؤولية الاجتماعية للشركات من اجل اصلاح، فالاداء المالية للشركة ليست بالضرورة افضلز لقد بحث الباحثون السابقون كثيرا البحوث حول CSR علي الاداء المالية البحث الواحد مع الاخر لها نختلفة. الفرق منها هو الوكيل للاداء المالية المستخدم. هناك من استخدام ROA، ROE، EVA، MVA حتي في هذا البحث، سيبحث عن CSR علي الاداء المالية (دراسة ميدانية علي الشركة للصناعات الاستهلاكية المدرجة في بورصة اندونيسيا (BEI) السنة 2011-2015".

وكان الغرض من هذا البحث عن الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) الي الاداء المالية للاستهلاك الصناعية علي الشركة للصناعات الاستهلاكية المدرجة في بورصة اندونيسيا (BEI) السنة 2011-2015. كان الغرض من هذا البحث للبحث عن الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) الي الاداء المالية للاستهلاك الصناعية علي الشركة للصناعات الاستهلاكية المدرجة في بورصة اندونيسيا (BEI) السنة 2011-2015. وتكونت عينة البحث من 13 شركة للصناعات الاستهلاكية المدرجة في بورصة اندونيسيا (BEI) مع عدد الملاحظات بنسبة 37 مع تقنية احد العينات الهادفة. تدقيق بيانات القوائم المالية والتقارير السنوية المحسولة عليها من ملف بورصة اندونيسيا (IDX). اختبار الفرضية في هذا البحث باستخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار تأثير الافصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) علي الاداء المالية.

في هذا البحث المتغيرات من المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) تقاس باستخدام متغير 4G-GRI، وقياس الاداء المالية باستخدام العائد علي الاصول (ROA)، العائد علي الاسهم (ROE)، EVA (القيمة الاقتصادية المضافة) و MVA (قيمة السوق المضافة) و تشير النتائج الي ان المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ليس لها تأثير علي الاداء المالية.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kinerja perusahaan adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangannya, pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba.

Sudah menjadi tujuan utama dari suatu perusahaan dalam meningkatkan profitnya. Profitabilitas merupakan suatu indikator yang dapat menilai sejauh mana keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Salah satu cara dalam mengukur profitabilitas perusahaan adalah dengan menggunakan metode ROA dan ROE. ROA merupakan cara pengukuran untuk mengetahui perolehan laba dengan menggunakan total aset yang ada. Sedangkan ROE merupakan cara pengukuran untuk mengetahui perolehan laba dengan menggunakan total saham yang ada.

Selain itu, perusahaan juga dapat mengetahui kinerjanya melalui pengukuran nilai tambah investasi yang dapat diukur dengan EVA dan MVA. Pengukuran nilai tambah investasi ini berguna bagi perusahaan untuk mengukur kinerja investasi suatu perusahaan dan sekaligus memperhatikan kepentingan dan

harapan penyandang dana kreditur dan pemegang saham (Nurloli, 2012). Ada yang harus diperhatikan oleh perusahaan selain menghasilkan laba dan nilai tambah perusahaan, perusahaan juga seharusnya peduli terhadap masyarakat dan lingkungan.

Sekitar 50 tahun yang lalu, H.R. Brown berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Solihin 2008). Kewajiban atau tanggung jawab sosial dari perusahaan bersandar kepada keselarasan (*objectivities*) dan nilai-nilai (*values*) dari suatu masyarakat. Kedua hal tersebut merupakan dua premis tanggung jawab sosial, premis yang pertama, perusahaan bisa terwujud dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan dari masyarakat. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai masyarakat. Kedua, yang mendasari tanggung jawab sosial adalah bahwa pelaku bisnis bertindak sebagai agen moral (*moral agent*) dalam suatu masyarakat. Maka agar terjadinya suatu keselarasan antara nilai yang dimiliki perusahaan dan nilai yang dimiliki oleh masyarakat, perusahaan harus berperilaku sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. Premis kedua ini memuat dimensi etika dari tanggung jawab sosial.

Terdapat tiga tanggung jawab suatu perusahaan yaitu, *economic responsibility*, *legal responsibility*, *social responsibility*. Semua tanggung jawab ini harus dilaksanakan secara seimbang, jika hanya terfokus pada salah satu dari tiga tersebut menyebabkan perusahaan berjalan tidak normal. Perusahaan haruslah berperilaku seperti nilai-nilai masyarakat agar bisa menjalin keselarasan.

Pernyataan tersebut berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan yang ketiga yaitu *social responsibility*. Sudah banyak perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial ini ditunjukkan dengan adanya program-program seperti: peduli bencana alam, tanam pohon bersama, pembangunan fasilitas publik, pengolahan limbah, dan program-program lainnya. Pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* ini kemungkinan akan berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Hal ini didasari bahwa ketika perusahaan menunjukkan kepedulian sosial terhadap masyarakat, maka perusahaan akan mendapatkan respon positif dari masyarakat.

Konsep CSR berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Menurut konsep CSR, sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata dan keuntungan melainkan juga berdasarkan konskuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Ditunjukkan dengan Hasil Survey “*The Millenium Poll on CSR*” yang dilakukan oleh *Environics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince Of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan 60% menyatakan bahwa etika bisnis, praktek terhadap karyawan, dampak lingkungan, *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sangat mempengaruhi kesan konsumen, sedangkan 40% adalah citra dari perusahaan dan *brand image* yang paling mempengaruhi kesan konsumen. Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa faktor lingkungan dan faktor sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dari faktor-faktor

yang justru berkaitan erat dengan perusahaan dalam hal ini citra dari perusahaan dan *brand image* (Kurnianto, 2011). Setelah diketahui bahwa CSR dan citra perusahaan berpengaruh pada kesan masyarakat dapat diindikasikan masyarakat akan mempunyai respon positif terhadap perusahaan jika suatu perusahaan juga memberikan sumbangsih positif mengenai CSR dan citra perusahaan. Dengan adanya respon positif dari masyarakat, diharapkan kinerja keuangan akan meningkat.

Para peneliti terdahulu telah melakukan beberapa penelitian tentang hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan proksi yang berbeda-beda. Kurmianto (2011) mendapatkan hasil penelitian pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap *Return On Equity*. Sari dan Suaryana (2013) menggunakan *Return On Assets* (ROA) dalam menilai kinerja keuangan perusahaan menyatakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, akan tetapi Mustafa dan Handayani (2014) mendapatkan hasil Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara positif terhadap *Return On Assets* (ROA) .

Penelitian Ruthinaya (2014) menyatakan penggunaan analisis rasio keuangan memiliki kelemahan antara lain: (1) Rasio keuangan tidak disesuaikan dengan perubahan tingkat harga. (2) Rasio keuangan sulit digunakan sebagai pembanding antara perusahaan sejenis, jika terdapat perbedaan metode akuntansinya. (3) Rasio keuangan hanya menggambarkan keadaan sesaat, yaitu pada tanggal laporan keuangan dan periode pelaporan keuangan (Munawir,

2002:110). Ruthinaya menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dalam menilai kinerja keuangan perusahaan karena *Economic Value Added* (EVA) dapat dengan mudah menunjukkan bahwa konsep tersebut merupakan ukuran praktis, mudah dihitung, dan mudah digunakan. Sehingga menjadi salah satu pertimbangan dalam mempercepat pengambilan keputusan bisnis. Hasil dari penelitian Ruthinaya menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Economic Value Added* (EVA) digunakan untuk mengukur nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dengan memperhatikan biaya modal yang meningkat.

Bertolak belakang dengan hasil penelitian Hidayansah (2015), dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Properti di Bursa Efek Indonesia yang mendapatkan hasil bahwa proksi *Economic Value Added* (EVA) tidak valid jika menjadi indikator kinerja keuangan. Sama halnya dengan penelitian Dwijayanti, Wirakusuma, dan Suardikha (2013) dengan judul Pengaruh Tingkat Pengungkapan CSR pada Hubungan antara Kinerja Keuangan dan *Return Saham* mendapatkan hasil bahwa Pengungkapan CSR tidak terbukti berpengaruh pada hubungan kinerja keuangan (ROA dan EVA) dan *return* saham.

Adanya perbedaan pendapat antara peneliti di atas maka penelitian ini sebagai penelitian konfirmasi yang akan menguji kembali variabel ROA ROE sebagai indikator dari pengukuran laba dan EVA MVA sebagai indikator dari pengukuran nilai tambah. Peneliti memilih perusahaan manufaktur industri

konsumsi dengan alasan perusahaan bergerak dibidang yang sama yaitu manufaktur konsumsi dengan tingkat strata perolehan labanya hampir sama sehingga tingkat kinerja antar perusahaan dapat dibandingkan. Berdasarkan teori dan kasus yang dijelaskan di atas peneliti mengambil judul “**Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas maka dapat ditarik rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu : “Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA, ROE, EVA dan MVA ?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari peneliitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA, ROE, EVA dan MVA.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu :

### **1) Manfaat Teoritis**

Dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama kajian akuntansi keuangan mengenai *Corporate Social Responsibility* dan konsekuensinya terhadap kinerja keuangan yang dilaporkan.

## 2) Manfaat Praktisi

Dapat memberikan masukan kepada para pemakai laporan keuangan dan praktisi penyelenggara perusahaan dalam memahami *Corporate Social Responsibility* serta pengaruhnya terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat meningkatkan nilai dan pertumbuhan perusahaan bagi penyelenggara perusahaan dan dapat membantu proses pengambilan keputusan bagi pemakai laporan keuangan.

### 1.5 Batasan penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mencari pengaruh atau hubungan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kinerja keuangan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) dihitung menggunakan proksi GRI G4, sedangkan kinerja keuangan menggunakan proksi pengukuran profitabilitas (ROA dan ROE) dan pengukuran nilai tambah investasi (EVA dan MVA). Penelitian ini dibatasi hanya pada perusahaan Industri Konsumsi yang terdaftar di BEI dengan laporan tahunan tahun 2011-2015.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan sebagai berikut Kurnianto (2011), dengan judul Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008) mendapatkan hasil penelitian bahwa Pengungkapan aktivitas CSR (*CSR disclosure*) berpengaruh positif terhadap ROE dan Pengungkapan aktivitas CSR (*CSR disclosure*) berpengaruh positif terhadap *abnormal return* karena baik menggunakan model regresi I & II, menunjukkan bahwa *CSR disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai ROEt+1 dan *Return* realisasi.

Sari dan Suaryana (2013) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator mendapatkan hasil bahwa hasil pengujian secara parsial membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROE). Dengan melakukan pengungkapan CSR, maka konsumen pun akan memberikan reaksi yang positif terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri.

Novian dan Novita (2013) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Market Value Added* yang mendapatkan hasil bahwa Tanggung Jawab Sosial atau CSR menunjukkan hubungan yang positif terhadap

MVA. Hal ini berarti disaat nilai CSR meningkat, maka MVA mengalami kenaikan pula. Saat perusahaan mengungkapkan CSR, perusahaan bukan hanya menjalin hubungan yang baik dengan pemegang sahamnya, tetapi juga kepada pemegang kepentingan yang lain termasuk masyarakat dan lingkungannya.

Rosiliana, Yuniarta dan Darmawan (2014) dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur mendapatkan hasil bahwa pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada *Return On Assets* (ROA). Penerapan *Corporate Social Responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana investor cenderung menanamkan modal pada perusahaan yang melakukan aktivitas CSR. Karena bagi investor, perusahaan yang melakukan aktivitas CSR berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan yang tidak, sehingga kedepannya perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja keuangannya.

Ruthinaya (2014) dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Lq45 Periode 2007-2011 mendapatkan hasil bahwa Kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. EVA digunakan untuk mengukur nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dengan memperhatikan biaya modal yang meningkat.

Mustafa dan Handayani (2014) dengan judul pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur

mendapatkan hasil bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Return On Assets* pada tingkat signifikan 5%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Sindhudipta dan Yasa (2012) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan (ROA) perusahaan tidak mampu memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Ini disebabkan pengaruh langsung CSR terhadap nilai perusahaan lebih besar daripada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja keuangan (ROA) perusahaan.

Hidayansyah (2015) dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Properti di Bursa Efek Indonesia mendapatkan hasil bahwa jika indikator yang valid sebagai alat ukur konstruk CSR pada sektor properti adalah indikator lingkungan, Hak Asasi Manusia (HAM) dan masyarakat, sedangkan indikator ekonomi dan sosial tidak valid. Indikator kinerja keuangan yang valid sebagai alat ukur konstruk hanya MVA, sedangkan NPM, PER, *quick ratio* dan EVA, tidak valid sebagai alat ukur konstruk. Sedangkan *return saham* valid sebagai alat ukur konstruk harga saham. Dari hasil pengujian hipotesis terlihat CSR berpengaruh nyata terhadap CFP namun berhubungan negatif, pengungkapan CSR tidak berpengaruh nyata terhadap harga saham dan CFP tidak berpengaruh nyata terhadap harga saham.

**Tabel 2.1.**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kurnianto (2011), Pengaruh CSR terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008)	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan (ROE)	Analisis Kuantitatif, Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis	Pengungkapan aktivitas CSR ( <i>CSR disclosure</i> ) berpengaruh positif terhadap ROE dan <i>return</i> karena baik menggunakan model regresi I & II, menunjukkan bahwa <i>CSR disclosure</i> tidak berpengaruh terhadap nilai ROEt+1 dan Return realisasi
2	Sari & Suaryana (2013) Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Kinerja Keuangan, & Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Keuangan (ROE) dan Kepemilikan Asing	Uji Regresi Linier Berganda Analisis Kuantitatif, Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis	Hasil pengujian secara parsial membuktikan hipotesis pertama bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksi oleh ROE.
3	Novian dan Novita (2013) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Market Value Added</i>	CSR dan MVA	Analisis Kuantitatif, Uji Statistik	Tanggung jawab sosial atau CSR menunjukkan hubungan yang positif terhadap MVA.

**Penelitian Terdahulu (Lanjutan)**

No	Nama Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Rosiliana, Yuniarta dan Darmawan (2014) pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur	CSR, ROA, ROE, dan ROS	Analisis Kuantitatif, Uji Statistik	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh pada <i>Return on assets</i> (ROA).
5	Ruthinaya (2014) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Periode 2007-2011	CSR dan EVA	Uji Regresi Linier Berganda Analisis Kuantitatif, Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis	Kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode <i>Economic Value Added</i> (EVA) berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. EVA digunakan untuk mengukur nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dengan memperhatikan biaya modal yang meningkat
6	Mustafa dan Handayani (2014) <i>Corporate Social</i>	CSR, ROA, ROE, OPM dan NPM	Analisis hubungan kausal	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh secara positif terhadap <i>Return On Asstes</i>

### Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

	<i>Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur			pada tingkat signifikan 5%. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Operating Profit Margin</i> (OPM). <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Net Profit Margin</i> (NPM).
7	Hidayansyah (2015) dengan judul Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Dan Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Properti Di Bursa Efek Indonesia	<i>Corporate Social Responsibility</i> , Kinerja Keuangan dan Harga Saham	SEM	Indikator yang valid sebagai alat ukur konstruk CSR pada sektor properti adalah indikator lingkungan, Hak Asasi Manusia (HAM) dan masyarakat, sedangkan indikator ekonomi dan sosial tidak valid. Indikator kinerja keuangan yang valid sebagai alat ukur konstruk hanya MVA, sedangkan NPM, PER, quick ratio dan EVA, tidak valid sebagai alat ukur konstruk.

Sumber Tabel : diolah oleh peneliti

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan sama-sama meneliti hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini meneliti Perusahaan Manufaktur Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2015. Perusahaan yang diteliti merupakan perusahaan yang sejenis yaitu perusahaan Industri Konsumsi dan untuk menilai kinerja keuangan penelitian ini menggunakan proksi pengukuran profitabilitas (ROA dan ROE) dan pengukuran nilai tambah investasi (EVA dan MVA).

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 *Grand Theory*

#### 2.2.1.1 Teori Legitimasi

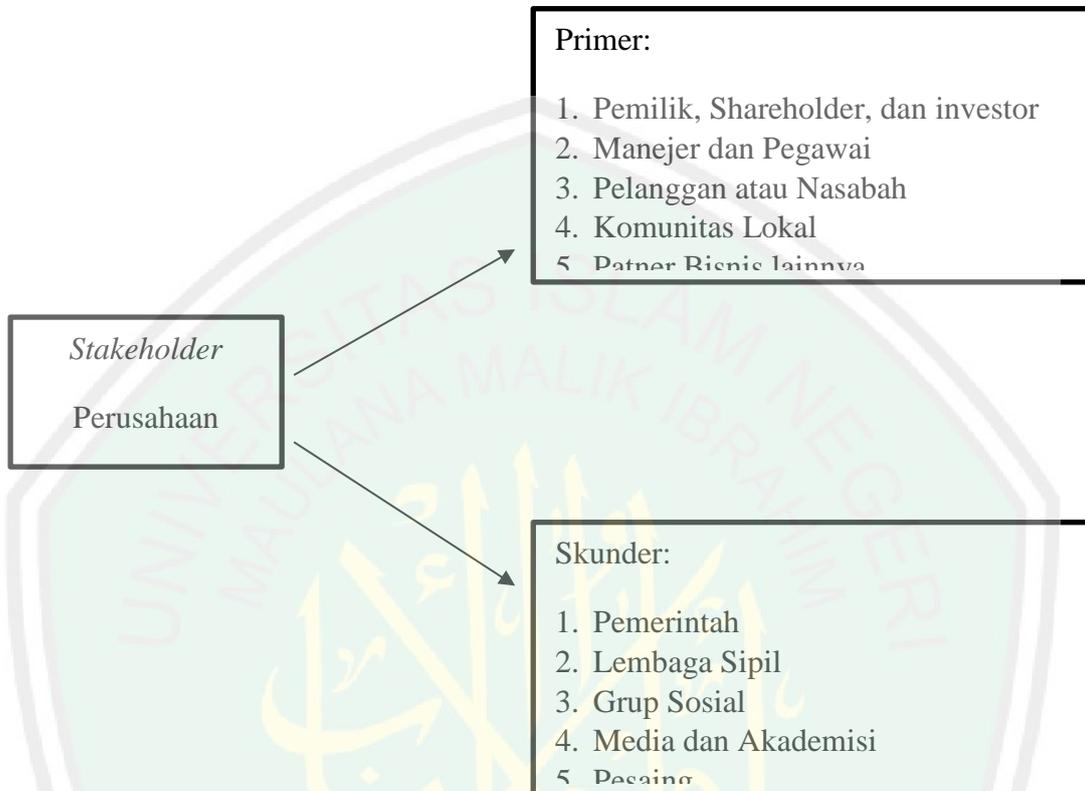
Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Gray *et. al* (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan, “*a systems-oriented view of organisation and society permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group*”. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat (Hadi, 2011).

