

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal Pasal 1, pengertian Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli Efek (fasilitator) pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan Efekdi antara mereka. Bursa Efek di Indonesia merupakan pasar modal yang menyediakan fasilitas sistem untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan antar perusahaan atau perorangan yang ada di Indonesia, baik dalam bentuk utang maupun modal sendiri.

Di Indonesia perkembangan industri manufaktur cukup pesat, hal ini dapat kita lihat dari jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dimana dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan *go public* yang harus memiliki nilai transparansi yang tinggi dan wajib melaporkan laporan keuangan audit secara tepat waktu. Industri manufaktur berkaitan erat terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia. Industri manufaktur sebagai sektor industri yang paling dominan dan memberikan nilai tambah yang besar terhadap industri di Indonesia.

Industri manufaktur adalah suatu industri yang memiliki fungsi mengubah suatu *input* (masukan) menjadi *output* (keluaran) atau dengan kata lain merupakan industri yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Industri manufaktur juga dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak.

Pengertian industri barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut (www.consumerbehavior.lecture.ub.ac.id). Industri barang konsumsi terbagi beberapa sub sektor yaitu sektor makanan dan minuman, sektor rokok, sektor farmasi, sektor kosmetik dan sektor perlengkapan rumah tangga. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari laporan tahunan

industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dilaporkan secara konsisten dari tahun 2006 sampai 2012. Berikut daftar perusahaan sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia :

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Barang Konsumsi

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
Sub Sektor Makanan dan Minuman			
1	ADES	PT Akasha Wira Internasional Tbk	13 Juni 1994
2	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	11 Juni 1997
3	CEKA	PT Cahaya Kalbar Tbk	9 Juli 1996
4	DAVO	PT Davomas Abadi Tbk	22 Desember 1994
5	DLTA	PT Delta Djakarta	12 Februari 1984
6	FAST	PT Fast Food Indonesia Tbk	
7	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	14 Juli 1994
8	MLBI	PT Multi Bintang Indonesia Tbt	17 Januari 1994
9	MYOR	PT Mayora Indah Tbk	4 Juli 1990
10	PTSP	PT Pioneerindo Gourmet Internasional Tbk	30 Mei 1994
11	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	28 Juni 2010
12	SKLT	PT Sekar Laut Tbk	8 September 1993
13	SMAR	PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk	
14	SMMA	PT Sinar Mas Multiartha Tbk	5 Juli 1995
15	STTP	PT Siantar Top Tbk	16 Desember 1996
16	TBLA	PT Tunas Baru Lampung Tbk	14 Februari 20002
17	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry and Tranding Company Tbk	2 Juli 1990

(Bersambung)

(Sambungan)

Sub Sektor Rokok			
1	GGRM	Gudang Garam Tbk	27 Agustus 1990
2	HMSP	Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	15 Agustus 1990
3	RMBA	Bentoel Internasional InvestamaTbk	5 Maret 1990
Sub Sektor Farmasi			
1	DVLA	PT Darya Varta Laboratoria Tbk	11 November 1994
2	INAF	PT Indofarma (Persero) Tbk	17 April 2001
3	KAEF	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	4 Juli 2001
4	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	30 Juli 1991
5	MERK	PT Merck Tbk	23 Juli 1981
6	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk	16 Oktober 2001
7	SCPI	PT Schering Plough Indonesia Tbk	7 Oktober 2010
8	SQBB	PT Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	19 Maret 1983
9	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk	17 Januari 1994
Sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga			
1	MBTO	PT Martina Berto Tbk	13 Januari 2011
2	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk	27 Juli 1995
3	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk	23 September 1993
4	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	11 Januari 1982
Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga			
1	KDSI	PT Kadawung Setia Industrial Tbk	29 Juli 1996
2	KICI	PT Kedaung Indah Can Tbk	28 Oktober 1993
3	LMPI	PT Langgeng Makmur Industry Tbk	17 Oktober 1994

Data sampai 11 Oktober 2013. Sumber diolah dari Dunia Investasi Bursa Efek Indonesia dan www.SahamOk.com

