

**MANFAAT PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*)
UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA
PT.INDOFARMA (PERSERO) PALEMBANG**

SKRIPSI



OLEH:

Nama : WENDY TRI SYAH PUTRA

NIM : 22 2010 302

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2014**

**MANFAAT PENERAPAN CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*)
UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA
PT.INDOFARMA (PERSERO) PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH:

Nama : WENDY TRI SYAH PUTRA

NIM : 22 2010 302

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2014**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wendy Tri Syah Putra

NIM : 22 2010 302

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang Agustus 2014

Penulis



Wendy Tri Syah Putra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **MANFAAT PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PADA PT. INDOFARMA (PERSERO) PALEMBANG**

Nama : **Wendy Tri Syah Putra**

NIM : **22 2010 302**

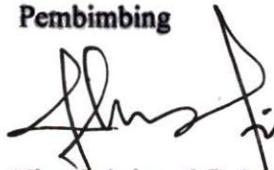
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Program Studi : **Akuntansi**

Mata Kuliah Pokok : **Teori Akuntansi**

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal Agustus 2014

Pembimbing



Nina Sabrina, S.E., M.Si
NIDN/NBM:0216056801/85111

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



Rosalina Ghazali, S.E. Ak. M.Si
NIDN/NBM: 0228115802/1021961

Motto

*"Dalam kerendahan hati ada ketinggian budi.
Dalam kemiskinan harta ada kekayaan jiwa
Dalam kesempitan hidup ada kekuasaan ilmu"*

*"Tidak ada kekayaan yang melebihi akal
Dan tidak ada kemelaratan yang melebihi kebodohan"*

Penulis

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Untuk Ayah Abdul Gofar Akib dan Ibu Farida Daoed yang tercinta*
- ❖ Saudara saudaraku*
- ❖ Sahabat Terkasih*
- ❖ Teman-teman seperjuangan*
- ❖ Dan Almamater yang kubanggakan*

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr, Wb

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, berkat rahmadNYA penulisan skripsi dengan judul “Manfaat penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan PT. Indofarma Palembang ini dapat diselesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Perkembangan dunia Farmasi di Indonesia tampaknya semakin maju ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan farmasi salah satunya PT. Indofarma. PT. Indofarma merupakan salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia yang menghasilkan bermacam-macam produk obat-obatan kepada konsumen atau masyarakat. Beberapa tipe obat-batan yang ditawarkan seperti Analgesik, Anestesi, Anti Bakteri, Anti Diare dll.

PT. Indofarma juga setiap tahunnya mengadakan program sosial yang disebut CSR. CSR merupakan program sosial yang diadakan oleh perusahaan guna membantu masyarakat terlebih masyarakat yang kurang mampu. Dari program sosial CSR yang telah diadakan setiap tahunnya diharapkan bisa meningkatkan kinerja dari PT. Indofarma. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk mengkaji lebih lanjut tentang manfaat CSR pada perusahaan PT. Indofarma.

Adapun penulisan laporan penelitiannya dibagi menjadi lima Bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan, dan bab simpulan dan saran.

Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama pada kedua orang tua (Abdul Gofar Akip dan Farida Daoed) yang doanya dan bantuannya menilik makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nina Sabrina, S.E., M.Si yang telah membimbing dan memberi masukan guna menyelesaikan skripsi ini. Selain itu ucapkan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak DR. H. M Idris, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Ibu Rosalina Ghazali, S.E., Ak, M.Si dan Ibu Welly, S.E, M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Aprianto S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
5. PT. Indofarma (Persero) beserta staf karyawan/i yang telah memberikan banyak bantuan hingga selesainya skripsi ini.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak

usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang diperoleh. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
HALAMAN PRAKATA	v
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	
B. Landasan Teori.....	10
1. Kinerja Perusahaan.....	10
2. Laporan Keuangan.....	12
3. Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
4. Pentingnya Penerapan CSR.....	23
5. Manfaat Aktivitas CSR.....	25
6. Dampak Penerapan CSR.....	25
7. Pengungkapan Memadai Dalam Laporan Keuangan.....	27

8. Pengukuran Dalam CSR.....	30
9. Pengungkapan dan Pelaporan CSR.....	31
10. Teknik Pelaporan Tanggung Jawab Sosial.....	33
11. Peraturan CSR Di Indonesia.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat Penelitian.....	38
C. Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Data yang Digunakan.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Analisis data dan Teknik Analisis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Sejarah PT. Indofarma Palembang.....	43
2. Aktivitas Perusahaan.....	52
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	57
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
1. Manfaat Penerapan CSR Untuk Meningkatkan Kinerja Pada PT. Indofarma Palembang.....	62
2. Analisis Manfaat Penerapan CSR Untuk Meningkatkan Kinerja Pada PT. Indofarma Palembang.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Simpulan.....	68

B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. I.1	Program CSR.....
Tabel. II.1	Penelitian Sebelumnya.....
Tabel. III.1	Operasionalisasi Variabel.....
Tabel. IV.1	Data Pelanggan dan Konsumen.....