### 2.2.1.2 Teori *stakeholder*

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian pihak *stakeholder* merupakan pihak eksternal maupun internal seperti, pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerintah lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Hadi, 2011).

Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*. Esensi teori tersebut di atas tersebut jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat sekitar ternyata meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagian kemasyarakatan. Masyarakat merupakan *stakeholder* terpenting bagi perusahaan dan media memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan aktivitas-aktivitas perusahaan kepada *stakeholder* (Hadi, 2011). Berikut ini bagan 2.1 yang menjelaskan *stakeholder* secara umum.

**Gambar 2.1 Klasifikasi Stakeholders Perusahaan**



### 2.2.1.3 Teori Kontak Sosial

Kontak sosial (*social contract*) muncul adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keserasian, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Hadi, 2011).

J.J Rousseau (1762), berpendapat bahwa alam bukanlah wujud dari konflik, melainkan hak kebebasan bagi individu-individu untuk berbuat secara

kreatif. Kontak sosial dibuat sebagai media untuk mengatur tatanan sosial kehidupan masyarakat. J.J Rousseau menyatakan, “*social contract which was desihned to explain and therefor legitimate the relationship between and induvidual and society and its goverment*”. Pendapat tersebut mengandung makna bahwa seecara voluntir induvidu harus menaati pemerintah harus mampu mengatur agar terjadi peningkatan *good citizenship* (Hadi, 2011). Shoker dan Sethi dalam Chairi Anis (2006), menjelaskan konsep kontrak sosial bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup serta kebutuhan masyarakat, kontrak sosial didasarkan pada :

1. Hasil akhir (*Output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomis, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang memiliki.

### **2.2.2 Corporate Social Responsibility**

Menurut Darwin (2004) yang dikutip oleh Anggraini (2006), CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Rahmawati, 2012).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari tanggung jawab perusahaan pada para pemangku kepentingan (*Stakeholders*). Yang dimaksud dengan pemangku kepentingan ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Pemangku kepentingan memiliki dua kategori yaitu, *inside*

*stakeholders*, dan *outside stakeholders*. *Inside stakeholders* terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan seperti pemegang saham, para manajer, dan karyawan. Sedangkan *outside stakeholder* orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan seperti pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat lokal dan masyarakat secara umum (Busyra Azheri, 2012).

Sebagai satu konsep, meskipun telah menjadi trend yang semakin ramai diperbincangkan, *social responsibility* belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli, praktisi dan peneliti belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun dalam banyak hal memiliki kesamaan esensi. Johnson and Johnson (2006) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Ghana (2006) dalam Busyra Azheri (2012) mendefinisikan:

*CSR is about capacity building for sustainable livelihoods. It respects cultural differences and finds the business opportunities in building the skills of employees the community and the government. Lebih lanjut dinyatakan Corporate Social Responsibility is about business giving back to society.*

Batasan yang diberikan Ghana tersebut memberikan penjelasan secara lebih dalam, bahwa sesungguhnya tanggungjawab sosial perusahaan memberikan kapasitas dalam membangun *corporate building* menuju terjaminnya *going concern* perusahaan. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, menjelaskan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh perusahaan untuk bertindak secara etis dan memeberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* menurut Nasir (2013), merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility* yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan untuk memberikan perhatian secara seimbang kepada stakeholder perusahaan.

Dapat ditarik kesimpulan dari beberapa definisi di atas, tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi

karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

### 2.2.3 Komponen-Komponen CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Carroll (1979) dalam Solihin (2009) menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan kedalam empat kategori, yaitu :

1. *Economic responsibility*. Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri atas berisi aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
2. *Legal responsibilities*. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku dimana hukum dan peraturan tersebut pada hakekatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif. Sebagai contoh, ketaatan perusahaan dalam membayar pajak, menaati undang-undang tenaga kerja, dan sebagainya merupakan tanggung jawab hukum perusahaan.
3. *Ethical responsibilities*. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein (1989: 584-585), etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara peerorangan ,aupun secura kelembagaan untuk menilai sebuah isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.
4. *Discretionary responsibilities*. Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat

tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis.

#### **2.2.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Implementasi CSR yang telah dilakukan perusahaan harus diungkapkan sebagai laporan tanggung jawab sosial tujuannya adalah memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan untuk melaksanakan aktivitas perusahaan. Aktivitas perusahaan pada masyarakat dan lingkungan diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, sejalan dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dengan memperhatikan kesejahteraan masyarakat. Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam menginformasikan serta mengomunikasikan bentuk pertanggungjawaban terhadap *stakeholders*. Untuk itu pelaporan CSR begitu strategis dalam mengantisipasi opini *stakeholder* agar meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata (Pratiwi, 2016).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting* atau *corporate social disclosure*. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perusahaan

melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat (Pratiwi, 2016).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *disclosure, corporate social reorting, social accounting* atau *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005) dalam (Rahmawati, 2012). Pratiwi dan Djamhuri (2004), mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholder* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.

Setiap perusahaan yang melakukan bisnis pasti berusaha untuk mencapai kepentingan saham dan terfokus pada pencapaian laba. Akan tetapi perusahaan-perusahaan tersebut juga mempunyai tanggung jawab sosial dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Sebagaimana yang dinyatakan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf kesembilan yaitu:

Perusahaan dapat juga menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*while added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Menurut Hadi (2011), laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi laporan yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di

depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir.

Berangkat dari pemetaan motivasi yang terkandung dalam upaya ketersediaan perusahaan melakukan cakupan tingkat kinerja sosial berikut upaya keterbukaan lewat pengungkapan sosial (*social disclosure*), Nor Hadi (2009), menemukan bahwa terdapat dua paradigma pendekatan yang digunakan perusahaan. Pendekatan pertama, ketersediaan melakukan peningkatan kinerja sosial berikut pengungkapannya didasarkan pendekatan motif (*motive approach*), sedang pendekatan kedua adalah pendekatan sistem (*system approach*). Berikut penjelasan dari kedua pendekatan tersebut:

1. *Motive Approach*

Praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan didasarkan motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial maupun ekonomi. *Motive Approach* menemukan praktik tanggung jawab sosial menjadi volunteer sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan. Umumnya perusahaan melakukan praktik tanggungjawab dan pengungkapan sosial berdasarkan pendekatan ini.

2. *System Approach*

Perusahaan melakukan pengeluaran sosial termasuk pengungkapannya muncul sebagai akibat adanya tuntutan dan pengkondisian suatu sistem yang ada. Sistem ini, dapat berupa peraturan atau kebijakan yang harus dipatuhi oleh perusahaan yang memiliki dampak tertentu jika tidak dipatuhi, baik yang tumbuh dari penetapan manajemen yang merupakan translasi *code of product*,

visi dan misi perusahaan serta strategi perusahaan yang ternomalkan, maupun peraturan yang timbul dari pihak luar seperti pemerintah (UU No. 40 tahun 2007 dan Kepmen Keuangan No. KEP-04/MBU/2007), Standard, Peraturan Pasar Modal, SAK, adat istiadat masyarakat maupun konvensi. Sehingga pelanggaran terhadap pelaksanaan kinerja sosial dan pengungkapan sosial akan berimplikasi tertentu terhadap perusahaan.

Kerangka pengungkapan CSR yang sudah diakui diseluruh dunia yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (termasuk di dalamnya indikator kinerja). Saat ini GRI G4 merupakan kerangka pelaporan yang terbaru yang dikeluarkan pada tahun 2013, akan tetapi sebelumnya terdapat GRI 3.

Perbedaan antar GRI G3 dengan GRI G4 dalam hal standar pengungkapannya yakni, pada GRI G3 terdapat tiga jenis pengungkapan terkandung dalam bagian ini, yang pertama strategi dan profil adalah pengungkapan yang menentukan konteks keseluruhan dalam memahami kinerja organisasi, seperti strategi, profil dan tata kelola. Kedua, pendekatan manajemen yaitu pengungkapan yang mencakup bagaimana sebuah organisasi mengarahkan seperangkat topik dalam menyediakan konteks untuk memahami kinerja pada wilayah tertentu. Ketiga, indikator kinerja adalah indikator yang menghasilkan perbandingan informasi mengenai kinerja organisasi dalam hal ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Sedangkan standar pengungkapan pedoman G4, terdapat dua jenis pengungkapan yang berbeda yaitu pengungkapan standar umum dan pengungkapan

standar khusus. Pengungkapan standar umum berlaku untuk semua organisasi yang menyiapkan laporan berkelanjutan. Pengungkapan standar umum dibagi menjadi tujuh bagian yaitu strategi dan analisis, profil organisasi, aspek material, *boundary* teridentifikasi, hubungan dengan pemangku kepentingan, profil laporan, tata kelola, serta etika dan integritas. Jenis yang kedua adalah pengungkapan standar khusus, pedoman ini mengatur pengungkapan standar khusus kedalam tiga kategori ekonomi, lingkungan dan sosial. Kategori sosial lebih lanjut dibagi kedalam empat sub-kategori, yaitu: praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk (Pratiwi, 2016).

#### **2.2.5 Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility***

CSR diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 Juli 2007, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, yaitu terdapat pada pasal 74 yang berbunyi:

- (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 perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

(4) Ketentuan lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

CSR juga diatur UU nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman Modal pasal 15 (b) yang berbunyi demikian: setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan pada pasal ini 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.

Pasal 1 angka 3 UU PT, 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. Kedua Undang-Undang tersebut di atas mengatur seluruh badan usaha (perusahaan) Perseroan Terbatas (PT) diwajibkan untuk melaksanakan program CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Azheri, 2012).

### **2.2.6 Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan adalah gambaran suatu kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu untuk menghasilkan sebuah laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu diakaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban (Ermayanti, 2009). Kinerja keuangan juga dapat diartikan sebagai pengukur untuk mengetahui keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Kinerja keuangan memiliki beberapa indikator untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan.

Beberapa indikator tersebut antara lain, ROE (*Return Of Equity*), ROA (*Return Of Asset*), EVA (*Economic Value Added*) dan MVA (*Market Value Added*).

#### 2.2.6.1 ROA (*Return On Asset*)

Analisis *Return On Asset* (ROA) mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Variasi dalam perhitungan ROA, disamping perhitungan seperti dibicarakan adalah dengan memasukan biaya pendanaan. Biaya-biaya pendanaan yang dimaksud adalah bunga yang merupakan biaya pendanaan hutang. Deviden yang merupakan biaya pendanaan dengan saham dalam analisis ROA tidak diperhitungkan. Biaya bunga ditambahkan ke laba yang diperoleh perusahaan. ROA bisa diinterpretasikan sebagai hasil dari serangkaian kebijakan perusahaan (strategi) dan pengaruh dari faktor-faktor lingkungan (Hanafi dan Halim 2005). Adapun rumus dari rasio ini sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Semakin besar nilai rasionya, maka semakin besar dana yang dapat dikembalikan dari total asset perusahaan menjadi laba. Artinya semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan, semakin baik kinerja perusahaan tersebut. Semakin rendah (kecil) rasio ini semakin kurang baik. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Herlambang, 2014).

### 2.2.6.2 ROE (*Return On Equity*)

*Return on equity* (ROE) adalah jumlah imbal hasil dari laba bersih terhadap ekuitas dan dinyatakan dalam bentuk persen. ROE digunakan untuk mengukur kemampuan suatu emiten dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan pemegang saham. ROE (*Return On Equity*) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. ROE sangat bergantung pada besar kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relative kecil, sehingga ROE yang dihasilkanpun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar (Herlambang 2016). ROE dinyatakan dalam persentase dan dihitung dengan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

Rasio ini menggambarkan berapa persen perolehan laba bersih bila diukur dari modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini semakin baik karena berarti posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya. Hasil perhitungan ROE mendekati 1 menunjukkan semakin efektif dan efisien penggunaan ekuitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan, demikian sebaliknya jika ROE mendekati 0 berarti perusahaan tidak mampu mengelolah modal yang tersedia secara efisien untuk menghasilkan pendapatan (Danuarta, 2014).

### 2.2.6.3 EVA (*Economic Value Added*)

*Economic Value Added* (EVA) merupakan salah satu konsep ukuran kinerja keuangan yang dikemukakan pertama kali pada awal tahun 1989, akan tetapi pada saat itu kurang ditanggapi oleh analisis keuangan lainnya hingga sampai dengan september 1993 sebuah artikel pada *Fortune* menjelaskan secara rinci tentang konsep EVA dan implementasi sukses yang dilakukan oleh Joel Stern dan Bannet Stewart pada perusahaan besar Amerika Serikat. Metode EVA bertujuan untuk mengukur kinerja investasi suatu perusahaan dan sekaligus memperhatikan kepentingan dan harapan penyandang dana kreditur dan pemegang saham. Di Indonesia metode EVA dikenal dengan sebutan metode NITAMI (Nilai Tambah Ekonomi). *Economic Value Added* (EVA) merupakan keuntungan operasional setelah pajak, dikurangi biaya modal yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dengan memperhatikan secara adil harapan para pemegang saham dan kreditur (Sumarsan, 2013). Langkah-langkah dalam menghitung EVA adalah sebagai berikut :

1. Menghitung NOPAT (*Net Operating After Tax*)

$$\text{Rumus : NOPAT} = \text{Laba (Rugi) Usaha} - \text{Pajak}$$

2. Menghitung *Invested Capital*

$$\text{Rumus : } \textit{Invested Capital} = (\text{Total Hutang} + \text{Ekuitas}) - \text{Hutang Jangka Pendek.}$$

3. Menghitung WACC (*Weighted Average Cost Of Capital*)

$$\text{Rumus : WACC} = [(D \times rd) (1-\text{tax}) + (E \times re)]$$

Dimana :

$$\text{Tingkat Modal (D)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100 \%$$

$$\text{Cost of Debt (rd)} = \frac{\text{Beban bunga} \times 100 \%}{\text{Total Hutang}}$$

$$\text{Tingkat Modal/Ekuitas (E)} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100 \%$$

$$\text{Cost of Equity (re)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak} \times 100 \%}{\text{Total Ekuitas}}$$

$$\text{Tingkat Pajak (Tax)} = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba Bersih sebelum pajak}} \times 100 \%$$

#### 4. Menghitung *Capital Charges*

$$\text{Rumus: Capital Charges} = \text{WACC} \times \text{Invested Capital}$$

#### 5. Menghitung *Economic Value Added (EVA)*

$$\text{Rumus : EVA} = \text{NOPAT} - \text{Capital charges}$$

atau

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{WACC} \times \text{Invested Capital})$$

Apabila  $\text{EVA} > 0$ , nilai EVA positif yang menunjukkan telah terjadi proses nilai tambah pada perusahaan. Berarti ada nilai ekonomis lebih, setelah perusahaan membayarkan semua kewajiban pada para penyandang dana atau kreditur sesuai ekspektasinya. Apabila  $\text{EVA} = 0$ , menunjukkan posisi impas atau *Break Event Point*. Berarti tidak ada nilai ekonomis lebih, tetapi perusahaan mampu membayarkan semua kewajibannya pada para penyandang dana atau kreditur sesuai ekspektasinya. Apabila  $\text{EVA} < 0$ , nilai EVA negatif dan menunjukkan tidak terjadi proses nilai tambah. Berarti perusahaan tidak mampu membayarkan

kewajiban pada para penyandang dana atau kreditur sebagaimana nilai yang diharapkan ekspektasi *return* saham tidak dapat tercapai (Nurloli, 2012).

#### **2.2.6.4 Market Value Added (MVA)**

*Market Value Added* (MVA) adalah perbedaan antara nilai pasar perusahaan (termasuk ekuitas dan utang) dan modal keseluruhan yang diinvestasikan dalam perusahaan. MVA secara teknis diperoleh dengan cara mengalikan selisih antara harga pasar per lembar saham (*stock price per share*) dan nilai buku per lembar saham (*book value per share*). Nilai pasar adalah nilai perusahaan, yakni jumlah nilai pasar dari semua tuntutan modal terhadap perusahaan oleh pasar modal pada tanggal tertentu. MVA meningkat hanya jika modal yang diinvestasikan mendapatkan angka pengembalian lebih besar dari pada biaya modal. Semakin besar MVA, semakin baik. MVA yang negatif berarti nilai dari investasi yang dijalankan manajemen kurang dari modal yang diserahkan kepada perusahaan oleh pasar modal, yang berarti bahwa kekayaan telah dimusnahkan (Nurloli, 2012).

MVA merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan mengalokasikan sumber-sumber yang sesuai. MVA juga merupakan indikator yang dapat mengukur seberapa besar kekayaan perusahaan yang telah diciptakan untuk investornya atau MVA menyatakan seberapa besar kemakmuran yang telah dicapai.

Rumus untuk mencari Nilai MVA adalah :

1. MVA = nilai pasar – modal yang diinvestasikan
2. MVA = (nilai pasar dari ekuitas + nilai pasar dari utang+bunga minoritas)-  
(modal yang diinvestasikan).
3. Menghitung nilai pasar dari ekuitas (*MV of Equity*)  
  
MV of Equity = (harga saham akhir tahun buku perusahaan) X (jumlah saham yang beredar pada periode tersebut).
4. Menghitung nilai pasar dari utang  
  
Nilai pasar dari utang dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan oleh perusahaan namun jika tidak tersedia kita dapat menggunakan nilai buku dengan asumsi bahwa analisis diluar perusahaan akan lebih mengandalkan nilai buku dari hutang.
5. Menghitung bunga minoritas  
  
Nilai bunga minoritas dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan.
6. Menghitung modal yang diinvestasikan  
  
Modal yang diinvestasikan dapat dihitung dengan menjumlahkan jumlah hutang jangka pendek, pinjaman bank/sewa guna usaha/obligasi jangka panjang, kewajiban pajak tangguhan, kewajiban jangka panjang lainnya, hak minoritas atas aktiva bersih anak perusahaan serta ekuitas.