Salah satu alasan pemilihan sektor industri barang konsumsi adalah sektor industri barang konsumsi telah mengalami perkembangan yang pesat dan mempengaruhi perekonomian Indonesia, industri barang konsumsi juga menyediakan lapangan kerja yang cukup luas bagi masyarakat dan memberikan kontribusi kepada pemerintah melalui pajak yang besar dimana pajak untuk barang konsumsi dari 2,5% meningkat menjadi 7,5% (www.wartaukm.com). Alasan lain yang mendukung karena perusahaan yang tergabung dalam kelompok ini secara langsung dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat, baik untuk kalangan atas, menengah maupun bawah, menurut Aheng Tatang Sobandi (www.gundadarma.co.id). Adapun industri barang konsumsi diperkirakan tumbuh kuat pada kisaran 4,8% sampai 5,3% pada akhir tahun 2010 dan meningkat menjadi 4,9% sampai 5,4% pada tahun 2012, peningkatan pendapatan masyarakat merupakan faktor yang mendukung terjadinya pertumbuhan tersebut (www.kominfoewscenter.com). Maka atas pertimbangan tersebut dipilihlah sektor industri barang konsumsi sebagai populasi penelitian ini.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, sudah tidak menjadi relevan lagi. Bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk laporan pertanggungjawaban perusahaan yang tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu menilai perusahaan dilihat dari kinerja keuangan saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu menilai perusahaan juga dilihat dari masalah sosial dan lingkungan menurut (Badjuri 2011) dalam Ahmad (2013).

Konsep *triple bottom line (profit, people dan planet)* nampaknya cukup direspon oleh banyak kalangan karena memadukan antara *social motive* dan *economic motive*. Konsep ini juga mengisyaratkan bahwa terjadi hubungan secara integral antara kepedulian masyarakat, menjaga keseimbangan lingkungan dan upaya untuk mencapai laba perusahaan.

Profit, merupakan satu bentuk tanggungjawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi dijadikan pijakan filosofi operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan. Peningkatan kesejahteraan personil dalam perusahaan, meningkatkan tingkat kesejahteraan pemilik (*shareholder*), peningkatan kontribusi bagi masyarakat melalui pembayaran pajak, melakukan ekspansi usaha dan kapasitas produksi membutuhkan sumberdana, yang hal itu bisa dilakukan manakala didukung kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan perusahaan.

People, merupakan lingkungan masyarakat dimana perusahaan berada. Mereka merupakan pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Tidak mungkin perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan dalam mendekati diri dengan masyarakat melalui strategi *social responsibility*. *Planet*, merupakan lingkungan fisik perusahaan. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan masyarakat. Oleh sebab itu memunculkan kesadaran perusahaan untuk merencanakan strategi *social responsibility*.

Finch (2005) dalam Danu (2011) mengatakan bahwa motivasi perusahaan untuk melaksanakan CSR adalah mengkomunikasikan kinerja manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang kepada *stakeholder*, seperti memaksimalkan profit, meningkatkan *competitive advantage*, dan penciptaan *image* yang baik.

Di Indonesia, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat menimbulkan kesadaran perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Perkembangan CSR juga berkaitan dengan semakin parahny kerusakan lingkungan, sejalan dengan itu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan tidak hanya memuaskan para pemilik modal tetapi juga harus memuaskan semua *stakeholdernya*, ini merupakan salah

satu faktor yang menyebabkan munculnya pandangan bahwa perusahaan harus melaksanakan aktivitas sosial dan lingkungan.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Yuniasih dan Gede, 2007 dalam Dewa, 2013). Jika perusahaan melaksanakan CSR, maka perusahaan tersebut mempunyai motif untuk meningkatkan keuntungan. Motif yang kedua, perusahaan melaksanakan CSR, untuk mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah. Motif yang ketiga adalah karena kesadaran moral, tanpa pamrih untuk mendapatkan keuntungan finansial, perusahaan secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan. Ketiga motif di atas, dapat diketahui bahwa gerakan yang dilakukan perusahaan sebenarnya bersifat strategis atau etis. Dalam pelaksanaan CSR perusahaan dapat memperoleh manfaat, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor.

