



BAB I

PENDAHULUAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta dimiliki IBI KKI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, persaingan industri di Indonesia terus berkembang. Perkembangan persaingan ini tentunya sangat ketat. Perusahaan saling bersaing dalam meningkatkan kegiatan operasional perusahaan dan peningkatan kinerja perusahaan. Perkembangan persaingan industri yang ketat ini menimbulkan munculnya permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat. Permasalahan sosial dan kerusakan lingkungan akibat kegiatan industri, seperti polusi udara dan air akibat limbah industri, pembagian pendapatan yang timpang, dan semakin menipisnya ketersediaan sumber daya memicu munculnya isu tanggung jawab sosial dan kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Sebelumnya, masyarakat memandang perusahaan hanya bertanggung jawab dalam penyediaan barang dan jasa, lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun tuntutan masyarakat berubah drastis, ketika lingkungan hidup semakin rusak dan tidak sehat, sumber-sumber alam semakin menipis, serta pembagian pendapatan semakin timpang. Pada saat ini masyarakat menuntut masalah kerusakan lingkungan yang diakibatkan perusahaan harus menjadi tanggung jawab perusahaan, bukan tanggung jawab masyarakat, sehingga harus dipertimbangkan dalam setiap pengambilan keputusan.

Topik *Corporate Social Responsibility* semakin banyak dibahas dalam komunitas bisnis nasional maupun internasional melalui media masa atau elektronik, sebagai topik seminar dan konferensi. Organisasi dan forum yang menonjol dan mendorong kegiatan CSR mulai muncul, contohnya adalah *World Business Council for*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sustainable Development (WBCSD) dan sebuah website CSR Indonesia (www.csrindonesia.com). Melihat perkembangan fenomena ini, pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perseroan yang bergerak atau terkait di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggungjawab sosial. Undang-undang tersebut juga mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan CSR dalam laporan tahunan sehingga para *stakeholders* dapat menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) dewasa ini sudah menjadi bagian dalam orientasi bisnis perusahaan. CSR dilandasi oleh pemikiran bahwa keberadaan suatu perusahaan tidak lepas dari lingkungan sekitarnya. Untuk itu CSR menekankan bahwa tanggungjawab perusahaan bukan sekedar kegiatan ekonomi, yaitu menciptakan laba demi kelangsungan usaha, melainkan juga mempunyai tanggungjawab kepada lingkungan dan kehidupan sosial sekitarnya. Dalam menjalankan usahanya, kini perusahaan tidak lagi dihadapkan pada kegiatan operasi yang berdasarkan *single bottom line* (*profit*). Perusahaan didorong untuk menjalankan bisnis yang berlandaskan pada *triple bottom line*, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (3P). Istilah *triple bottom line* dipopulerkan oleh John Elkington, seorang tokoh dunia *Corporate Responsibility*, melalui bukunya yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line In 21st Century Business* (1998). Dengan munculnya *triple bottom line*, *profit* perusahaan yang tinggi bukan lagi menjadi jaminan bagi keberlangsungan perusahaan (*sustainability*). Perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan karyawan-karyawan dan masyarakat di sekitar lokasi perusahaan beroperasi (*People*), dan turut serta dalam menjaga lingkungan (*Planet*). Kunci keberlangsungan perusahaan adalah *profit* yang cukup untuk melanjutkan kegiatan operasi dan keberadaan perusahaan diterima oleh masyarakat di tempat perusahaan beroperasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Argumentasi mengenai pelaksanaan CSR oleh perusahaan masih terjadi. Argumen yang menentang CSR adalah mengenai maksimalisasi keuntungan perusahaan. Tanggung jawab perusahaan adalah mengejar laba sebesar-besarnya. Peningkatan kesejahteraan masyarakat adalah tugas pemerintah. Perusahaan yang memiliki laba yang besar akan membayar pajak yang besar kepada pemerintah, pemerintah menggunakan pajak untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Argumentasi yang mendukung perusahaan untuk melakukan CSR didasarkan pada moral dan etika berbisnis. CSR dapat dikatakan sebagai salah satu inti utama dari etika berbisnis. Perusahaan didorong untuk melaksanakan CSR sebagai bentuk tanggungjawab moral perusahaan terhadap akibat aktivitas operasinya. Saat ini, CSR telah berkembang menjadi sesuatu yang lebih dari sekedar pertanggungjawaban sosial perusahaan. Melalui CSR strategik, keuntungan yang diperoleh dari kegiatan CSR bukan hanya diterima oleh masyarakat, melainkan juga diterima oleh perusahaan sebagai pelaksana CSR.