### 2.2.7 Integrasi Keislaman *Corporate Social Responsibility*

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ٤١

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ ٤٢

*"Telah tampak kerusakan di darat dan dilaut disebabkan perbuatan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). Katakanlah : Adakanlah perjalanan dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang dulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)." (QS Ar Rum : 41-42)*

Ayat ini mengemukakan pertentangan antara tauhid dan syirik. Ajaran tauhid berkaitan dengan tanda-tanda kekuasaan Allah. Tauhid berarti keesaan Allah. Ajaran syirik menunjukkan sebaliknya, yakni enggan meyakini kekuasaan Allah. Orang yang jiwa tauhidnya rapuh pasti cenderung berbuat kerusakan. Jadi, hubungan antara kuatnya tauhid dan kebaikan moral sangat erat. Rapuhnya tauhid menjadikan seseorang bermental buruk. Salah satunya berwatak perusak (al-fasid). Ayat ini menyuguhkan beberapa kesimpulan menarik, antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) Kerusakan fisik alam (ekologi) dan sistem (ekosistem) terjadi karena ulah manusia. Kerusakan ini seolah menjadi bukti kekhawatiran para malaikat bahwa manusia akan melakukan kerusakan di bumi dan menumpahkan darah. Allah menjamin, jika manusia berilmu dan tahu akibat dari apa yang diperbuatnya, ia tidak akan melakukan kerusakan. Namun, manusia adalah makhluk pembangkang dan zhalim. Allah menyebut manusia, berwatak demikian sebagai Aladdul Khisham, penentang yang paling keras. Ia selalu berpaling dari kebenaran dan merusak bumi (QS al-Baqarah, 204-205). Tindakan merusak lingkungan hidup merupakan salah satu sifat fasik. Sifat fasik lainnya, melanggar perjanjian Allah sesudah perjanjian itu teguh, dan memutuskan apa yang diperintahkan. Allah kepadanya. Kerusakan karena ulah manusia ini terjadi darat dan laut. Betapa banyak wilayah pantai yang rusak

dan hilang keindahan alamnya oleh kerakusan manusia. Terumbu karang atau keindahan alam bawah laut pun sudah rusak parah. Padahal, semua itu memberi keuntungan ekonomi dan ekologi yang sangat besar bagi manusia.

- 2) Setiap muslim diberi wewenang (otoritas) untuk memilih jalan hidupnya. Namun, jalan hidup apa pun pasti mendatangkan risiko. Jika kamu berbuat baik berarti kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, kejahatan itu bagi dirimu sendiri (QS al-Isra', 17 : 7). Dengan penegasan ayat itu, Allah ingin menerapkan sistem reward (hadiah) dan punishment (hukuman) kepada manusia. Ketika manusia menuruti hawa nafsunya dan mengabaikan keseimbangan ekosistem, akibatnya pasti ia rasakan. Akibat itu akan meluas dan menyedihkan hatinya.
- 3) Allah menyuruh manusia untuk mengamati dan memperhatikan peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Perintah pengamatan ini bukan semata-mata melihat peristiwanya, melainkan juga melihat hikmah di balik peristiwa itu. Jadi, seorang mukmin harus melihat ada apa di balik peristiwa itu. Ia harus bertanya: Mengapa peristiwa ini bisa terjadi? Apakah penyebabnya? Siapa yang dapat menciptakan peristiwa yang sangat aneh ini? Apa tujuan di balik peristiwa ini? Apa yang harus dilakukan supaya peristiwa itu tidak terulang?

Kalimat "lakukanlah perjalanan di bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang dulu" merupakan kalimat cerdas. Dengan kalimat itu, Allah menuntut setiap muslim untuk bersikap cerdas. Dengan perintah itu pula, kita dituntut untuk banyak meneliti, bersikap kritis, dan mengaitkan sebuah persoalan

dengan persoalan lain atas dasar iman kepada Allah (Nursyah, 2014). Adapun ayat lain tentang peduli lingkungan yaitu surah Al – A’raf ayat 56-58 :

56. وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَةَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِنَ الْمُحْسِنِينَ .

*“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”*

57. وَهُوَ الَّذِي يُرْسِلُ الرِّيَّاحَ بُشْرًا بَيْنَ يَدَيْ رَحْمَتِهِ حَتَّىٰ إِذَا أَقْلَّتْ سَحَابًا ثِقَالًا سُقْنَاهُ لِبَلَدٍ مَّيِّتٍ .

فَأَنْزَلْنَا بِهِ الْمَاءَ فَأَخْرَجْنَا بِهِ مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ كَذَلِكَ نُخْرِجُ الْمَوْتَىٰ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

*“Dan Dialah yang meniupkan angin sebagai pembawa berita gembira sebelum kedatangan rahmat-Nya (hujan); hingga apabila angin itu telah membawa awan mendung, Kami halau ke suatu daerah yang tandus, lalu Kami turunkan hujan di daerah itu, maka Kami keluarkan dengan sebab hujan itu pelbagai macam buah-buahan. Seperti itulah Kami membangkitkan orang-orang yang telah mati, mudah-mudahan kamu mengambil pelajaran.”*

58. وَالْبَلَدُ الطَّيِّبُ يَخْرِجُ نَبَاتُهُ بِإِذْنِ رَبِّهِ وَالَّذِي خَبَثَ لَا يُخْرِجُ إِلَّا نَكِدًّا كَذَلِكَ نُصَرِّفُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ

يَشْكُرُونَ .

*“Dan tanah yang baik, tanaman-tanamannya tumbuh subur dengan seizin Allah; dan tanah yang tidak subur, tanaman-tanamannya hanya tumbuh merana. Demikianlah Kami mengulangi tanda-tanda kebesaran (Kami) bagi orang-orang yang bersyukur.”*

Bumi sebagai tempat tinggal dan tempat hidup manusia dan makhluk Allah lainnya sudah dijadikan Allah dengan penuh rahmat Nya. Gunung-gunung, lembah-lembah, sungai-sungai, lautan, daratan dan lain-lain semua itu diciptakan Allah untuk diolah dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh manusia, bukan sebaliknya dirusak dan dibinasakan.

Hanya saja ada sebagian kaum yang berbuat kerusakan di muka bumi. Mereka tidak hanya merusak sesuatu yang berupa materi atau benda saja, melainkan juga berupa sikap, perbuatan tercela atau maksiat serta perbuatan jahiliyah lainnya. Akan tetapi, untuk menutupi keburukan tersebut sering kali mereka menganggap diri mereka sebagai kaum yang melakukan perbaikan di muka bumi, padahal justru merekalah yang berbuat kerusakan di muka bumi.

Allah menegaskan bahwa salah satu karunia besar yang dilimpahkan kepada hambanya ialah Dia menggerakkan angin sebagai tanda kedatangan rahmatNya. Angin yang membawa awan tebal, di halau ke negeri yang kering dan telah rusak tanamannya karena tidak ada air, sumur yang menjadi kering karena tidak ada hujan, dan kepada penduduk yang menderita lapar dan haus. Lalu dia menurunkan hujan yang lebat di negeri itu sehingga negeri yang hampir mati tersebut menjadi subur kembali dan penuh berisi air. Dengan demikian, dia telah menghidupkan penduduk tersebut dengan penuh kecukupan dan hasil tanaman-tanaman yang berlimpah ruah (Chasanah, 2013).

Dalam konteks ini, maka CSR dalam perspekti Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto,2010). CSR dalam perspektif Islam

menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga *financial intermediari* baik bagi individu maupun institusi (Gustani, 2012).

Menurut Islam, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati (Suharto, 2010). Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah mahdhah. Rasulullah SAW bersabda, *“Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar”*. Dalam hadis lain, Rasulullah SAW juga bersabda: *“Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesama muslim, itu lebih baik baginya daripada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah.”*

Selain itu, pelaksanaan CSR dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang (Yusanto dan Yunus, 2009:165-169).

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dengan begitu jelas tentang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam CSR, padahal isu

CSR baru dimulai pada abad ke-20. Bahkan dalam berbagai code of conduct yang dibuat oleh beberapa lembaga, Islam telah memberikan penjelasan terlebih dahulu. Misalnya, dalam draft ISO 26000, *Global Reporting Initiatives (GRI)*, *UN Global Compact*, *International Finance Corporation (IFC)*, dan lainnya telah menegaskan berbagai instrumen indikator bagi pelaksanaan komitmen CSR perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan-seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat. Dan bila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami (Sampurna,2007).

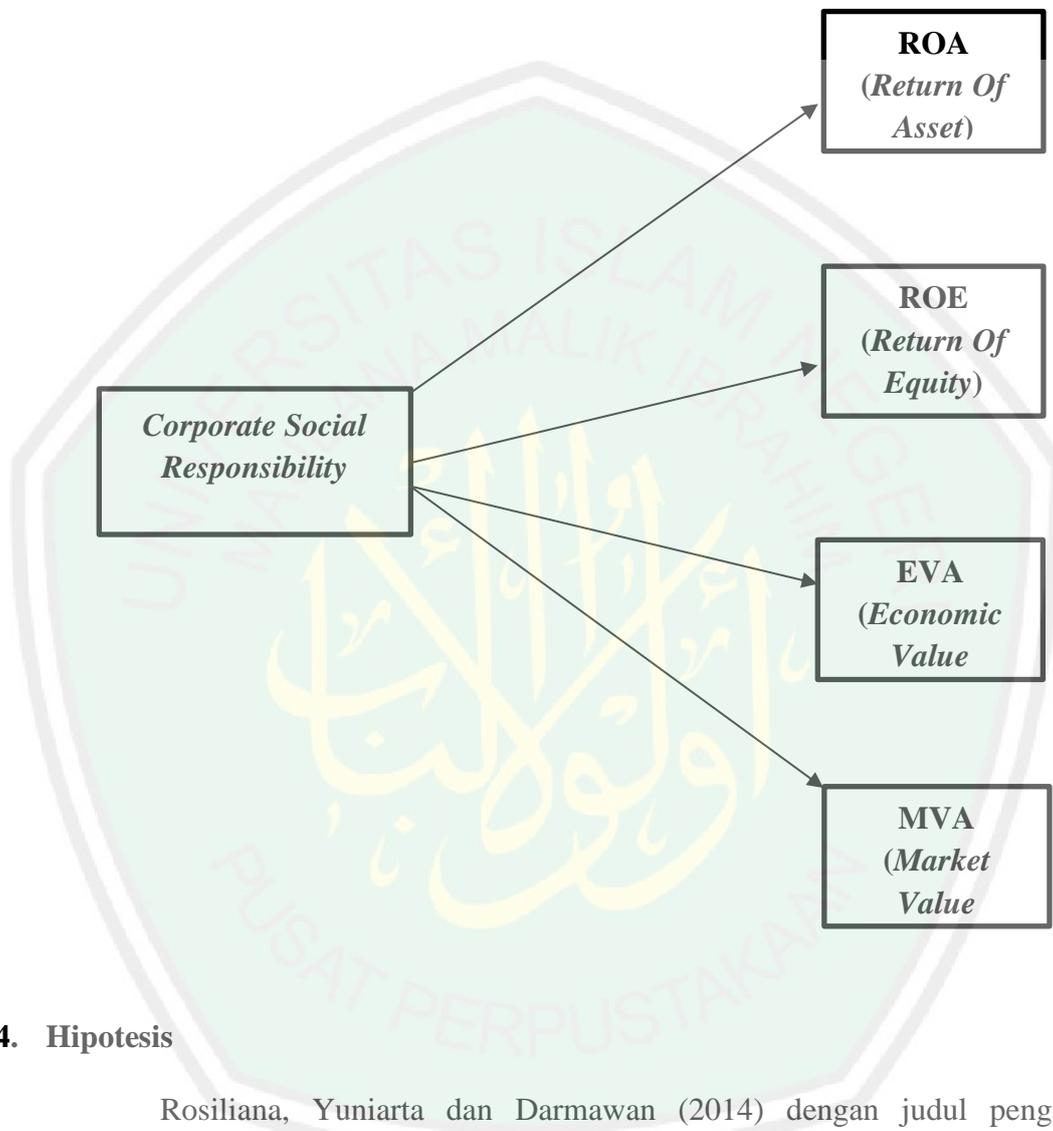
CSR merupakan komitmen dan aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Persoalan bagi para pelaku usaha adalah strategi dan konsep penerapan CSR di lingkungan dan masyarakat agar tepat sasaran dan sesuai dengan *corporate business value*. Untuk itu, riset, komunikasi, *sustainable empowerment*, *sincerity* dan strategi lainnya sangat diperlukan. Agar proses keberlangsungan dakwah Islam dan tujuan menjadi rahmatan lil a'lamiin dapat tercapai. Islam mengajarkan tanggung jawab agar mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab ini mencakup tanggung jawab kepada Allah, kepada sesama dan lingkungannya (Gustani, 2012).

### 2.3. Kerangka Konseptual

CSR menjadi sangat penting akhir-akhir ini karena banyak investor yang mulai peduli terhadap lingkungan dan bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalankan usahanya tanpa merusak lingkungan. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik tentunya juga memiliki tingkat pengungkapan yang lebih baik. Makin baiknya tingkat pengungkapan oleh perusahaan merupakan sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada stakeholder maupun shareholder. Respon positif yang diberikan oleh *stakeholder* berupa kepercayaan dan diterimanya produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan. Respon positif dari pemegang saham (*shareholder*) berupa pergerakan harga saham yang cenderung meningkat sehingga akan memengaruhi abnormal return perusahaan.

Laporan keuangan merupakan alat yang digunakan investor untuk menilai kinerja perusahaan. Dalam laporan keuangan terdapat indikator informasi yang bersifat finansial maupun non finansial. Informasi finansial ini antara lain adalah pelaporan dan pengungkapan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini akan membandingkan pengukuran profitabilitas (ROA dan ROE) dan pengukuran nilai tambah investasi (EVA dan MVA) dalam menilai dan sebagai proksi untuk kinerja keuangan. Penelitian ini akan mencoba mengungkap bagaimana pengaruh pelaporan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini kerangka konseptual akan digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Konseptual**



#### 2.4. Hipotesis

Rosiliana, Yuniarta dan Darmawan (2014) dengan judul pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur mendapatkan hasil bahwa pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada *Return On Assets* (ROA). Penerapan *Corporate Social Responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana investor cenderung menanamkan modal pada perusahaan yang melakukan aktivitas CSR. Karena bagi investor, perusahaan yang

melakukan aktivitas CSR berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan yang tidak, sehingga kedepannya perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja keuangannya. Dari hasil penelitian yang telah ada, maka dapat diturunkan hipotesis :

H<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan dengan menggunakan metode ROA.

Sari & Suaryana (2013) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator mendapatkan hasil bahwa pengujian secara parsial membuktikan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROE). Dengan melakukan pengungkapan CSR, maka konsumen pun akan memberikan reaksi yang positif terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri. Dari hasil penelitian yang telah ada, maka dapat diturunkan hipotesis :

H<sub>2</sub> : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan metode ROE.

Ruthinaya (2014) dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks Lq45 Periode 2007-2011 mendapatkan hasil bahwa Kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. EVA digunakan untuk mengukur nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dengan memperhatikan biaya modal yang meningkat. Dari hasil penelitian yang telah ada, maka dapat diturunkan hipotesis :

H<sub>3</sub> : *Corporate Social Responsibility* memiliki berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan dengan menggunakan metode EVA.

Novian dan Novita (2013) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Market Value Added* yang mendapatkan hasil bahwa Tanggung jawab sosial atau CSR menunjukkan hubungan yang positif terhadap MVA. Hal ini berarti disaat nilai CSR meningkat, maka MVA mengalami kenaikan pula. Saat perusahaan mengungkapkan CSR, perusahaan bukan hanya menjalin hubungan yang baik dengan pemegang sahamnya, tetapi juga kepada pemegang kepentingan yang lain termasuk masyarakat dan lingkungannya. Dari hasil penelitian yang telah ada, maka dapat diturunkan hipotesis :

H<sub>4</sub> : *Corporate Social Responsibility* memiliki berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan dengan menggunakan metode MVA.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan penelitian dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori – teori, dan atau hipotesis-hipotesis mendata dengan prosedur statistik dan atau permodelan matematis (Efferin, 2008). Penelitian ini akan menguji hipotesa-hipotesa dan memperkuat teori lama tentang *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan menggunakan pengukuran profitabilitas (ROA dan ROE) dan pengukuran nilai tambah investasi (EVA dan MVA).

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di BEI (Bursa Efek Indonesia) dan melalui situs resmi perusahaan. Dalam penelitian ini obyek yang diteliti adalah perusahaan manufaktur industri konsumsi.

#### 3.3 Populasi dan Sampel

##### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain (Wiyono, 2011). Kelompok subyek ini harus memiliki karakteristik bersama yang membedakannya

dari kelompok subyek lain. Semakin sedikit karakteristik populasi yang diidentifikasi maka populasi akan semakin heterogen dikarenakan berbagai ciri subyek akan terdapat dalam populasi. Sebaliknya, semakin banyak ciri subyek yang disyaratkan sebagai populasi, yang berarti semakin spesifik karakteristik populasi maka populasi itu akan menjadi semakin homogen. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di IDX atau BEI (Bursa Efek Indonesia).

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang terwakili dan akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terwakili (Gendro Wiyono, 2011). Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa perusahaan Industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel terdiri dari berbagai macam cara, pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Judgement Sampling* atau *Purposive Sampling* karena pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan maksud penelitian, artinya sebelum sampel diambil, ditentukan dulu batasan-batasan sampel yang seperti apa yang akan diambil (Wiyono, 2011). Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan-perusahaan Industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2015.
2. Perusahaan memiliki laporan tahunan tahun 2011-2015, memiliki data keuangan dan data pasar yang lengkap.
3. Perusahaan Industri makanan dan minuman yang mengungkapkan CSR di dalam *annual report*-nya.