Corporate Social Responsibility dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila kegiatan tersebut dilaksanakan secara berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang dapat mengurangi pendapat perusahaan sehingga profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, 2005 dalam Rimba, 2010). Secara teoritis semakin tinggi profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungannya dengan pengungkapan sosial perusahaan.

Dampak dari perkembangan bisnis yang terus meningkat dan upaya perusahaan untuk membangun citra yang ideal bagi perusahaan, makin beragam wujudnya dalam melakukan kegiatan *corporate social responsibility*. Seperti yang dilakukan Unilever yang mendukung kegiatan gerakan hijau guna mengurangi

pemanasan global melalui penanaman sejuta pohon. PT Kalbe Farma Tbk merupakan salah satu perusahaan tergabung ke dalam industri barang konsumsi yang sangat peduli dengan kesehatan masyarakat. Hal ini selaras dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada inovasi untuk Indonesia yang lebih sehat dan program Kalbe berbagi kesehatan (www.108csr.com).

PT Gudang Garam Tbk berkomitmen untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial serta berkontribusi pada pembangunan masyarakat. Karena bagi perusahaan ini masyarakat merupakan investasi dimasa depan. Gudang Garam terus mendukung upaya masyarakat untuk meningkatkan kebersihan lingkungan dan memperbaiki sarana kesehatan serta membangun fasilitas untuk menciptakan lingkungan yang lebih hijau dan ramah. Melalui program “Bedah Rumah” Gudang Garam mensponsori renovasi rumah warga di Kediri serta berupaya meningkatkan kesehatan masyarakat melalui pemasangan pipa untuk pengadaan air bersih (www.gudanggaramtbk.com). Lain hal PT Indofood Sukses Makmur melaksanakan CSR dengan menciptakan hidup yang lebih sehat setiap hari, dengan itu di tuangkan dalam lima pilar CSR yaitu pembangun sumber daya manusia, partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas, peningkatan nilai ekonomi, menjaga kelestarian lingkungan dan solidaritas terhadap kemanusiaan (www.indofood.com).

Kelompok biaya sosial dan media pengungkapan yang paling baik banyak dipilih oleh perusahaan adalah: 1) penyajian biaya yang berkaitan dengan lingkungan, 2) biaya kesejahteraan karyawan yang disajikan di dalam catatan atas laporan keuangan, 3) biaya untuk masyarakat di sekitar perusahaan yang disajikan di dalam laporan tahunan (Sueb, 2001 dalam Dewa, 2013).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen karena secara teoritis ketika perusahaan semakin meningkatkan kegiatan *corporate social responsibility* maka dapat meningkatkan *image* dari perusahaan dan akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan sosial semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kepedulian sosial perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia terhadap profit yang akan diperolehnya. Biaya-biaya sosial yang akan dikeluarkan perusahaan untuk mewujudkan terlaksananya CSR perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan.

Dengan mengacu kepada konsep *triple bottom line* maka cakupan CSR yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) praktik ketenagakerjaan, melalui program kesejahteraan karyawan yang dapat ditentukan melalui penelusuran akun-akun laporan keuangan terkait dengan pelaksanaan ini seperti akun gaji dan kesejahteraan karyawan, 2) lingkungan, dilakukan melalui kegiatan bina lingkungan yang ditentukan dengan menelusuri akun-akun yang terkait dengan kegiatan ini dalam laporan keuangan, seperti akun sumbangan, 3) pelibatan dan pengembangan masyarakat melalui program kemitraan dapat ditentukan 1% dari laba bersih ini telah ditetapkan dalam Kepmen BUMN No.Kep-04/MBU/2007.

Kesejahteraan karyawan merupakan hal yang sangat penting diperhatikan bagi perusahaan. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan sehingga mampu meningkatkan produktivitas, yang pada akhirnya mampu mendatangkan profit bagi perusahaan. Penelitian tentang pengaruh kesejahteraan karyawan terhadap profitabilitas telah dilakukan oleh Sueb (2001) dalam Rika dan Emrinaldi (2012) yang mengatakan bahwa biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini berbeda dengan Januarti dan Apriyanti (2005), yang menyatakan bahwa variabel biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA), dikarenakan terdapat biaya tambahan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang akan menghilangkan perolehan laba.