Perusahaan memerlukan pasar untuk memasarkan produk dan menjalankan bisnisnya. Untuk meningkatkan pangsa pasar dan daya saing perusahaan, perusahaan harus terus berusaha meningkatkan *image* dari perusahaan dan produknya. *Image* perusahaan yang positif akan membuat masyarakat mempercayai produk-produk perusahaan tersebut. Hal ini akan mengundang konsumen baru untuk mencoba produk perusahaan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam usaha peningkatan *image* dan daya saing perusahaan, CSR merupakan salah satu solusinya. CSR adalah filosofi bisnis yang mendasar yang harus menjadi bagian penting dan tidak terpisahkan dari setiap kegiatan operasi bisnis perusahaan. Bukan saja karena benar untuk dilakukan, tetapi juga akan menghasilkan peluang pertumbuhan yang besar bagi perusahaan yang secara penuh menganut prinsip ini. Dalam konteks bisnis yang paling

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mendasar, suatu usaha membutuhkan pasar untuk dapat melakukan penjualan, juga sarana untuk memasok kebutuhan pasar tersebut. Sri Urip (2014) dalam bukunya yang berjudul Strategi CSR berpendapat bahwa untuk kepentingan dirinya sendirilah jika bisnis melakukan apapun yang dapat dilakukan untuk mengembangkan peluang dan meningkatkan kesejahteraan pasar maupun sumber pasokannya. Bagaimana pelaksanaan kegiatan CSR memberi manfaat maksimal bagi bisnis dan masyarakat harus dipahami dengan baik. Penerapan prinsip CSR seharusnya secara langsung didorong oleh pemahaman bisnis akan strategi bisnisnya yang diimbangi dengan pemahaman akan kebutuhan masyarakat. Pelaksanaan CSR perlu mempertimbangkan keadaan ekonomi, sosial, dan budaya di negara tempat bisnis beroperasi. Walaupun prinsip CSR di seluruh dunia sama, pelaksanaan di setiap tempat memerlukan penekanan yang berbeda. Bagi negara maju, CSR diarahkan pada tujuan yang lebih luas, misalnya kelestarian lingkungan. Untuk negara-negara berkembang dengan perekonomian kurang maju, penekanan kegiatan CSR adalah peningkatan kemakmuran masyarakat secara berkelanjutan, terutama untuk penduduk berpenghasilan rendah. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan masyarakat dan peningkatan kompetensi, peningkatan teknologi, kampanye kesehatan, tata kelola perusahaan yang baik, dan pengendalian mutu. Perbaikan sosio-ekonomi akan meningkatkan pertumbuhan dan laba berkelanjutan bagi perusahaan. Kunci keberhasilan CSR adalah apabila kegiatan CSR diintegrasikan dengan pemasaran yang kreatif, bukan hanya dilakukan sekali-sekali saja, tetapi dilakukan secara berulang untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk perusahaan.

Pelaksanaan CSR, selain meningkatkan *image* dan daya saing perusahaan, juga dapat mengundang investor baru untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut. *Stakeholders* khususnya investor, mengapresiasi praktik CSR dengan menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



program CSR sebagai bahan analisis untuk menilai potensi kelangsungan usaha dan profitabilitas suatu perusahaan. Apabila suatu perusahaan tidak melaksanakan program CSR, *stakeholders* akan mempersepsikan bahwa perusahaan tersebut tidak melakukan tanggungjawab sosialnya dan meragukan kelangsungan usahanya.

PT. Unilever Indonesia, Tbk atau Unilever Indonesia merupakan fenomena aktual yang bisa menjadi contoh studi kasus dalam pelaksanaan CSR yang menghasilkan manfaat bagi masyarakat dan perusahaan. PT. Unilever Indonesia, Tbk atau Unilever Indonesia adalah anak perusahaan Unilever Group. Unilever Indonesia mulai berdiri di Indonesia sejak tahun 1933. Unilever Indonesia tumbuh menjadi salah satu pemasok produk konsumsi sehari-hari untuk kategori makanan dan es krim, kebutuhan rumah tangga, dan produk perawatan tubuh. Merek-merek yang diproduksi oleh Unilever, *Pepsodent, Ponds, Lux, Lifebuoy, Sunsilk, Clear, Rexona, Rinso, Molto, Sunlight, Walls, Blue Band, Royco*, dan lain lain, telah menjadi merek yang cukup terkenal. Pelaksanaan CSR yang akan diambil sebagai contoh CSR yang bermanfaat bagi masyarakat dan perusahaan adalah salah satu produk milik Unilever Indonesia, yaitu *Pepsodent*. Pada pertengahan tahun 1970 Penjualan pasta gigi Unilever, *Pepsodent*, masih kurang dari 400 ton. *Prodent*, sebagai merek pesaing saat itu, memimpin pasar dengan selisih yang besar. Strategi pengembangan pasar *Pepsodent* yang berhasil adalah keterlibatan perusahaan dalam pembangunan masyarakat dan peningkatan kualitas kehidupan. *Pepsodent* memulai pendidikan kesehatan gigi dan mulut sejak awal tahun 1970-an. Pendidikan kesehatan gigi dilakukan bekerja sama dengan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dan Fakultas Kedokteran Gigi beberapa universitas terkemuka. Unilever memberi dukungan dengan menyediakan pasokan produk (sikat gigi dan pasta gigi), bahan pengajaran kebersihan gigi dan mulut, dan perangkat perawatan gigi dan mulut. Pendidikan kesehatan gigi meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kesadaran masyarakat terhadap perawatan gigi dan mulut, dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang merek *Pepsodent*. Berkat pendidikan kesehatan ini, *Pepsodent* meningkatkan penjualannya sebesar 265% dalam waktu 5 tahun. Penjualan *Pepsodent* tahun 1975 sebesar 2.303 ton menjadi 6.102 ton pada tahun 1980. Peningkatan kesadaran masyarakat ini telah mendorong perbaikan kualitas hidup masyarakat, Unilever Indonesia telah menunjukkan niat baiknya di seluruh kelompok kesehatan gigi dan menempatkan *Pepsodent* sebagai produk yang memimpin pada kelompok produk perawatan gigi dan mulut. Contoh lain yang serupa adalah produk air minum kemasan, *Aqua*. *Aqua* melakukan peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui pendidikan mengenai kualitas air bersih dan program penyediaan air bersih ke berbagai pelosok Indonesia. Melalui program-program tersebut, *Aqua* berhasil menanamkan mereknya sebagai pemimpin produk air minum kemasan.