### **3.5 Data dan Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dimana data skunder merupakan jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif (Gendro Wiyono, 2011). Data penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan industri makanan dan minuman mulai tahun 2011 sampai 2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan dengan dengan melakukan studi kepustakaan , yaitu dengan mencatat data yang tercantum di Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang berada di BEI tahun 2011 - 2015. Dengan data-data tersebut bisa digunakan untuk perhitungan kinerja keuangan dengan menggunakan ROA, ROE, EVA, dan MVA.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan terhadap variabel dependen (Gendro Wiyono, 2011). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*.

Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, sering juga disebut dengan variabel terikat (Gendro Wiyono, 2011). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan yang diwakili oleh ROA, ROE, EVA, dan MVA.

### 3.7.1 Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, menjelaskan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh perusahaan untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya. Instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang diungkapkan oleh GRI.

*Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability reports* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan, dan standar pengungkapan (termasuk di dalamnya indikator kinerja). Kerangka pelaporan GRI ditunjukkan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor, dan lokasinya.

Kerangka ini juga memperhatikan pertimbangan praktis yang dihadapi oleh berbagai macam organisasi dari perusahaan kecil sampai kepada perusahaan

yang memiliki operasi ekstensif dan tersebar di berbagai lokasi. Kerangka pelaporan GRI mengandung kandungan isi umum dan sektor secara spesifik yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan disuluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja keberlanjutan dari sebuah organisasi. Dalam penelitian ini digunakan GRI G4. Tidak semua perusahaan melakukan pengungkapan berdasarkan GRI G4 secara keseluruhan, biasanya perusahaan mengungkapkan isu-isu yang dianggap relevan dan material dalam bidang usaha perusahaan masing-masing.

*Corporate Social Responsibility* yang disimbol dengan (X), yang diukur dengan menggunakan variabel *dummy* artinya nilai variabel tersebut terbatas pada 0 dan 1 saja.

Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Selanjutnya skor dari item-item yang diungkapkan dijumlah. Rahmawati

(2012) menjelaskan rumus dalam menghitung CSR yaitu:

$$CSR = \frac{V}{M}$$

CSR : index pengungkapan CSR

V : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

M : Jumlah item yang seharusnya diungkapkan

### 3.7.2 Variabel Dependen (Kinerja Keuangan)

Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pusat

pertanggungjawaban (Ermayanti, 2009). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang menggunakan metode ROA, ROE, EVA dan MVA. Penilaian kinerja keuangan dengan metode-metode tersebut dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan industri sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dengan rumus-rumus perhitungan yang telah ditentukan.

### 3.7.2.1 ROA (*Return On Asset*)

ROA (*Return On Asset*) adalah suatu rasio profitabilitas perusahaan dalam mengukur kemampuan perolehan laba bersih dari aktiva yang digunakan. *Return On Asset* (ROA) merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Adapun rumus dari rasio ini sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih} \times 100\%}{\text{Total Aset}}$$

### 3.7.2.2 ROE (*Return On Equity*)

*Return on equity* (ROE) adalah jumlah imbal hasil dari laba bersih terhadap ekuitas dan dinyatakan dalam bentuk persen. ROE digunakan untuk mengukur kemampuan suatu emiten dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan pemegang saham. ROE dinyatakan dalam persentase dan dihitung dengan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih} \times 100\%}{\text{Equity}}$$

### 3.7.2.3 EVA (*Economic Value Asset*)

*Economic Value Added* (EVA) merupakan keuntungan operasional setelah pajak, dikurangi biaya modal yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dengan memperhatikan secara adil harapan-harapan para pemegang saham dan kreditur. Langkah-langkah dalam menghitung EVA adalah sebagai berikut :

1. Menghitung NOPAT (*Net Operating After Tax*)

$$\text{Rumus : NOPAT} = \text{Laba (Rugi) Usaha} - \text{Pajak}$$

2. Menghitung *Invested Capital*

$$\text{Rumus : Invested Capital} = (\text{Total Hutang} + \text{Ekuitas}) - \text{Hutang Jangka Pendek.}$$

3. Menghitung WACC (*Weighted Average Cost Of Capital*)

$$\text{Rumus : WACC} = [(D \times rd) (1-\text{tax}) + (E \times re)]$$

Dimana :

$$\text{Tingkat Modal (D)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100 \%$$

$$\text{Cost of Debt (rd)} = \frac{\text{Beban bunga} \times 100 \%}{\text{Total Hutang}}$$

$$\text{Tingkat Modal/Ekuitas (E)} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100 \%$$

$$\text{Cost of Equity (re)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak} \times 100 \%}{\text{Total Ekuitas}}$$

$$\text{Tingkat Pajak (Tax)} = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba Bersih sebelum pajak}} \times 100 \%$$

4. Menghitung *Capital Charges*

$$\text{Rumus: Capital Charges} = \text{WACC} \times \text{Invested Capital}$$

5. Menghitung-Economic-Value-Added(EVA)

Rumus :  $EVA = NOPAT - \text{Capital charges}$  atau  $EVA = NOPAT - (WACC \times \text{Invested Capital})$ .

#### 3.7.2.4 MVA (*Market Value Added*)

MVA merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan mengalokasikan sumber-sumber yang sesuai. MVA juga merupakan indikator yang dapat mengukur seberapa besar kekayaan perusahaan yang telah diciptakan untuk investornya atau MVA menyatakan seberapa besar kemakmuran yang telah dicapai.

Rumus untuk mencari Nilai MVA adalah :

1.  $MVA = \text{nilai pasar} - \text{modal yang diinvestasikan}$
2.  $MVA = (\text{nilai pasar dari ekuitas} + \text{nilai pasar dari utang} + \text{bunga minoritas}) - (\text{modal yang diinvestasikan})$ .
3. Menghitung nilai pasar dari ekuitas (*MV of Equity*)

$MV \text{ of Equity} = (\text{harga saham akhir tahun buku perusahaan}) \times (\text{jumlah saham yang beredar pada periode tersebut})$ .

4. Menghitung nilai pasar dari utang

Nilai pasar dari utang dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan oleh perusahaan namun jika tidak tersedia kita dapat menggunakan nilai buku dengan asumsi bahwa analisis diluar perusahaan akan lebih mengandalkan nilai buku dari hutang.

5. Menghitung bunga minoritas

Nilai bunga minoritas dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan.

## 6. Menghitung modal yang diinvestasikan

Modal yang diinvestasikan dapat dihitung dengan menjumlahkan jumlah hutang jangka pendek, pinjaman bank/sewa guna usaha/obligasi jangka panjang, kewajiban pajak tangguhan, kewajiban jangka panjang lainnya, hak minoritas atas aktiva bersih anak perusahaan serta ekuitas.

### 3.8 Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Validitas dan Reliabelitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen itu dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran akan tidak valid jika itu mengukur berat. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliabel / konsisten. (Sugiyono, 2015).

#### 3.8.2 Analisis Regresi

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik berupa analisis berupa regresi dengan persamaan sebagai berikut: Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Y = Kinerja Keuangan Perusahaan (ROA, ROE, EVA, dan MVA)

X = *Corporate Social Responsibility*

### **3.8.3 Uji Hipotesis**

#### **3.8.2.1 Uji F (Uji Simultan)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan. Jika nilai F lebih besar dari 4 maka  $H_0$  dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

#### **3.8.2.2 Uji t (Uji Parsial)**

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut;

1. Jika nilai profitabilitas signifikansi  $> 0,05$  , maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai profitabilitas signifikansi  $< 0,05$  , maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Data yang disajikan dalam penelitian ini berasal dari Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur sektor Industri Konsumsi tahun 2011, 2012, 2013, 2014 dan 2015. Jumlah perusahaan yang bergerak pada bidang sektor industri barang konsumsi yang terdaftar dari tahun 2011 sampai pada tahun 2015 sebanyak 37 perusahaan. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan yang layak dijadikan sebagai objek penelitian. Proses pengambilan sampel dijelaskan pada tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Sampel Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi di BEI Tahun 2011-2015**

<b>Ketentuan</b>	<b>Jumlah</b>
Populasi	37
Perusahaan yang tidak memiliki laporan tahunan	(16)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR	(10)
<b>Sampel</b>	<b>13</b>

**Tabel 4.2**  
**Nama Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi di BEI 2011-2015**

NO	Nama Perusahaan
1	PT. Bantoel Internasional Investa
2	PT. Gudang Garam Inodnesia
3	PT. Indofarma
4	PT. Indofood
5	PT. Indofood CBP
6	PT. Kimia Farma
7	PT. Mandom Indonesia
8	PT. Martina Berto
9	PT. Nippon Indosari Corpindo
10	PT. Parsidha Aneka Niaga
11	PT. Pyridam Farma
12	PT. Tempo Scan Pacific
13	PT. Unilever Indonesia

**A. PT. Bentoel Internasional Investama**

Bentoel Grup adalah produsen rokok terbesar keempat di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 7%. Bentoel Grup memproduksi dan memasarkan berbagai jenis produk tembakau seperti rokok kretek mesin, rokok kretek tangan dan rokok putih.” Portofolio utama kami mencakup Dunhill Filter, Dunhill Mild dan Club Mild. Kami juga memproduksi dan memasarkan brand lokal, seperti Club Mild, Neo Mild, Tali Jagat, Bintang Buana, Sejati, Star Mild dan Uno Mild, serta brand global seperti Lucky Strike. Dalam menjalankan usahanya, Bentoel Grup secara langsung mempekerjakan lebih dari 6.000 orang karyawan, dari mulai membangun kemitraan dengan petani-petani tembakau, pembelian dan pemrosesan daun tembakau dan cengkeh, hingga

produksi, pemasaran dan distribusi rokok. Visi dari perusahaan ini adalah Menjadi perusahaan tembakau dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia dan dengan mewujudkan visi kami melalui 4 (empat) pilar strategi, yaitu: pertumbuhan, produktivitas, organisasi unggul dan keberlanjutan.

**Tabel 4.3**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT.Bantoel Internasional Investa**

TAHUN	CSR yang Diungkapkan
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemberdayaan dan Kesadaran Lingkungan</li> <li>2. Penanggulangan Bencana Alam</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontribusi untuk pelestarian lingkungan</li> <li>2. Kontribusi untuk pemberdayaan masyarakat</li> <li>3. Kontribusi untuk kehidupan bermasyarakat</li> <li>4. Kontribusi untuk lembaga-lembaga amal</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontribusi untuk perlindungan lingkungan</li> <li>2. Kontribusi untuk kehidupan masyarakat</li> <li>3. Kontribusi pada organisasi amal</li> <li>4. Kontribusi pada bencana</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontribusi untuk perlindungan lingkungan</li> <li>2. Kontribusi untuk pemberdayaan</li> <li>3. Kontribusi untuk kehidupan masyarakat</li> <li>4. Kontribusi untuk organisasi sosial</li> <li>5. Kontribusi untuk bencana</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontribusi untuk perlindungan lingkungan &amp; pertanian berkelanjutan</li> <li>2. Kontribusi untuk pemberdayaan</li> <li>3. Kontribusi untuk kehidupan masyarakat</li> <li>4. Kontribusi untuk organisasi sosial</li> <li>5. Kontribusi untuk bencana</li> </ol>

## **B. PT. Gudang Garam Indonesia**

Gudang Garam adalah produsen rokok kretekterkemuka yang identik dengan Indonesia yang merupakan salah satu sentra utama perdagangan rempah di dunia. Dengan total penduduk sekitar 250 juta jiwa, Indonesia

merupakan pasar konsumen yang besar dan beragam dengan persentase perokok dewasa yang signifikan, diperkirakan 68% laki-laki dewasa di Indonesia adalah perokok. Berdasarkan riset pasar Nielsen, pada akhir tahun 2015 Gudang Garam memiliki pangsa pasar rokok dalam negeri sekitar 21,5% dengan produk-produk yang sudah dikenal luas oleh masyarakat di seluruh Nusantara. Gudang Garam menyediakan lapangan kerja bagi sekitar 36.900 orang yang terlibat dalam produksi rokok, pemasaran dan distribusi di akhir tahun 2015. Perusahaan juga memiliki 67 kantor perwakilan daerah dengan 282 titik distribusi di seluruh Indonesia dan armada penjualan lebih dari 7.000 kendaraan, termasuk sepeda motor untuk melayani pasar.

Kesejahteraan karyawan menjadi perhatian utama, dari standar keselamatan kerja dan penyediaan fasilitas kesehatan hingga pelatihan kepemimpinan, manajemen, administrasi dan ketrampilan teknik, yang diselenggarakan di dalam maupun di luar perusahaan. Gudang Garam secara tidak langsung juga mendukung penciptaan lapangan kerja, bagi kurang lebih empat juta komunitas di sektor perkebunan tembakau dan cengkeh yang menyediakan bahan baku bagi Perseroan, serta sektor distribusi seperti pengecer dan pedagang asongan yang tersebar di seluruh Indonesia. Industri rokok sendiri, termasuk Perseroan, merupakan sumber utama pendapatan cukai bagi negara.

**Tabel 4.4**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Gudang Garam Indonesia**

TAHUN	CSR yang Diungkapkan
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mensponsori Bedah Rumah dan Mendanai pengadaan air bersih di kediri.</li> <li>2. Gudang Garam memberikan bantuan sarana sekolah seperti seragam, meja, kursi dan lemari buku, serta membuka kesempatan magang bagi pelajar dan mahasiswa, serta melayani kunjungan akademis/studi banding dari berbagai institusi pendidikan.</li> <li>3. Gudang Garam terus mendukung berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh paguyuban keagamaan setempat dan terus memberikan bantuan untuk sarana peribadatan dan prasarana lainnya.</li> <li>4. Gudang Garam terus mendukung upaya masyarakat meningkatkan kebersihan lingkungan dan memperbaiki kondisi kesehatan</li> <li>5. Perseroan juga menjadi sponsor untuk olahragawan yang mengikuti turnamen di tingkat daerah maupun kabupaten dan di luar negeri.</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program rintisan untuk membudidayakan ikan air tawar dalam keramba di Daerah Aliran Sungai (DA S) Brantas diluncurkan pada tahun 2012 dengan nama program “Save Brantas”</li> <li>2. Gudang Garam memberikan bantuan sarana sekolah seperti seragam, meja, kursi dan lemari buku, serta membuka kesempatan magang bagi pelajar dan mahasiswa, serta melayani kunjungan akademis/studi banding dari berbagai institusi pendidikan</li> <li>3. Perseroan juga kerap berpartisipasi dalam menjaga tali silaturahmi yang terjalin dengan baik antar umat beragama khususnya di wilayah Kediri.</li> <li>4. Melalui kerjasama dengan Pemerintah Kota Kediri dan Radar Kediri yang merupakan anggota Grup Jawa Pos, Gudang Garam turut berperan secara aktif dalam kegiatan penyelamatan Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas dalam kegiatan “Ekspedisi Brantas”</li> <li>5. Selama bertahun-tahun Gudang Garam banyak memberikan bantuan untuk penyelenggaraan program olah raga di daerah, terutama tenis meja dan bola basket</li> <li>6. Karyawan Gudang Garam ikut menyumbangkan darah dalam program yang diselenggarakan oleh Palang Merah Indonesia</li> </ol>

2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perseroan melanjutkan program “Save Brantas” dengan membantu masyarakat di Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas untuk memiliki mata pencaharian baru menjadi petani ikan air tawar dalam keramba dan mengembangkan usaha agribisnis perikanan.</li> <li>2. Pada tahun 2013, Perseroan memberikan bantuan bahan kebutuhan pokok kepada sejumlah yayasan, panti asuhan, panti wreda dan panti cacat</li> <li>3. Pada tahun 2013, Gudang Garam terus memberikan beasiswa dan bantuan renovasi sekolah dan ruang kelas serta sarana sekolah seperti meja, kursi, lemari buku, alat tulis, laptop dan seragam, serta membuka kesempatan magang di Perseroan bagi pelajar dan mahasiswa,</li> <li>4. Perseroan juga kerap berpartisipasi dalam menjaga tali silaturahmi yang terjalin dengan baik antar umat beragama khususnya di wilayah Kediri.</li> <li>5. Pada tahun 2013, 1.000 karyawan Gudang Garam ikut menyumbangkan darah dalam program donor darah yang diselenggarakan oleh Palang Merah Indonesia.</li> <li>6. Gudang Garam banyak memberikan bantuan untuk penyelenggaraan program olah raga di daerah, terutama tenis meja dan bola basket</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pada tahun 2014, bantuan sosial Perseroan meliputi antara lain penyediaan bantuan pokok bagi yayasan lokal dan panti asuhan.</li> <li>2. mendukung berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh paguyuban keagamaan setempat dan terus memberikan bantuan untuk sarana peribadatan dan prasarana lainnya. Selama bulan Ramadhan, buka puasa bersama juga dilakukan bersama masyarakat setempat.</li> <li>3. Pada tahun 2014, kami melakukan penataan ulang pasar di sekitar area perusahaan kami di Kediri untuk menjaga kebersihan serta kelancaran lalu lintas</li> <li>4. Perseroan juga kerap mendukung program pendidikan antara lain melalui pemberian beasiswa serta bantuan renovasi sekolah.</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peristiwa meletusnya Gunung Kelud setahun lalu membuat kehidupan warga terganggu dan harta-benda mereka rusak. Bantuan darurat yang kami berikan kepada mereka telah kami uraikan dalam laporan tahunan 2014. Sejak itu, kehidupan masyarakat setempat kian membaik.</li> <li>2. Selama bulan Ramadhan kami mengadakan buka puasa bersama tokoh masyarakat dan aparat pemerintah, tokoh agama, pihak kepolisian dan TNI.</li> <li>3. Program perbaikan rumah, yang dikenal dengan sebutan Bedah Rumah, diadakan di Kediri. Selain itu Perseroan mendanai</li> </ol>

	<p>pengadaan fasilitas penerangan jalan umum dan pembangunan pos siskamling.</p> <p>4. Selama bertahun-tahun, kami aktif memberikan bantuan untuk penyelenggaraan program olah raga di daerah, terutama panjat tebing dan bola basket. Perusahaan juga terus mendukung program pendidikan antara lain melalui pemberian beasiswa serta bantuan renovasi sekolah.</p> <p>5. Pada tahun 2015, sekitar 1.000 orang karyawan Gudang Garam berpartisipasi dalam kegiatan donor darah yang dikelola oleh Palang Merah Indonesia.</p>
--	--

### C. PT. Indofarma

Sejarah panjang PT Indofarma (Persero) Tbk, atau “Perseroan”, berawal dari tahun 1918 di sebuah pabrik skala kecil di lingkungan Rumah Sakit Pusat Pemerintah Kolonial Belanda yang pada saat itu hanya memproduksi beberapa jenis salep dan kasa pembalut. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha Perseroan berkembang menambah tablet dan injeksi dalam rangkaian lini produksinya. Sempat dikuasai oleh Pemerintah Jepang pada tahun 1942 di bawah manajemen Takeda Pharmaceutical, Perseroan kembali diambil alih oleh Pemerintah Indonesia pada tahun 1950 melalui Departemen Kesehatan.