Bina lingkungan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberdayakan masyarakat sekitar. Kegiatan bina lingkungan dilakukan perusahaan dapat berupa pelaksanaan kegiatan sosial seperti sumbangan bencana alam. Penelitian pengaruh biaya bina lingkungan terhadap profitabilitas telah diteliti oleh Rika dan Emrinaldi tahun 2012 dengan hasil biaya bina lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan (ROA). Penelitian tersebut berbeda dengan Dewa (2010) yang menyatakan bahwa biaya

bina lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Penelitian Mardiandari dan Rustiyaningsih (2013) menyatakan bahwa biaya bina lingkungan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Bentuk kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan bermacam-macam. Dalam kemitraan ini perusahaan juga akan mengeluarkan biaya tambahan dalam pelaksanaannya. Ada peningkatan biaya kemitraan dapat menyebabkan kenaikan profitabilitas. Dalam penelitian Rika dan Emrinaldi (2012) menyatakan bahwa biaya kemitraan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewa (2010) dengan hasil biaya kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA) perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan dapat di hitung menggunakan *return on asset* (ROA). Jika dihubungkan dengan teori *stakeholder* laba merupakan indikator terpenting yang digunakan *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen untuk memperoleh laba. Dimana ROA merupakan rasio profitabilitas yang menilai sejauh mana manajemen mengelola aset yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan profit.

Melihat hasil penelitian dahulu yang berbeda-beda, sehingga peneliti tertarik meneliti kembali mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan dengan menggunakan *return on asset*. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2006 sampai dengan 2012)”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas terdapat penjelasan bahwa biaya bina lingkungan, biaya kesejahteraan karyawan dan biaya kemitraan, sebagai

indikator tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap profitabilitas perusahaan, maka permasalahan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggung jawab sosial dan profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012 ?
2. Apakah biaya bina lingkungan, biaya kesejahteraan karyawan dan biaya kemitraan secara bersama berpengaruh terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012 ?
3. Apakah biaya bina lingkungan berpengaruh terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012 ?
4. Apakah biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012 ?
5. Apakah biaya kemitraan berpengaruh terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis bagaimana tanggung jawab sosial dan profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya bina lingkungan, biaya kesejahteraan karyawan dan biaya kemitraan secara bersama terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya bina lingkungan terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012.

4. Untuk menganalisis pengaruh biaya kesejahteraan karyawan terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012.
5. Untuk menganalisis pengaruh biaya kemitraan terhadap profitabilitas pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2012.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memberikan sumbangsihilmu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan serta menambah wawasan mengenai pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja profitabilitas perusahaan dengan menghitung rasio *return on assets* pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di harapkan dapat memberikan manfaat yang lebih bagi pembaca mengenai sektor industri barang konsumsi dan pengaruhnya terhadap profitablitas perusahaan. Serta dapat di jadikan referensi untuk penelitian selajutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan dan Investor

Untuk memberikan masukan kepada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengenai manfaat dan pentingnya suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dengan masyarakat maupun lingkungannya. Sehingga dengan adanya hasil penelitian ini perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan dan mempertahankan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang selama ini sudah diterapkan, agar

dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dan mempertahankan pangsa pasar.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Agar dalam penulisan skripsi ini lebih terarah dan sistematis maka sistematis penulisan dibagi menjadi lima bab dan terbagi menjadi beberapa sub-bab. Sistematika penulisan skripsi secara garis besar sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang mengangkat fenomena yang menjadi isu penting sehingga layak untuk diteliti disertai dengan argumentasi teoritis yang ada. Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang ada, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menjelaskan landasan teori yang mendasari tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai populasi dan sampel penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan teknis analisa.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai gambaran umum subjek penelitian, analisis data dan hasil pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan sehingga dapat berguna untuk kegiatan lebih lanjut. Juga berisi keterbatasan dan masalah dihadapi selama penelitian.