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa CSR berhubungan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan diukur dengan ROE dan CAR. Januarti dan Apriyanti (2005) menunjukkan bahwa biaya kesejahteraan karyawan (pensium) berhubungan negatif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA), biaya untuk komunitas (sumbangan) berhubungan positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA), biaya kesejahteraan karyawan (pensium) dan biaya untuk komunitas (sumbangan) secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROA. Penelitian Handayani (2011) menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian Marissa, Diane, dan Rizky (2013) menunjukkan bahwa CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning per Share* (EPS). Penelitian Multafia,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rima, dan Asfia (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR terbukti berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM).

Berdasarkan *research gap* yang terdapat dalam penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak signifikan.. Variabel pengungkapan CSR diukur dengan indikator pengukuran pengungkapan CSR menurut Sembiring (2005). Variabel kinerja keuangan diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas, yaitu *Return on Asset* (ROA). Obyek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012. Judul penelitian yang akan dilakukan adalah:

“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUNGAN PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2010-2012).”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Apakah perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012 sudah mulai mengungkapkan pelaksanaan *corporate social responsibility* di dalam laporan tahunannya ?
2. Apakah implementasi *corporate social responsibility* memberikan pengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor



barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012 ?

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012 ?
4. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Lingkungan dan Energi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
5. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Kesehatan dan Keselamatan Kerja berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
6. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Ketenagakerjaan (SDM) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
7. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
8. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Kemasyarakatan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?

C. Batasan Masalah

Karena keterbatasan yang dihadapi peneliti dan tanpa berusaha mengurangi tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Lingkungan dan Energi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
2. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Kesehatan dan Keselamatan Kerja berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
3. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Ketenagakerjaan (SDM) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
4. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?
5. Apakah pengungkapan aktivitas CSR Kemasyarakatan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 ?

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Batasan Penelitian

Karena keterbatasan kemampuan dan waktu, maka peneliti melakukan pembatasan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan *purposive sampling* perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang dipilih, maka rumusan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



masalah secara lebih spesifik adalah: “Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dan apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memberi pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan ?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini secara umum adalah untuk menjelaskan manfaat *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan, membuktikan adanya hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan perusahaan, dan mendukung pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk memperdalam pengetahuan mengenai implementasi *corporate social responsibility* dalam kegiatan berbisnis dan manfaat yang diterima dari kegiatan bisnis yang memasukkan *corporate social responsibility* sebagai salah satu bagian penting dalam bisnisnya.

Tujuan khusus yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah melakukan pengujian untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR Lingkungan dan Energi terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur barang konsumsi pada tahun 2010-2012
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR Kesehatan dan Keselamatan Kerja terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur barang konsumsi pada tahun 2010-2012
3. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR Ketenagakerjaan (SDM) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur barang konsumsi pada tahun 2010-2012.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR Produk terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur barang konsumsi pada tahun 2010-2012.
5. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan aktivitas CSR Kemasyarakatan terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur barang konsumsi pada tahun 2010-2012

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, agar memperoleh pengertian yang mendalam mengenai definisi *Corporate Social Responsibility*, mengetahui pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, dan memahami pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Bagi perusahaan, agar penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan untuk menyadari seberapa pentingnya menjaga lingkungan sosial dan mendorong perusahaan yang belum melaksanakan tanggung jawab sosial untuk melaksanakannya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sosial di sekitar perusahaan.
3. Bagi investor, agar penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi investor dalam mempertimbangkan aspek-aspek selain aspek moneter yang perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan investasi.
4. Bagi pembaca, agar penelitian ini dapat menjadi sumber wawasan mengenai *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.