Peran Perseroan dalam bidang farmasi dan kesehatan semakin penting dalam memproduksi obat-obat esensial untuk kesehatan masyarakat. Pada tanggal 11 Juli 1981 status Perseroan berubah menjadi badan hukum berbentuk Perusahaan Umum Indonesia Farma (Perum Indofarma). Status Perseroan kembali berubah pada tahun 1996 menjadi PT Indofarma (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No. 34 tahun 1995 dengan akta

pendirian berdasarkan Akta No. 1 tanggal 2 Januari 1996 yang diubah dengan Akta No. 134 tanggal 26 Januari 1996.

Pada tahun 2000 Perseroan telah mendapatkan sertifikasi ISO 9001 : 1994 dan terus memperbaharainya secara berkala. Ditahun yang sama, Perseroan melakukan pengembangan ke hilir dalam bidang distribusi dan perdagangan dengan melakukan ekspansi pendirian anak perusahaan PT Indofarma Global Medika (IGM) melalui prosentase kepemilikan sebesar 99,999%. Hingga 31 Desember 2015, IGM memiliki 34 cabang dengan jumlah SDM mencapai 763 karyawan. IGM juga telah memiliki sertifikasi ISO 9001: 2008 dan OHSAS 18001: 2007.

Pada tanggal 17 April 2001 Perseroan melakukan penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham “INAF” yang kemudian mengubah status Perseroan menjadi PT Indofarma (Persero) Tbk. Saat ini, Perseroan telah memproduksi sebanyak hampir 200 jenis obat yang terdiri dari beberapa kategori produk, yaitu Obat Generik Berlogo (OGB), Over The Counter (OTC), obat generik bermerek, dan lain-lain. Di tahun 2012, Perseroan mendorong salah satu profit centernya melalui kebijakan komersialisasi unit usaha Indomach, produsen mesin pabrik farmasi. Hingga saat ini, Indomach menjadi satu-satunya produsen mesin pengemasan untuk produk farmasi di Indonesia. Untuk mendukung upaya pengembangan produk, Perseroan memiliki Entitas anak kepemilikan tidak langsung, yaitu PT Farmalab Indoutama yang melaksanakan kegiatan di bidang Bioavailabilitas – Bioekivalensi (BA/BE).

**Tabel 4.5**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Indofarma**

TAHUN	CSR YG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan</li> <li>2. Program Kemitraan</li> <li>3. Program Bina Lingkungan</li> <li>4. Program Pendidikan</li> <li>5. Peningkatan Kesehatan</li> <li>6. Program Pelestarian Lingkungan</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan</li> <li>2. Program Kemitraan</li> <li>3. Program Bina Lingkungan</li> <li>4. Program Pendidikan</li> <li>5. Peningkatan Kesehatan</li> <li>6. Program Pelestarian Lingkungan</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Indofarma telah melakukan kegiatan sosial untuk mendukung kegiatan belajar dan mengajar di berbagai institusi pendidikan.</li> <li>2. Masa depan planet Bumi terletak di tangan manusia. Oleh karena itu, setiap pihak, termasuk Indofarma wajib untuk turut aserta melakukan bagiannya dalam melestarikan hijaunya Bumi.</li> <li>3. Kepedulian Indofarma terhadap masyarakat kurang mampu telah diwujudkan secara nyata melalui pemberian bantuan pengobatan gratis, Posyandu untuk peningkatan kesehatan balita dan anak-anak di sekitar area Perusahaan.</li> <li>4. Indofarma telah melakukan pembangunan sarana ibadah yang dibarengi dengan kegiatan keagamaan di pesantren ataupun yayasan yang mengelola pendidikan dasar keagamaan</li> <li>5. Fokus untuk membenahi kesehatan masyarakat dengan mengadakan khitanan gratis secara massal bagi anak-anak di sekitar area Perusahaan.</li> <li>6. Indofarma mempunyai tanggung jawab baik secara sosial maupun etika sehingga Perusahaan berkewajiban untuk memproduksi produk farmasi bermutu.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanggung Jawab dalam Aspek Sosial Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Tanggung Jawab dalam Aspek Ekonomi Perolehan dan Nilai Ekonomi Langsung</li> <li>3. Komitmen Terhadap Ketenagakerjaan dan Keselamatan Kerja</li> <li>4. Tanggung Jawab Terhadap Produk</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan Energi yang Efektif dan Efisien. Penggunaan listrik dilakukan dengan perhitungan Waktu Beban Puncak (WBP), yaitu Pk.18.00-Pk.22.00, dan Luar Waktu Beban Puncak (LWBP), Pk.22.00-Pk.18.00</li> <li>2. Pengelolaan Limbah Produksi Sebagai perusahaan yang bergerak dalam produksi obat, pengolahan limbah produksi menjadi perhatian yang penting bagi Perseroan.</li> <li>3. Tanggung Jawab dalam Aspek Ekonomi: Perolehan Dan Nilai Ekonomi Langsung</li> </ol>

#### D. PT. Indofood

Dalam dua dekade terakhir, Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Kini Indofood dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Indofood memperoleh manfaat dari skala ekonomis serta ketangguhan model bisnisnya yang terdiri dari lima Kelompok Usaha Strategis ("Grup") yang saling melengkapi sebagai berikut:

##### 1. Produk Konsumen Bermerek (CBP)

Dengan didukung oleh merek – merek produknya, group CBP memproduksi produk konsumen bermerek antara lain mie instan, *dairy*,

makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, dan minuman.

2. Bogasari

Grop ini memiliki kegiatan usaha utama memproduksi tepung dan pasta, didukung oleh unit usaha perkapalan dan kemasan.

3. Agribisnis

Kegiatan usaha utama Grup Agribisnis meliputi penelitian pengembangan, pemuliaan benih bibit, pembudidayaan dan pengelolaan kelapa sawit hingga produksi dan pemasaran produk minyak goreng, margarin dan *shortening*. Disamping itu, kegiatan usaha Grop ini juga mencakup pembudidayaan dan pengolahan karet dan tebu serta tanaman lainnya.

4. Distribusi

Dengan jaringan distribusi yang paling luas di Indonesia, Grup ini mendistribusikan sebagian besar produk konsumen Indofoof dengan anak-anak perusahaannya, serta berbagai pihak ketiga.

5. Budidaya dan pengolahan sayuran

Grop ini menjalankan kegiatan usaha terintegrasi yang didorong oleh permintaan dengan kemampuan budidaya dan pengolahan yang beragam, serta memproduksi produk bermerek.

**Tabel 4.6**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Indofood**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembangunan sumber daya manusia.</li> <li>2. Program bantuan sarana pendidikan.</li> <li>3. Rehabilitasi rumah tinggal.</li> <li>4. Kemitraan dengan petani.</li> <li>5. Fasilitas Pengelolaan limbah.</li> <li>6. Mendirikan posko untuk korban banjir.</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Praktik perkebunan yang berkelanjutan.</li> <li>2. Bank sampah kemasan.</li> <li>3. Pembangunan rumah pintar.</li> <li>4. Peduli pendidikan anak jalanan</li> <li>5. Program bedah rumah.</li> <li>6. Menjalin kemitraan dengan petani.</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Praktik perkebunan yang berkelanjutan.</li> <li>2. Bank sampah kemasan.</li> <li>3. Pembangunan rumah pintar.</li> <li>4. Peduli pendidikan anak jalanan</li> <li>5. Program bedah rumah.</li> <li>6. Membangun sumber daya melalui pendidikan</li> <li>7. Membangun sumber daya melalui biddang gizi.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Praktik perkebunan yang berkelanjutan.</li> <li>2. Bank sampah kemasan.</li> <li>3. Pembangunan rumah pintar.</li> <li>4. Peduli pendidikan anak jalanan</li> <li>5. Program bedah rumah.</li> <li>6. Membangun sumber daya melalui pendidikan.</li> <li>7. Membangun sumber daya melalui biddang gizi.</li> <li>8. Peningkatan kapasitas pengerajin tempe.</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Praktik perkebunan yang berkelanjutan.</li> <li>2. Bank sampah kemasan.</li> <li>3. Pembangunan rumah pintar.</li> <li>4. Peduli pendidikan anak jalanan</li> <li>5. Program bedah rumah.</li> <li>6. Membangun sumber daya melalui pendidikan.</li> <li>7. Membangun sumber daya melalui biddang gizi.</li> <li>8. Peningkatan kapasitas pengerajin tempe</li> </ol>

### **E. PT. Indofood CBP**

ICBP merupakan salah satu produsen produk konsumen bermerek yang mapan dan terkemuka, dengan kegiatan usaha utama antara lain mi instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus serta minuman. Guna mendukung kegiatan usaha utamanya, ICBP juga menjalankan kegiatan usaha kemasan yang memproduksi baik kemasan fleksibel maupun karton.

Kami menawarkan berbagai pilihan produk solusi sehari-hari bagi konsumen di segala usia dan segmen pasar, melalui lebih dari 40 merek produk. Banyak di antara merek-merek tersebut merupakan merek terkemuka dengan posisi pasar yang signifikan di Indonesia, serta memperoleh kepercayaan dan loyalitas jutaan konsumen selama bertahun-tahun.

Dengan didukung oleh jaringan distribusi yang ekstensif dari perusahaan induk, sebagian besar produk kami telah tersedia di seluruh nusantara, dan kami juga dapat memenuhi permintaan pasar secara tepat waktu dan lebih efisien. Kegiatan operasional yang dijalankan oleh lebih dari 50 pabrik yang tersebar di berbagai wilayah utama di Indonesia, membantu kami untuk berada lebih dekat dengan permintaan dan dapat memastikan kesegaran produk-produk kami di pasar. Selain itu, produk-produk kami juga telah hadir di lebih dari 60 negara di dunia.

**Tabel 4.7**  
**Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Indofood CBP**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembangunan Sumber Daya Manusia.</li> <li>2. Partisipasi Aktif dalam Kegiatan Komunitas.</li> <li>3. Peningkatan Nilai Ekonomi</li> <li>4. Solidaritas Kemanusiaan</li> <li>5. Menjaga Kelestarian Lingkungan Hidup</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembangunan Sumber Daya Manusia.</li> <li>2. Partisipasi Aktif dalam Kegiatan Komunitas.</li> <li>3. Peningkatan Nilai Ekonomi</li> <li>4. Solidaritas Kemanusiaan</li> <li>5. Menjaga Kelestarian Lingkungan Hidup</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembangunan Sumber Daya Manusia.</li> <li>2. Partisipasi Aktif dalam Kegiatan Komunitas.</li> <li>3. Peningkatan Nilai Ekonomi</li> <li>4. Solidaritas Kemanusiaan</li> <li>5. Menjaga Kelestarian Lingkungan Hidup</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembangunan Sumber Daya Manusia.</li> <li>2. Partisipasi Aktif dalam Kegiatan Komunitas.</li> <li>3. Peningkatan Nilai Ekonomi</li> <li>4. Solidaritas Kemanusiaan</li> <li>5. Menjaga Kelestarian Lingkungan Hidup</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembangunan Sumber Daya Manusia.</li> <li>2. Partisipasi Aktif dalam Kegiatan Komunitas.</li> <li>3. Peningkatan Nilai Ekonomi</li> <li>4. Solidaritas Kemanusiaan</li> <li>5. Menjaga Kelestarian Lingkungan Hidup</li> </ol>

#### **F. PT. Kimia Farma**

PT Kimia Farma (Persero) Tbk selanjutnya disebut “Perseroan” didirikan berdasarkan akta No. 18 tanggal 16 Agustus 1971 dan diubah dengan akta perubahan No. 18 tanggal 11 Oktober 1971 keduanya dari Notaris Soelaeman Ardjasmita, di Jakarta. Akta perubahan ini telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat

Keputusan No. J.A.5/184/21 tanggal 14 Oktober 1971, yang didaftarkan pada buku registrasi No. 2888 dan No.2889 tanggal 20 Oktober 1971 di Kantor Pengadilan Negeri Jakarta serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No.90 tanggal 9 November 1971 dan Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 508.

Anggaran Dasar Perseroan telah beberapa kali mengalami perubahan. Perubahan tentang modal disetor terakhir dengan akta No.45 tanggal 24 Oktober 2001 dari Imas Fatimah, S.H., notaris di Jakarta. Akta perubahan ini telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C-12746HT.01.04.TH.2001 tanggal 8 November 2001. Pada tahun 2008, Anggaran Dasar mengalami perubahan dengan akta No. 79 tanggal 20 Juni 2008 dari Imas Fatimah, S.H., notaris di Jakarta.

**Tabel 4.8**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Kimia Farma**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha penanggulangan hiv/aids</li> <li>2. Program kemitraan</li> <li>3. Penyaluran dana kemitraan</li> <li>4. Program bina lingkungan</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha penanggulangan hiv/aids</li> <li>2. Program kemitraan</li> <li>3. Penyaluran dana kemitraan</li> <li>4. Program bina lingkungan</li> <li>5. Komitmen perseroan terhadap kesehatan Dan keselamatan kerja, dan lingkungan</li> <li>6. Pengakuan perseroan atas hak-hak karyawan</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha penanggulangan hiv/aids</li> <li>2. Program kemitraan</li> <li>3. Penyaluran dana kemitraan</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Program bina lingkungan</li> <li>5. Komitmen perseroan terhadap kesehatan Dan keselamatan kerja, dan lingkungan</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha penanggulangan hiv/aids</li> <li>2. Program kemitraan</li> <li>3. Penyaluran dana kemitraan</li> <li>4. Program bina lingkungan</li> <li>5. Komitmen perseroan terhadap kesehatan Dan keselamatan kerja, dan lingkungan</li> <li>6. Pengakuan perseroan atas hak-hak karyawan</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program eco friendly membangun sistem &amp; perilaku ramah lingkungan.</li> <li>2. Program “gerakan menanam 1000 bibit pohon” di bandung</li> <li>3. Komitmen perseroan terhadap kesehatan Dan keselamatan kerja, dan lingkungan</li> <li>4. Pengakuan perseroan atas hak-hak karyawan</li> </ol>

#### G. PT. Mandom Indonesia

Sesuai Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, Maksud dan Tujuan serta Kegiatan Usaha Perseroan adalah sebagai berikut:

1. Maksud dan tujuan dari Perseroan ini ialah berusaha dalam bidang usaha pokok sebagai industri dan perdagangan
2. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, Perseroan dapat melaksanakan kegiatan usaha utama dan kegiatan usaha penunjang sesuai dengan izin kegiatan usaha yang dimiliki dan yang diperoleh dari instansi yang berwenang sebagai kegiatan usaha utama mendirikan pabrik untuk memproduksi berbagai rupa produk kosmetika, wangi-wangian, toiletries, bahan pembersih / pembekalan kesehatan rumah tangga, kemasan plastik dan barang-barang dari plastik lainnya, bergerak dalam bidang perdagangan dalam negeri maupun luar negeri dari produk-produk.

**Tabel 4.9**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Mandom Indonesia**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. penanganan limbah baik itu limbah produksi maupun domestik sehingga tidak menimbulkan dampak negatif pada lingkungan.</li> <li>2. Perseroan telah menjalin kerja sama dengan Universitas Nasional di Jakarta. Tahun 2011 adalah tahun ke-5 penyelenggaraan Kanji Contest,</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perseroan membangun pengolahan limbah industri. Selain itu, Perseroan juga memiliki instalasi pengolahan limbah.</li> <li>2. Kerjasama Perseroan dengan Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta tentang Peningkatan Penyelenggaraan Pendidikan dan Pelatihan Bidang Kewirausahaan pada Lembaga Pendidikan di Provinsi DKI Jakarta</li> <li>3. donor darah yang dilaksanakan setiap tahun bersamaan dengan ulang tahun Perseroan di bulan April.</li> <li>4. Sumbangan ke Panti Asuhan dan kegiatan sosial lainnya yang jumlahnya setiap tahun semakin meningkat</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perseroan membangun pengolahan limbah industri. Selain itu, Perseroan juga memiliki instalasi pengolahan limbah.</li> <li>2. Kerjasama Perseroan dengan Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta tentang Peningkatan Penyelenggaraan Pendidikan dan Pelatihan Bidang Kewirausahaan pada Lembaga Pendidikan di Provinsi DKI Jakarta</li> <li>3. donor darah yang dilaksanakan setiap tahun bersamaan dengan ulang tahun Perseroan di bulan April. Sumbangan ke Panti Asuhan dan kegiatan sosial lainnya yang jumlahnya setiap tahun semakin meningkat</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengolahan, Pengawasan dan Pemanfaatan Kembali Limbah</li> <li>2. Mewujudkan Lingkungan Kerja yang Sehat</li> <li>3. Menciptakan Produk yang Ramah Lingkungan</li> <li>4. Mewujudkan Bisnis yang Berkelanjutan melalui Kegiatan Edukasi</li> <li>5. Menciptakan Produk Terbaik, Meningkatkan Kepercayaan Konsumen</li> <li>6. Menghargai Karyawan, Membentuk Komunitas Manusia yang Terus Berkembang</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengolahan dan Pengawasan Limbah</li> <li>2. Mewujudkan Lingkungan Kerja yang Sehat</li> <li>3. Menciptakan Produk yang Ramah Lingkungan</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Berpartisipasi Wujudkan Masyarakat yang Terus Berkembang</li> <li>5. Terus Berupaya Menghadirkan Produk Terbaik, dari Konsumen dan untuk Konsumen</li> </ol>
--	--

#### H. PT. Martina Berto

Dr. HC. Martha Tilaar mengawali usaha dengan membuka salon kecantikan pada tahun 1970. Selain itu beliau terus menimba ilmu tentang kecantikan dan perawatan tubuh ke pusat kecantikan di Amerika dan Eropa. Hal inilah yang membangkitkan semangat dan kesadaran beliau bahwa bahan baku yang berasal dari Indonesia jika diolah dengan baik dan professional dapat menghasilkan kosmetika alami dan jamu tradisional yang dapat mempercantik wanita Indonesia dan dunia secara holistic.

Setelah sukses dalam bisnis salon kecantikan dengan beberapa salon di Jakarta, Ibu Martha Tilaar mendirikan sekolah kecantikan Puspita Martha yang mencetak ahli kecantikan, penata rias, penata rambut dan terapis. Salon dan sekolah tersebut dioperasikan dibawah bendera PT Martha Beauty Gallery. Kesuksesan tersebut mendorong Ibu Martha Tilaar memulai untuk memproduksi kosmetika dan jamu dan mendirikan PT Martina Berto pada tanggal 1 Juni 1977 dengan mitra usaha yaitu Bapak Bernard Pranata (alm) dan Ibu Theresia Harsini Setiady.

Adapun merek pertama yang diproduksi dan dipasarkan adalah “Sari Ayu Martha Tilaar” sebagai kosmetika alami yang berkonsep holistik, dengan laboratorium praktek di salon dan sekolah kecantikan tersebut. Hal ini menyebabkan produkproduk Sari Ayu Martha Tilaar selalu berkiblat kepada

pendidikan dan layanan konsumen yang praktis dan mudah diterapkan. Karena sambutan pasar yang tinggi maka pada tanggal 22 Desember 1981 didirikan pabrik modern yang pertama PT Martina Berto di Jl. Pulo Ayang, Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta Timur. Dengan berjalannya waktu, pabrik kekurangan kapasitas produksi, kemudian pada tahun 1986 didirikan pabrik kedua di Jl. Pulokambing II/1, Kawasan Industri Pulo Gadung dengan konsentrasi pada kosmetika kering, semi padat dan jamu sedangkan pabrik yang pertama dikonsentrasikan pada produk kosmetika cair. Pada periode 1988 - 1994 Perseroan melahirkan merek-merek kosmetika baru seperti Cempaka, Martina, Pesona, Biokos Martha Tilaar, Caring Colours Martha Tilaar dan Belia Martha Tilaar untuk mengantisipasi permintaan pasar yang meningkat. Produk-produk ini telah membantu menyerap kapasitas pabrik cukup besar.

Perubahan strategis berikutnya setelah tahun 2000 adalah penataan ulang atas merek-merek, yang terbagi dalam 2 kelompok, yaitu: merek-merek yang berlabel "Martha Tilaar" dengan lisensi dari Dr. Martha Tilaar dan keluarga, dan merek-merek yang tetap menjadi hak intelektual Perseroan seperti "Cempaka" dan "Pesona". Periode 1993 - 1995 Perseroan mengakuisisi beberapa anak perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik, yaitu PT Cede-ndo (CDF), PT Kurnia Harapan Raya (KHR) dan PT Estrella Laboratories (Estrella).

**Tabel 4.10**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Martina Berto**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendukung pelestarian lingkungan melalui pengkayaan tanaman obat, kosmetika dan aromatic (OKA), implementasi budidaya organik tanaman OKA,</li> <li>2. Pendidikan, dan pelatihan masyarakat petani penghasil produk pertanian khususnya tanaman OKA.</li> <li>3. Melestarikan dan menjaga kearifan budaya lokal khususnya yang berkaitan dengan kekayaan sumber daya alam,</li> <li>4. Pemberdayaan perempuan untuk turut dapat menopang kebutuhan keluarga sebagai mitra kepala rumah tangga melalui berbagai kegiatan dan usaha.</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melestarikan tanaman obat Indonesia (khususnya untuk spesies langka dan endemic).</li> <li>2. Penghutan dan penghijauan lahan tandus di area KaDO dengan menanaminya dengan tanaman obat.</li> <li>3. Melestarikan sumber daya air serta menyiapkan mendukung prakarsa CEO-Water Mandate.</li> <li>4. Pelatihan untuk pertanian organik untuk petani.</li> <li>5. Program pengentasan kemiskinan melalui.</li> <li>6. Melestarikan dan menjaga kearifan budaya lokal khususnya yang berkaitan dengan kekayaan sumber daya alam.</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berperan serta dalam peringatan World Water Day bersama dengan GCB (Gerakan Ciliwung Bersih)</li> <li>2. Melanjutkan program Kali Gajahwong yang menginjak tahun ke-2</li> <li>3. Mendukung program Martha Tilaar Goes to Campuss bersama dengan Brand Caring Colors dan HRGA Department.</li> <li>4. Berperan aktif pada International Spice Conference di Ambon, serta menjalankan program-program dari DRI.</li> <li>5. Program pemberdayaan perempuan bekerjasama dengan Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) DKI.</li> <li>6. Berpartisipasi dalam gerakan tanam pohon bersama Yayasan KEHATI.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampoeng Djamoeh Organik Martha Tilaar, menjadi kebun herbal organik dan menyediakan program pendidikan yang menyeluruh untuk meningkatkan sikap, rohani dan keseimbangan moral kita.</li> <li>2. Hutan Jamu – Imogiri, Yogyakarta, sasaran menghijaukan lahan kering milik kerajaan di wilayah pegunungan Imogiri.</li> <li>3. Pelatihan untuk pertanian organik untuk petani.</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beauty in Women, dapat diartikan sebagai pemberdayaan perempuan.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Beauty education, adalah kegiatan Perseroan di bidang pendidikan.</li> <li>3. Beauty culture, merupakan kegiatan cinta budaya dan program pelestarian.</li> <li>4. Beauty Green, adalah gerakan hijau yang merupakan komitmen kami dari sejak awal berdirinya perusahaan ini.</li> <li>5. Program penerapan air limbah domestic melaluipembuatan STP komunal.</li> </ol>
--	--

### I. PT. Nippon Indosari Corpindo

Visi perusahaan adalah Menjadi perusahaan roti terbesar di Indonesia dengan menghasilkan dan mendistribusikan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau bagi rakyat Indonesia dan misi perusahaan adalah Membantu meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia dengan memproduksi dan mendistribusikan makanan yang bermutu tinggi, sehat, halal dan aman bagi pelanggan.

Berdiri sebagai sebuah perusahaan Penanaman Modal Asing dengan nama PT. Nippon Indosari Corporation pada tahun 1995. Perseroan beroperasi secara komersial dengan memproduksi roti “Sari Roti”. Perseroan beroperasi secara komersial dengan memproduksi roti “Sari Roti”. Meningkatkan kapasitas produksi dengan menambahkan dua lini mesin (roti tawar dan roti manis).

Perseroan membuka pabrik kedua di Pasuruan, Jawa Timur dan Perseroan membuka pabrik ketiga di Cikarang, Jawa Barat. Perseroan melakukan Penawaran Umum Saham Perdana pada tanggal 28 Juni 2010 di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten ROTI. Perseroan membangun tiga pabrik di Semarang (Jawa Tengah), Medan (Sumatera Utara) dan Cibitung

(Jawa Barat). Perseroan membangun dua pabrik baru di Palembang (Sumatera Selatan) dan Makassar (Sulawesi Selatan), serta menambahkan masing-masing satu lini mesin pada tiga pabrik yang telah ada di Pasuruan, Semarang dan Medan.

**Tabel 4.11**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Nippon Indosari**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perseroan aktif dalam memberikan santunan ke beberapa yayasan atau panti asuhan.</li> <li>2. Secara konsisten, Perseroan mendukung berbagai program bantuan bagi masyarakat yang tertimpa musibah bencana alam.</li> <li>3. menyelenggarakan program mudik bersama untuk penjaja Sari Roti keliling.</li> <li>4. Perseroan ikut serta dalam program penyuluhan Anti Narkoba untuk mensukseskan salah satu program pemerintah</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengobatan dan pemeriksaan kesehatan bagi Masyarakat melalui kegiatan bakti sosial.</li> <li>2. Program Mudik Gratis 2012</li> <li>3. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelolaan Lingkungan Hidup.</li> <li>2. Program “Ayo Sekolah”, guna mendukung kebutuhan pendidikan putra-putri Karyawan.</li> <li>3. Bantuan bagi Karyawan yang tertimpa bencana.</li> <li>4. Pemberian kurban dalam acara Idul Adha</li> <li>5. Bantuan kepada masyarakat yang menjadi korban banjir di beberapa wilayah.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelolaan Lingkungan Hidup.</li> <li>2. Bantuan berupa tas sekolah Sari Roti kepada 1.484 murid sekolah dan anak yatim piatu.</li> <li>3. Bantuan kepada masyarakat korban banjir di beberapa wilayah.</li> <li>4. Penyuluhan anti narkoba bersama BNN.</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelolaan Lingkungan Hidup.</li> <li>2. Bantuan berupa tas sekolah Sari Roti kepada 1.484 murid sekolah dan anak yatim piatu.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Bantuan kepada masyarakat korban banjir di beberapa wilayah.</li> <li>4. Penyuluhan anti narkoba bersama BNN.</li> </ol>
--	--

#### J. PT. Parsidha Aneka Niaga

PT Prasadha Aneka Niaga Tbk (IDX:PSDN) merupakan perusahaan multinasional yang kegiatan dan usaha utamanya adalah pengolahan dan perdagangan karet remah, kopi bubuk, kopi instan, serta kopi biji. Produksi karet remah dilakukan Kantor Cabang Perseroan di Palembang, Sumatera Selatan. Produksi kopi bubuk, kopi instan dan ekstrak kopi dilakukan oleh anak perusahaan Perseroan yaitu PT. Aneka Coffee Industry di Sidoarjo, Jawa Timur. Pengolahan kopi biji dilakukan di Kantor Cabang Perseroan di Palembang dan Bandar Lampung dan anak Perusahaan PT. Aneka Bumi Kencana di Surabaya. Perseroan didirikan dengan Akta Pendirian nomor 7 tanggal 16 April 1974, semula bernama PT Aneka Bumi Asih dan berkedudukan di Jakarta. Mendapat Pengesahan dengan Surat Keputusan Menteri Kehakiman nomor Y.A.5/358/23 tanggal 3 Oktober 1974 dan diumumkan dalam Berita Negara nomor 37 tanggal 10 Mei 1994, Tambahan nomor 2488.

**Tabel 4.12**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Prasadha Aneka Niaga**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setiap 4 bulan mengadakan donor darah bekerja sama dengan PMI cabang kota Surabaya.</li> <li>2. Melakukan medical check-up karyawan.</li> <li>3. Bakti sosial dalam rangka menyambut Hari Raya Idul Fitri berupa pembagian sembako untuk fakir miskin di sekitar</li> </ol>

	<p>perusahaan serta setiap bulan menyantuni orang jompo dan anak yatim.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Membantu korban bencana alam gunung merapi di Yogyakarta serta korban lumpur Lapindo.</li> <li>5. Mengikuti lomba K3 tingkat Propinsi sampai ke tingkat Pusat dan berhasil meraih penghargaan Zero Accident Award tahun 2011.</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perseroan secara swadaya telah mendirikan Poliklinik yang berlokasi di areal kantor Perseroan.</li> <li>2. Perbaikan Jembatan Sungai Sikung Jl. Ki Kemas Rindho yang berlokasi di sekitar perusahaan.</li> <li>3. Perseroan mengadakan kegiatan berupa pemotongan hewan Qurban</li> <li>4. Mengadakan bakti sosial dengan mengumpulkan sampah yang dapat di daur ulang kembali.</li> <li>5. Kunjungan dari Polresta Taman, Sidoarjo pada bulan Oktober 2012. Kunjungan ini juga bertujuan untuk memupuk silaturahmi.</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaikan Jalan dan Jembatan</li> <li>2. Pemberian Bantuan Beras</li> <li>3. Kegiatan Donor Darah</li> <li>4. Kantor Perseroan di Sidoarjo memberikan sumbangan sembako kepada warga yang kurangmampu di sekitar perusahaan pada Hari Raya IdulFitri.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaikan Jembatan di Jl.Kemas Rindho, Kertapati,Palembang yang berlokasi disekitar Perseroan</li> <li>2. Pembuatan jembatan baru untuk akses perumahan karyawan dan masyarakat sekitar Perseroan</li> <li>3. Pemotongan hewan Qurban dalam rangka memperingati Hari Raya Idul Adha 1435 H</li> <li>4. Sumbangan untuk membantu korban bencana alam erupsi Gunung Kelud</li> <li>5. Kegiatan donor darah Karyawan Perseroan</li> <li>6. Bakti Sosial untuk membantu korban erupsi Gunung Kelud.</li> <li>7. Kegiatan donor darah Karyawan Perseroan</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Team Pemadam Bahaya Kebakaran (PBK ) perusahaan turut aktif dalam pemadaman kebakaran lahan maupun pemukiman warga sekitar.</li> <li>2. Penyerahan bantuan renovasi Puskesmas yang berlokasi di depan kompleks pabrik.</li> <li>3. Kegiatan Posyandu balita yang rutin di laksanakan setiap bulan.</li> <li>4. Kegiatan Posyandu manula yang rutin di lakukan setiap bulan.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Memberikan bantuan hewan Qurban untuk Desa Trosobo berupa 1 ekor sapi dan 1 ekor kambing waktu Idul Adha 1436 H.</li> <li>6. Memberikan santunan untuk orang-orang jompo di sekitar perusahaan.</li> </ol>
--	--

#### K. PT. Pyridam Farma

Ir. Sarkri Kosasih mendirikan PT Pyridam pada tanggal 27 Nopember. Kegiatan awal yang menjadi tulang punggung perseroan adalah memproduksi dan memasarkan obat-obatan untuk hewan, dimana pemasarannya dilakukan melalui para agen penjualan yang tersebar di kota-kota besar Indonesia. Usaha ini berhasil dan berkembang pesat. PT Pyridam melakukan diversifikasi sebagai langkah pengembangan dengan memproduksi dan mengembangkan obat-obatan untuk manusia. Dalam kurun waktu yang sama PT Pyridam juga memperoleh kepercayaan beberapa perseroan luar negeri untuk memasarkan produk alat kesehatan khususnya untuk sektor laboratorium.

Visi Pyridam Farma adalah Menjadi perusahaan farmasi yang dikenal dan terpendang di pasar nasional, regional dan internasional dan sebagai produsen dan pemasok produk-produk farmasi yang terpercaya dan handal karena unggul dalam kualitas, inovasi dan pelayanan. Misi dari Pyridam Farma adalah Melayani masyarakat dengan sepenuh hati, baik nasional, regional maupun internasional dengan produk inovatif dan bermutu tinggi dan senantiasa melakukan pengembangan produk untuk meraih hidup sehat yang lebih baik.

**Tabel 4.13**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Pyridam Farma**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembuatan turap di kawasan Cibodas dekat pabrik;</li> <li>2. Pembuatan pagar tembok pembatas rumah dinas Camat;</li> <li>3. Pembuatan saluran air untuk pengaliran air ke desa sekitar;</li> <li>4. Pemberian air bersih ke penduduk desa sekitar;</li> <li>5. Pembuatan penangkal petir;</li> <li>6. Pemberian sumbangan obat kepada Yon Armed 6.</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan pembuatan gapura Batalyon Armed 5;</li> <li>2. Pembuatan bronjong penahan arus sungai di desa Cibodas;</li> <li>3. Bantuan rekonstruksi jembatan jalan desa Cibodas yang longsor;</li> <li>4. Sumbangan tangki penampung air untuk warga sekitar pabrik;</li> <li>5. Pemberian sumbangan obat kepada korban longsor;</li> <li>6. Bantuan penambahan kanopi dan sajadah untuk Mesjid Jami di desa Cibodas.</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan pembuatan saluran air untuk penduduk;</li> <li>2. Bantuan pembuatan Pos Kamling;</li> <li>3. Sumbangan kambing kepada warga desa;</li> <li>4. Sumbangan obat rutin untuk Puskesmas desa-desa sekitar pabrik;</li> <li>5. Bantuan sumbangan dana pengadaan susu instan untuk Posyandu desa dimana pabrik berlokasi.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan susu bubuk rutin untuk posyandu di dekat pabrik.</li> <li>2. Bantuan sumbangan kambing untuk dternakan</li> <li>3. Sumbangan obat rutin untuk puskesmas desa-desa sekitar pabrik</li> <li>4. Bantuan sumbangan peralatan tulis untuk sekolah.</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumbangan rutin obat-obatan untuk Puskesmas di sekitar pabrik;</li> <li>2. Bantuan susu bubuk rutin untuk Posyandu di dekat pabrik;</li> <li>3. Bantuan pengeboran sumur untuk masyarakat desa sekitar pabrik;</li> <li>4. Bantuan sumbangan perbaikan sarana ibadah Desa Palasari, Kecamatan Cipanas, Kabupaten Cianjur</li> </ol>

## L. PT. Tempo Scan Pacific

PT Tempo Scan Pacific Tbk (“Perseroan”) dan entitas anaknya merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. PT Tempo Scan Pacific Tbk dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Seiring dengan perjalanan waktu, Perseroan melalui entitas anaknya memproduksi produk kosmetika dan produk konsumen sejak tahun 1977. Alamat kantor pusat Perseroan berlokasi di Tempo Scan Tower, lantai 16, Jl. H.R. Rasuna Said Kav.3-4, Jakarta 12950, Indonesia.

Pada tahun 1994 Perseroan menjadi perusahaan publik dan mencatatkan saham-sahamnya sejumlah 75.000.000 lembar saham di Bursa Efek Indonesia BEI (dahulu Bursa Efek Jakarta/ BEJ). Pada tahun 1995 jumlah saham tersebut telah meningkat menjadi 150.000.000 lembar saham dengan dirubahnya nilainominal masing-masing saham Perseroan dari Rp 1.000 menjadi Rp 500 per lembar saham (pemecahan saham).

Selanjutnya pada tahun 1998, BEI telah menyetujui pencatatan saham Perseroan sebanyak 300.000.000 lembar saham yang berasal dari Penawaran Umum Terbatas yang Pertama, sehingga jumlah saham tercatat Perseroan seluruhnya berjumlah 450.000.000 lembar saham. Pada tahun 2006 jumlah saham tercatat meningkat menjadi 4.500.000.000 lembar saham dengan dirubahnya nilai nominal masing-masing saham Perseroan dari Rp 500 menjadi

Rp 50 per lembar saham (pemecahan saham). Adapun nilai kapitalisasi pasar Perseroan per akhir tahun 2015 adalah sekitar Rp 8 triliun.

**Tabel 4.14**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Tempo Scan Pasific**

TAHUN	CSR YANG DIUNGKAPKAN
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengobatan massal gratis di kelurahan kampung melayu, jakarta timur.</li> <li>2. Khitan massal gratis di yogyakarta</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. “Program Sosial Indonesia Tersenyum</li> <li>2. bodrex Reaksi Cepat</li> <li>3. Viva Glam” di mana setiap penjualan produk tertentu disumbangkan seluruhnya untuk Yayasan yang membantu penderita HIV Aids</li> <li>4. “Tempo Life Savers” yang memberikan bantuan medis untuk pengobatan atau perawatan penyakit-penyakit serius seperti gagal ginjal, stroke, serangan jantung, kanker dan lainnya</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan bRC antara lain adalah pemeriksaan kesehatan gratis, pengobatan gratis, penyuluhan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat</li> <li>2. “Program Sosial Indonesia Tersenyum</li> <li>3. melakukan operasi katarak gratis bagi sekitar 140 yang digelar di Cirebon, Bandung dan Karawang.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan bRC antara lain adalah pemeriksaan kesehatan gratis, pengobatan gratis, penyuluhan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat</li> <li>2. mengadakan pemeriksaan kesehatan gratis dan pengobatan gratis di daerah Bekasi</li> <li>3. memberikan bantuan kemanusiaan kepada para korban letusan gunung Sinabung dalam bentuk obat-obatan dan vitamin.</li> <li>4. “Program Sosial Indonesia Tersenyum</li> <li>5. bodrex Reaksi Cepat</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berbagi Gizi untuk Anak Indonesia” memberikan susu vidoran kepada anak-anak balita Indonesia.</li> <li>2. Kegiatan bRC antara lain adalah pemeriksaan kesehatan gratis, pengobatan gratis, penyuluhan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat</li> <li>3. “Program Sosial Indonesia Tersenyum.</li> </ol>

### **M. PT. Unilever Indonesia**

Rangkaian produk Unilever Indonesia mencakup brand-brand ternama dunia seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Blue Band, Royco, Bango dan lainnya. Tujuan Perseroan kami tidak berubah: kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari; kami membantu konsumen merasnyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati kehidupan melalui brand dan jasa yang memberikan manfaat untuk mereka maupun orang lain; kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan tindakan kecil setiap harinya yang bila digabungkan akan membuat perubahan besar bagi dunia; dan senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami untuk bertumbuh seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan dan meningkatkan dampak positif bagi masyarakat.

Saham Perseroan pertama kali ditawarkan kepada masyarakat pada tahun 1981 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982. Pada akhir 2015 saham Perseroan menempati peringkat ke-empat kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia. Bagi Unilever, sumber daya manusia adalah pusat dari seluruh aktivitas Perseroan. Kami memiliki prioritas untuk mengembangkan profesionalisme, keseimbangan hidup dan kemampuan karyawan kami, yang berjumlah lebih dari 6.000 orang, untuk berkontribusi pada Perseroan. Perseroan juga mengelola dan mengembangkan bisnis perseroan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Nilai-nilai dan standar yang Perseroan terapkan dirangkum dalam Prinsip Bisnis (CoBP), yang juga kami sosialisasikan kepada para mitra usaha termasuk pemasok dan distributor kami. Sebagai perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial, Unilever Indonesia menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang luas berlandaskan kepada prinsip Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang kami miliki. Tiga pilar utama USLP adalah Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan, Mengurangi Dampak terhadap Lingkungan; dan Meningkatkan Penghidupan. Perseroan saat ini memiliki sembilan pabrik di kawasan industri Jababeka, Cikarang dan Rungkut, Surabaya dengan kantor pusat di Jakarta. Produkproduk Perseroan yang terangkum di dalam 39 brand utama dan mendekati 1.000 stock keeping unit (SKU), dipasarkan melalui jaringan yang melibatkan lebih dari 800 distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko di seluruh Indonesia.

**Tabel 4.15**  
**Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Unilever**

<b>TAHUN</b>	<b>CSR YANG DIUNGKAPKAN</b>
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan Kesehatan dan Higienis Masyarakat</li> <li>2. Mengurangi Dampak Lingkungan terhadap Masyarakat</li> <li>3. Sustainable Sourcing dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat</li> <li>4. Menciptakan dampak lebih besar melalui jaringan kerjasama dan media</li> </ol>
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan Kesehatan dan Higienis Masyarakat</li> <li>2. Mengurangi Dampak Lingkungan terhadap Masyarakat</li> <li>3. Sustainable Sourcing dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat</li> <li>4. Program lingkungan masyarakat limbah kemasan habis pakai, kampanye lingkungan</li> </ol>

	5. Sumber lestari dan meningkatkan penghasilan masyarakat.
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerjasama dengan masyarakat, pemerintah daerah dan LSM, kami telah memprakarsai serangkaian kegiatan berbasis masyarakat untuk mengatasi pengelolaan sampah di bawah payung program Green and Clean.</li> <li>2. Meningkatkan Kesehatan dan Higienis Masyarakat</li> <li>3. Mengurangi Dampak Lingkungan terhadap Masyarakat</li> <li>4. Sustainable Sourcing dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.</li> </ol>
2014	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Green and Clean mengembangkan jumlah bank sampah dari 712 bank sampah di 2013 menjadi 976 bank sampah di 2014.</li> <li>2. Meningkatkan Kesehatan dan Higienis Masyarakat</li> <li>3. Mengurangi Dampak Lingkungan terhadap Masyarakat</li> <li>4. Sustainable Sourcing dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.</li> </ol>
2015	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Pemberdayaan Perempuan</li> <li>2. Program Peningkatan Penghidupan</li> <li>3. Program Pengumpulan Sampah</li> <li>4. Mengurangi Konsumsi Air melalui Molto Sekali Bilas</li> <li>5. Meningkatkan Kesehatan dan Higienis Masyarakat</li> <li>6. Mengurangi Dampak Lingkungan terhadap Masyarakat</li> </ol>

## 4.2 Analisa Data

### 4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Pengujian instrumen penelitian baik dari segi validitasnya maupun reabelitasnya terhadap 13 perusahaan diperoleh bahwa hasil instrumen penelitian yang dipergunakan adalah valid dimana nilai probabilitas untuk korelasinya lebih kecil dari 0,05 dan koefisien reabilitas lebih besar dari 0,06. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 4.16**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel CSR (X)**

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
X (CSR)	CSR 2011	0,659	0,014	0,878
	CSR 2012	0,860	0,000	
	CSR 2013	0,877	0,000	
	CSR 2014	0,945	0,000	
	CSR 2015	0,822	0,001	

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan CSR dari tahun 2011 sampai 2015 untuk variabel CSR mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,878. Dengan demikian bahwa CSR dari tahun 2011 sampai 2015 valid dan reliabel.

**Tabel 4.17**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel ROA (Y)**

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
Y (ROA)	ROA 2011	0,974	0,000	0,981
	ROA 2012	0,976	0,000	
	ROA 2013	0,984	0,000	
	ROA 2014	0,973	0,000	
	ROA 2015	0,944	0,000	

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan ROA dari tahun 2011 sampai 2015 untuk variabel ROA mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,981. Dengan demikian bahwa ROA dari tahun 2011 sampai 2015 valid dan reliabel.

**Tabel Uji 4.18**  
**Validitas dan Reliabilitas Variabel ROE (Y)**

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
Y (ROE)	ROE 2011	0,866	0,000	0,838
	ROE 2012	0,855	0,000	
	ROE 2013	0,723	0,000	
	ROE 2014	0,961	0,000	
	ROE 2015	0,968	0,000	

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan ROE dari tahun 2011 sampai 2015 untuk variabel ROE mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,838. Dengan demikian bahwa ROE dari tahun 2011 sampai 2015 valid dan reliabel.

**Tabel Uji 4.19**  
**Validitas dan Reliabilitas Variabel EVA (Y)**

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
Y (EVA)	EVA 2011	0,960	0,000	0,949
	EVA 2012	0,975	0,000	
	EVA 2013	0,951	0,000	
	EVA 2014	0,833	0,000	
	EVA 2015	0,913	0,000	

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan EVA dari tahun 2011 sampai 2015 untuk variabel EVA mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,949. Dengan demikian bahwa EVA dari tahun 2011 sampai 2015 valid dan reliabel.

**Tabel 4.20**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel MVA (Y)**

Kelompok	Nomer Item	Validitas		Koefisien Alpha
		Korelasi (r)	Probabilitas (p)	
Y (MVA)	MVA 2011	0,919	0,000	0,949
	MVA 2012	0,319	0,288	
	MVA 2013	0,054	0,861	
	MVA 2014	0,975	0,000	
	MVA 2015	0,953	0,000	

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan EVA dari tahun 2011 sampai 2015 untuk variabel EVA mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha 0,949. Dengan demikian bahwa EVA dari tahun 2011 sampai 2015 valid dan reliabel.

#### 4.2.2 Uji Hipotesis

##### 4.2.2.1 Pengungkapan CSR Terhadap ROA

**Tabel 4.21**  
**Koefisien Determinasi Majemuk ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.149 <sup>a</sup>	.022	-.067	64.387

a. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,149 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang di sebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Koefesien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,022, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 2,2 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Tabel 4.22**  
**Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1029.828	1	1029.828	.248	.628 <sup>a</sup>
	Residual	45602.172	11	4145.652		
	Total	46632.000	12			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Pada tabel anova ini menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel CSR (X) terhadap variabel ROA (Y). Dari hasil tersebut terlihat bahwa F hitung = 0,248 dengan tingkat signifikan / probabilitas 0,628 > 0,05.

**Tabel 4.23**  
**Uji Parsial Variabel *Corporate Social Responsibility* Terhadap ROA**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.271	31.164		.971	.352
	CSR	.126	.252	.149	.498	.628

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Hipotesis pertama penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hasil dari analisis regresi sederhana yang disajikan pada tabel dapat diketahui koefisien regresi sederhana untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,126 dan nilai t sebesar 0,498 dengan signifikan sebesar 0,628 dan nilai signifikansinya lebih besar dari ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Dengan demikian,  $H_1$  ditolak.

#### 4.2.2.2 Pengungkapan CSR Terhadap ROE

**Tabel 4.24**  
**Koefisien Determinasi Majemuk ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.238 <sup>a</sup>	.057	-.029	179.509

a. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,238 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang di sebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,057, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 5,7 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Tabel 4.25**  
**Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21280.419	1	21280.419	.660	.434 <sup>a</sup>
	Residual	354456.812	11	32223.347		
	Total	375737.231	12			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Pada tabel anova ini menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel CSR (X) terhadap variabel ROE (Y). Dari hasil tersebut

terlihat bahwa F hitung = 0,660 dengan tingkat signifikan / probabilitas 0,434 > 0,05.

**Tabel 4.26**  
**Uji Parsial Variabel *Corporate Social Responsibility* Terhadap ROE**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.597	86.884		.018	.986
	CSR	.571	.703	.238	.813	.434

a. Dependent Variable: ROE

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Hipotesis kedua penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap ROE. Hasil dari analisis regresi sederhana yang disajikan pada tabel dapat diketahui koefisien regresi sederhana untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,571 dan nilai t sebesar 0,813 dengan signifikan sebesar 0,434 dan nilai signifikansinya lebih besar dari ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Dengan demikian, H<sub>2</sub> ditolak.

#### 4.2.2.3 Pengungkapan CSR Terhadap EVA

**Tabel 4.27**  
**Koefisien Determinasi Majemuk (R<sup>2</sup>)**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.244 <sup>a</sup>	.059	-.026	2.483E8

a. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,244 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang di sebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,059, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 5,9 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Tabel 4.28**  
**Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.281E16	1	4.281E16	.694	.422 <sup>a</sup>
	Residual	6.782E17	11	6.165E16		
	Total	7.210E17	12			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: EVA

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Pada tabel anova ini menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel CSR (X) terhadap variabel EVA (Y). Dari hasil tersebut terlihat bahwa F hitung = 0,694 dengan tingkat signifikan / probabilitas 0,422 > 0,05.

**Tabel 4.29**  
**Uji Parsial Variabel *Corporate Social Responsibility* Terhadap EVA**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.411E7	1.202E8		.617	.550
	CSR	-810120.926	972196.986	-.244	-.833	.422

a. Dependent Variable: EVA

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Hipotesis ketiga penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap EVA. Hasil dari analisis regresi sederhana yang disajikan pada tabel dapat diketahui koefisien regresi sederhana untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -810120 dan nilai t sebesar -0,833 dengan signifikan sebesar 0,422 dan nilai signifikansinya lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Economic Value Added* (EVA). Dengan demikian,  $H_3$  ditolak.

#### 4.2.2.4 Pengungkapan CSR Terhadap MVA

**Tabel 4.30**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Majemuk ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.116 <sup>a</sup>	.013	-.076	1.064E12

a. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,116 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang di sebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Koefesien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,013, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 1,3 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Tabel 4.31**  
**Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.685E23	1	1.685E23	.149	.707 <sup>a</sup>
	Residual	1.245E25	11	1.131E24		
	Total	1.261E25	12			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: MVA

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Pada tabel anova ini menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel CSR (X) terhadap variabel MVA (Y). Dari hasil tersebut terlihat bahwa F hitung = 0,694 dengan tingkat signifikan / probabilitas 0,149 > 0,05.

**Tabel 4.32**  
**Uji Parsial Variabel *Corporate Social Responsibility* Terhadap MVA**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.441E11	5.148E11		.668	.518
	CSR	1.607E9	4.165E9	.116	.386	.707

a. Dependent Variable: MVA

Sumber: Data primer (diolah), Maret 2017

Hipotesis keempat penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap MVA. Hasil dari analisis regresi sederhana yang disajikan pada tabel dapat diketahui koefisien regresi sederhana untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 1,607 dan nilai t sebesar 0,386 dengan signifikan sebesar 0,707 dan nilai signifikansinya lebih besar dari ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Value Added* (MVA). Dengan demikian, H<sub>4</sub> ditolak.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap ROA

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap ROA. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap ROA memiliki nilai signifikan sebesar 0,628 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak menyebabkan peningkatan pengembalian aktiva untuk aktivitas operasi perusahaan atau ROA yang diperoleh perusahaan.

Hasil pengaruh CSR terhadap ROA yang tidak signifikan ini bisa diidentifikasi bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan tidak menyebabkan peningkatan aktiva untuk aktivitas operasi perusahaan atau ROA yang diperoleh. Peningkatan aset apabila tidak diimbangi dengan laba akan berakibat pada rasio ROA yang rendah.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Rosiliana, Yuniarta dan Darmawan (2014) dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur mendapatkan hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada *Return on assets* (ROA).

#### 4.3.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap ROE

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap ROE memiliki nilai signifikan sebesar 0,434 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Dengan demikian,  $H_2$  ditolak.

Pengaruh CSR terhadap ROE yang tidak berhubungan signifikan dapat diindikasikan karena semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, menyebabkan peningkatan pengembalian ekuitas atau ROE (*Return On Equity*) yang diperoleh perusahaan. CSR tidak berpengaruh terhadap ROE kemungkinan disebabkan CSR yang masih belum dapat menjadi tolak ukur investor atau masyarakat dalam menanamkan saham sehingga menimbulkan persepsi yang rendah terhadap pengungkapan CSR karena umumnya perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya sebagai bagian iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sari & Suaryana (2013) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator mendapatkan hasil bahwa pengujian secara parsial membuktikan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROE). Dengan melakukan pengungkapan CSR, maka konsumen pun akan memberikan reaksi yang positif terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri.

### 4.3.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap EVA

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap EVA. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap EVA memiliki nilai signifikan sebesar 0,422 dan nilai signifikansi 0,422 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Economic Value Added* (EVA). Dengan demikian,  $H_3$  ditolak.

Penelitian ini menunjukkan hasil semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak menyebabkan nilai tambah ekonomi meningkat. Ketika suatu perusahaan mengukur nilai tambah ekonomi mereka, maka yang dijadikan patokan adalah laba setelah pajak dikurangi biaya-biaya modal atau *cost capital*. Sehingga perusahaan yang indeks pengungkapan CSR-nya tinggi akan mengurangi laba yang nantinya mempengaruhi pengukuran nilai tambah ekonomi.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ruthinaya (2014) dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks Lq45 Periode 2007-2011 mendapatkan hasil bahwa Kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. EVA digunakan untuk mengukur nilai tambah yang dihasilkan perusahaan dengan memperhatikan biaya modal yang meningkat.

#### 4.3.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap MVA

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap MVA. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap MVA memiliki nilai signifikan sebesar 0,707 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Value Added* (MVA), dengan demikian  $H_4$  ditolak.

Semakin tinggi indeks CSR yang diungkapkan perusahaan tidak menarik investor untuk menanamkan modalnya. Dapat diidentifikasi bahwa para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan manufaktur konsumsi dari tahun 2011-2015 hanya melihat laba yang diperoleh perusahaan tanpa melihat citra perusahaan. Sehingga indeks CSR yang diungkapkan perusahaan meningkat atau tetap, maka nilai saham atau pemegang saham tidak bertambah.

Hasil Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Novian dan Novita (2013) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Market Value Added* yang mendapatkan hasil bahwa Tanggung jawab sosial atau CSR menunjukkan hubungan yang positif terhadap MVA. Hal ini berarti disaat nilai CSR meningkat, maka MVA mengalami kenaikan pula. Saat perusahaan mengungkapkan CSR, perusahaan bukan hanya menjalin hubungan yang baik dengan pemegang sahamnya, tetapi juga kepada pemegang kepentingan yang lain termasuk masyarakat dan lingkungannya.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan meliputi ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*), EVA (*Economic Value Added*), dan MVA (*Market Value Added*) pada perusahaan manufaktur industri konsumsi tahun 2011-2015, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets*. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap ROA memiliki nilai signifikan sebesar 0,628 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak menyebabkan peningkatan pengembalian aktiva untuk aktivitas operasi perusahaan atau ROA yang diperoleh perusahaan.
2. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity*. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap ROE memiliki nilai signifikan sebesar 0,434 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (ROE). Dengan demikian,  $H_2$  ditolak. Pengaruh CSR terhadap ROE yang tidak berhubungan signifikan

dapat diindikasikan karena semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, menyebabkan peningkatan pengembalian ekuitas atau ROE (*Return On Equity*) yang diperoleh perusahaan.

3. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Economic Value Added*. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap EVA memiliki nilai signifikan sebesar 0,422 dan nilai signifikansi 0,422 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Economic Value Added* (EVA). Dengan demikian,  $H_3$  ditolak. Penelitian ini menunjukkan hasil semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak menyebabkan nilai tambah ekonomi meningkat. Ketika suatu perusahaan mengukur nilai tambah ekonomi mereka, maka yang dijadikan patokan adalah laba setelah pajak dikurangi biaya-biaya modal atau *cost capital*. Sehingga perusahaan yang indeks pengungkapan CSR-nya tinggi akan mengurangi laba yang nantinya mempengaruhi pengukuran nilai tambah ekonomi.
4. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Value Added*. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap MVA memiliki nilai signifikan sebesar 0,707 lebih besar dari  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Market Value Added* (MVA), dengan demikian  $H_4$  ditolak. Semakin tinggi indeks CSR yang diungkapkan perusahaan tidak menarik investor untuk menanamkan modalnya. Dapat diidentifikasi bahwa para investor yang menanamkan modalnya pada

perusahaan manufaktur konsumsi dari tahun 2011-2015 hanya melihat laba yang diperoleh perusahaan tanpa melihat citra perusahaan. Sehingga indeks CSR yang diungkapkan perusahaan meningkat atau tetap, maka nilai saham atau pemegang saham tidak bertambah

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang diajukan oleh penulis dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menambah sampel penelitian agar penilaian kinerjanya lebih stabil.
2. Menggunakan tehnik pengambilan sampel selain *purposive sampling* karena ciri khas dari *purposive sampling* adalah koefisien determinan atau  $R^2$  Squarenya yang rendah.
3. Pengambilan populasi dan sample terdiri dari berbagai jenis perusahaan manufaktur, tidak hanya pada manufaktur sektor industri konsumsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, Busyra. (2012). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Chasanah, Puri. (2013). *Menjaga Kelestarian Lingkungan*. di-publikasikan Agustus 2013. <http://puricobacoba.blogspot.co.id/2013/08/menjaga-kelestarian-lingkungan-hidup.html> di-akses tanggal 24 Januari.
- Danuarta, Adad. (2014). *Return On Assets (ROA) dan Return On Investment (ROI)*, di-publikasikan tanggal November 2014 dari <http://adaddanuarta.blogspot.co.id/2014/11/return-on-assets-roa-dan-return-on.html>.
- Dwijayanti, Ni Made Ayu, Made Gede Wirakusuma dan I Made Sdha Suardikha. (2013). *Pengaruh Tingkat Pengungkapan CSR pada Hubungan Antara Kinerja Keuangan*. Bali: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. Jurnal Universitas Udayana.
- Efferin, Sujoko. 2008. *Metode Penelitian Akuntansi; Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Gustani. (2012). *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam*, di-publikasikan November 2012. <https://gustani.blogspot.co.id/2012/11/corporate-social-responsibilitycsr.html>. (di-akses tanggal 2 Januari 2017).
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Hanafi, Mahmud dan Abdul Halim, 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta. UUP AMP YKN.
- Herlambang, Guntur. (2016). *Pengertian Return On Equity (ROE)*, di-publikasikan September 2016 <http://www.stockdansaham.com/2016/09/pengertian-return-on-equity-roe.html> (di-akses tanggal 24 Desember 2016).
- Hermawan, Sigit dan Afiah Nurul Maf'Ulah (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR sebagai Variabel Moderasi*. Sidoarjo: Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 6, No. 2.
- Hidayansyah, Putri Fika. (2015). **Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dan Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Properti Di Bursa Efek Indonesia**. *Thesis*. Sekolah Pascasarjana Pertanian Bogor.

<http://akuntan-si.blogspot.co.id/>, diakses tanggal 24 Desember 2016. *Menghitung Eva (Economic Value Added)*, dari <http://akuntan-si.blogspot.co.id/2011/10/menghitung-eva-economic-value-added.html>.

<http://www.landasanteori.com>, diakses tanggal 24 Desember 2016. *Pengertian Rasio Profitabilitas Definisi Menurut Para Ahli dan jenis Terdiri dari*, <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-rasio-profitabilitas.html>.

Kurnianto, Eko Adhy. (2011). **Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 – 2008)**. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Mustafa, Cut Cinthya dan handayani Nur (2014). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur*. Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Vol. 3 No. 6.

Novian Rezi dan Novita Santi (2013). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Market Value Added (Mva) Perusahaan Manufaktur Dan Pertambangan*. Airlangga Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 6 No.2)

Nurloli, Siti. (2012). *Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA)*, di-publikasikan Juni 2012 <http://sitinurloli.blogspot.co.id/2012/06/economic-value-added-eva-dan-market.html> (di-akses tanggal 24 Desember 2016).

Nursyah, Bahaudin. (2014). Kandungan Q.S. Ar-Rum ayat 41-42, di-publikasikan Maret 2013 <https://bahaudinonline.blogspot.co.id/2014/03/kandungan-q-s-ar-rum-ayat-41-42-tentang.html>. (di-akses tanggal 24 Januari 2017).

Pratiwi, Azizah. (2016). **Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan dan Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014)**. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.

Rahmawati. (2012). *Teori Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Rosiliana Kadek, Yuniarta Gede Adi dan Darmawan Nyoman Ari Surya (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012)*. Universitas Pendidikan Ganesha Singraja. Jurnal Akuntansi Program S1 (Volume 02 No. 1)

- Ruthinaya, Alifa. (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Periode 2007-2011*. Jurnal.
- Sari, Ni Luh Kade Merta dan I Gusti Ngurah Agung Suaryana. (2013). *Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator*. Bali: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 3.2 (2013): 248-257.
- Sholihin, Ismail (2009). *Corporate Social Responsibility: From Charty to Sustainability*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sulhan, Muhammad dan Syahirul Alim. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dan dampaknya terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal. Fakultas Ekonomi UIN Malik Ibrahim Malang.
- Sumarsan, Thomas. (2013). *Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja, Edisi 2*. Jakarta Barat. Indeks.
- Tazkia, Proyres. (2010). *Pandangan Islam Tentang CSR*, <http://kseiprogres.blogspot.co.id/2010/01/pandangan-islam-tentang-csr.html> (di-akses tanggal 2 Januari 2017).
- Wiyono, Gendro.. (2011). *3 in one Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*.



# LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Hasil Perhitungan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

NO	Perusahaan	CSR				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	PT. Bantoel Internasional Investa	0.0435	0.0870	0.0870	0.1087	0.1087
2	PT. Gudang Garam Inodnesia	0.1087	0.1304	0.1304	0.0870	0.1087
3	PT. Indofarma	0.1304	0.1304	0.1304	0.0870	0.0652
4	PT. Indofood	0.1304	0.1304	0.1522	0.1739	0.1739
5	PT. INDOFOOD Tbk	0.1087	0.1087	0.1087	0.0112	0.1087
6	PT. Kimia Farma	0.0870	0.1304	0.1087	0.1304	0.0870
7	PT. Mandom Indonesia	0.0435	0.0870	0.0652	0.1304	0.1087
8	PT. Martina Berto	0.0870	0.1304	0.1304	0.0652	0.1087
9	PT. Nippon Indosari Corpindo	0.0870	0.0870	0.1087	0.0870	0.0870
10	PT. Parsidha Aneka Niaga	0.1087	0.1087	0.0870	0.1522	0.1304
11	PT. Pyridam Farma	0.1304	0.1304	0.1087	0.0870	0.0870
12	PT. Tempo Scan Pacific	0.0435	0.0870	0.0652	0.1087	0.0652
13	PT. Unilever Indonesia	0.0870	0.0870	0.0870	0.0870	0.1304

### Hasil Perhitungan *Retrurn On Assets* (ROA)

NO	Perusahaan	ROA				
		2011	2012	1013	2014	2015
1	PT. Bantoel Internasional Investa	0.001	-0.0003	-10.31	-20.8	-12.94
2	PT. Gudang Garam Inodnesia	12.7	9.8	8.6	9.3	10.2
3	PT. Indofarma	3.31	3.78	-4.87	0.62	0.92
4	PT. Indofood	9.7	8.5	5	6.4	4.2
5	PT. INDOFOOD Tbk	14.3	13.8	11.4	11.1	11.3
6	PT. Kimia Farma	9.57	9.88	8.68	8.49	7.69
7	PT. Mandom Indonesia	12.38	11.92	10.2	9.4	26.2
8	PT. Martina Berto	7.88	7.47	2.64	0.68	-2.17
9	PT. Nippon Indosari Corpindo	0.3	0.2	0.57	0.56	0.56
10	PT. Parsidha Aneka Niaga	11	10	8	-3	-5
11	PT. Pyridam Farma	4.38	3.91	3.54	1.73	2.58
12	PT. Tempo Scan Pacific	13.32	13.55	11.72	10.36	8.31
13	PT. Unilever Indonesia	44.9	45.7	44.5	43.9	43.9

### Hasil Perhitungan *Retrurn On Equity* (ROE)

NO	Perusahaan	ROE				
		2011	2012	1013	2014	2015
1	PT. Bantoel Internasional Investa	0.003	-0.104	-101.89	-175.72	-52.03
2	PT. Gudang Garam Inodnesia	20.2	15.3	14.9	16.4	17
3	PT. Indofarma	6.06	6.52	-10.67	1.32	2.39
4	PT. Indofood	17.3	14.5	9.6	13.6	8.9
5	PT. INDOFOOD Tbk	20.6	20.1	18	13.7	18.9
6	PT. Kimia Farma	13.71	14.38	13.34	15.6	15.33
7	PT. Mandom Indonesia	13.72	13.71	13	14	31.8
8	PT. Martina Berto	10.56	10.48	3.58	0.95	-3.24
9	PT. Nippon Indosari Corpindo	0.4	0.2	1.35	1.25	1.28
10	PT. Parsidha Aneka Niaga	23	16	14	-1	-3
11	PT. Pyridam Farma	5.28	6.05	6.58	3.07	4.07
12	PT. Tempo Scan Pacific	18.58	18.73	16.55	14.23	12.03
13	PT. Unilever Indonesia	107.7	126.5	133.2	134.4	134.5

Hasil Perhitungan *Economic Value Added* (EVA)

NO	Perusahaan	EVA				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	PT. Bantoel Internasional Investa	Rp (445,357)	Rp (491,873)	Rp (570,807)	Rp (1,331,751)	Rp (444,817)
2	PT. Gudang Garam Inonesia	Rp (10,045,478)	Rp (1,936,750)	Rp (3,980,963)	Rp (9,302,427)	Rp (9,213,416)
3	PT. Indofarma	Rp (76,189,289)	Rp (149,227,923)	Rp (222,012,395)	Rp (42,245,478)	Rp (80,130,235)
4	PT. Indofood	Rp (136,109)	Rp (273,153)	Rp (2,136,177)	Rp (421,071)	Rp (1,719,741)
5	PT. Indofood CBP	Rp 322,307	Rp 382,652	Rp 258,587	Rp 332,338	Rp 228,417
6	PT. Kimia Farma	Rp 158,658	Rp 28,741,631	Rp 22,418,875	Rp 30,507,893	Rp (1,230,702)
7	PT. Mandom Indonesia	Rp 2,845,781	Rp 121,552	Rp 5,169,226	Rp 37,910,815	Rp 58,297,065
8	PT. Martina Berto	Rp (2,597,196)	Rp 2,293,875	Rp (5,879,492)	Rp (7,398,036)	Rp (26,160,272)
9	PT. Nippon Indosari Corpindo	Rp 22,633,939	Rp 24,193,733	Rp 5,934,271	Rp (13,287,499)	Rp (34,967,386)
10	PT. Parsidha Aneka Niaga	Rp (16,373,090)	Rp (33,237,733)	Rp (28,366,535)	Rp (66,041,810)	Rp (70,128,184)
11	PT. Pyridam Farma	Rp (748,320)	Rp (1,824,401)	Rp (2,507,827)	Rp (6,765,964)	Rp (7,024,996)
12	PT. Tempo Scan Pacific	Rp 106,983,157	Rp 125,799,175	Rp 126,127,613	Rp 97,688,835	Rp 118,259,441
13	PT. Unilever Indonesia	Rp 3,316,289	Rp 2,414,638	Rp 3,301,310	Rp 3,291,144	Rp 3,316,289



Hasil Perhitungan Market Value Added (MVA)

NO	Perusahaan	MVA				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	PT. Bantoel Internasional Investa	Rp 359,913,149	Rp 359,913,149	Rp 9,231,040,034	Rp 1,571,146	Rp 3,041,896,134
2	PT. Gudang Garam Inonesia	Rp (20,969,971)	Rp (24,186,590)	Rp (26,736,665)	Rp (29,838,504)	Rp (34,654,229)
3	PT. Indofarma	Rp (303,242,442)	Rp (628,153,240)	Rp (85,743,244)	Rp 414,488,650	Rp 365,329,822
4	PT. Indofood	Rp 15,632,357,991	Rp 172,884,937	Rp 19,506,663,098	Rp 15,271,838,010	Rp 12,068,852,607
5	PT. Indofood CBP	Rp 572,641,571	Rp 2,698,525	Rp 1,619,338,094	Rp 1,845,234,139	Rp 1,659,273,864
6	PT. Kimia Farma	Rp (354,746,505)	Rp 2,675,298	Rp 1,078,988,953	Rp 300,681,326	Rp 3,728,046,063
7	PT. Mandom Indonesia	Rp (1,533,019)	Rp 2,280,456	Rp 6,596,199,043	Rp 14,666,466,505	Rp (1,442,151,807)
8	PT. Martina Berto	Rp 12,947,734,972	Rp 8,576,409	Rp 13,285,070,573	Rp 4,981,132,777	Rp (425,543,217)
9	PT. Nippon Indosari Corpindo	Rp 388,930,758	Rp 52,229,154	Rp (174,663,416)	Rp 365,766,462	Rp 983,277,520,008
10	PT. Parsidha Aneka Niaga	Rp 719,805,344	Rp (28,233,587)	Rp (361,985,985)	Rp (232,578,147)	Rp (310,366,941)
11	PT. Pyridam Farma	Rp 453,674,175	Rp 449,658,011	Rp 444,393,827	Rp 443,972,893	Rp 439,444,381
12	PT. Tempo Scan Pacific	Rp 182,253,166	Rp 31,726,469	Rp 124,678,595	Rp 106,197,678	Rp (4,300,465,044)
13	PT. Unilever Indonesia	Rp 1,249,097,845,563	Rp 4,213,659,372	Rp 3,337,623,437	Rp 962,719,459,550	Rp 1,249,096,793,167



UNIVERSITY OF MALANG  
MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

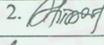
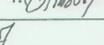
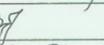
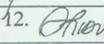
## BUKTI KONSULTASI

Nama : Rizhika Velajani Santoso

NIM/Jurusan : 13520052 / Akuntansi

Pembimbing : Hj. Nina Dwi Setyaningsih S.E.,MSA

Judul Skripsi : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Industri Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2011-2015)

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	6 November 2017	Bimbingan Judul	1. 
2	16 November 2017	Acc Judul	2. 
3	30 November 2017	Bimbingan Bab I-III	3. 
4	5 Januari 2017	Revisi Bab I-III	4. 
5	10 Januari 2017	Acc Proposal	5. 
6	25 Januari 2017	Acc Proposal setelah Sempro	6. 
7	6 Maret 2017	Bimbingan Bab I-IV	7. 
8	4 April 2017	Bimbingan Bab I-IV	8. 
9	6 April 2017	Revisi Bab IV	9. 
10	7 April 2017	Acc Skripsi	10. 
11	21 April 2017	Bimbingan I-V	11. 
12	28 April 2017	Acc Keseluruhan	12. 

Malang, 28 April 2017

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Akuntansi



Hj. Nanik Wahyuni SE., MSi., Ak., CA  
NIP. 19720322 200801 2005

**BIODATA PENELITI**

1. Nama : Rizhika Velajani Santoso
2. NIM : 13520052
3. TTL : Bandung, 20 Oktober 1995
4. Jenis kelamin : Laki - laki
5. Angkatan tahun : 2013
6. Jurusan : Akuntansi
7. Alamat rumah : Perdos UNTAD blok d4 no 14 kec mantikulore kel Tondo  
Palu Timur Sulteng
8. Telpon/HP : 085708612868
9. Email : rizhika26@gmail.com
10. Riwayat Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Tahun Lulus
1	SD INTI TONDO SULTENG	2007
2	SMPN 4 PALU SULTENG	2010
3	MA MIDANUTTA 'LIM	2013
4		

**11. Pengalaman Organisasi**

No	Jenis>Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1	HMJ Akuntansi	Seni & Bakat	2015
3	Tax Center	Dep. Lab Akuntansi & Pajak	2016
4	Tax Amnesti	Panitia	2016
5	Pelatihan E-Filling	Panitia	2016

6	Isi Bareng SPT	Pendamping	2016
7	Lab Perpajakan	Asisten Lab	2016
8	Pendampingan Koperasi Blitar	Pendamping	2016

Malang, 18 April 2017

Rizhika Velajani Santoso  
NIM 13520052