DAFTAR LAMPRAN

- Lampiran 1 : Program CSR
- Lampiran 2 : Laporan Laba Rugi PT. Indofarma
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Riset
- Lampiran 4 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Sertifikat AIK
- Lampiran 6 : Sertifikat TOEFL
- Lampiran 7 : Sertifikat KKN
- Lampiran 8 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Wendy Tri Syah Putra/222010302/Manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) Palembang/ Teori Akuntansi.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) Palembang. Tujuannya adalah untuk mengetahui manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deksriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. Indofarma (PERSERO) Palembang. Analisis penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif yaitu menjelaskan dan menguraikan manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

Dari hasil simpulan bahwa dengan melakukan kegiatan CSR meliputi, pendidikan, pelestarian lingkungan hidup, peningkatan kualitas hidup, bantuan keagamaan, kesehatan dan olahraga dapat berdampak pada manfaat penerapan CSR untuk meningkatkan kinerja perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) Palembang dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan.

Kata Kunci : Manfaat CSR, Kegiatan CSR, Kinerja perusahaan

ABSTRACT

Wendy Tri Syah Putra/222010302/The Benefits of the Corporate Social Responsibility application to increase the company's performance of PT. Indofarma (Persero) Palembang / Accounting Theory.

The problem of this study was whether or not there were benefits of the C.S.R application to increase the company's performance of PT. Indofarma (Persero) Palembang. The objective of this study was to find out the benefits the C.S.R application to increase the company's performance of PT. Indofarma (Persero) Palembang.

This study used descriptive research. It was conducted at PT. Indofarma (Persero) Palembang the data analysis used in this study was qualitative analysis.

The result showed that the C.S.R activities involed education, environment, conservation, life quality increase, religion, health, and spot aids. They could impact the benefits of C.S.R application the increase the company's performance of PT. Indofarma (Persero) Palembang in order to the image and the reputation of the company.

Keywords: Benefits of CSR, CSR activities, Performance of the company

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggung jawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia

Banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini dengan cara melaksanakan program *Corporate Social responsibility* (CSR) walaupun CSR ini bersifat sosial akan tetapi program yang dilakukan perusahaan tersebut dapat mendukung kinerja perusahaan, dimana kinerja adalah suatu hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu (Tika, 2006).

Setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja perusahaannya, karena berharap dengan kinerja perusahaan yang baik maka nilai perusahaan akan meningkat sehingga akan diminati oleh investor. CSR juga erat kaitannya dengan nilai perusahaan di mana apabila perusahaan memiliki

kinerja lingkungan dan sosial yang baik maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham begitu pula sebaliknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat erat kaitannya terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi tidak lepas dari kinerja keuangan perusahaan yang baik pula. Begitu pula pada perusahaan yang menerapkan CSR dimana CSR yang sudah menjadi suatu kewajiban dalam Undang-Undang akan mendorong peningkatan pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Jadi dapat dikatakan dengan adanya penerapan CSR dalam suatu perusahaan akan menimbulkan terjadinya peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Peningkatan kinerja keuangan akan memperoleh respon positif dari pasar sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan melalui rasio keuangan yang dapat membantu dalam mengevaluasi program kinerja selama periode tertentu suatu perusahaan tersebut dengan cara melaksanakan program CSR dari perusahaan agar terciptanya tanggung jawab sosial dari perusahaan tersebut dan dapat juga meningkatkan kinerja perusahaan.

Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007 dalam Sutopoyudo, 2009). *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggung

jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
- (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroaan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1).

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap

pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal).

Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya, banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor.

Corporate Social Responsibility dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan nantinya akan dilaporkan perusahaan di dalam laporan keuangan perusahaan. PT. Indofarma (PERSERO) Palembang merupakan salah satu perusahaan milik negara yang bergerak dibidang farmasi yang memproduksi berbagai

macam obat-obatan. Di dalam proses produksinya menghasilkan tingkat resiko polusi yang sangat tinggi, sehingga sangat sensitif terhadap isu-isu negatif terutama mengenai pencemaran lingkungan.

Oleh karena itu PT.Indofarma (PERSERO) memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan keadaan sosial masyarakat disekitarnya agar tidak berdampak negatif bagi perusahaan maupun masyarakat, dengan cara mendaur ulang limbah yang dihasilkan, menggunakan mesin-mesin yang berteknologi ramah lingkungan, menciptakan program pendidikan, lingkungan hidup, peningkatan kualitas hidup masyarakat, keagamaan serta melakukan program penyuluhan kesehatan dan olahraga.

Selain itu PT. Indofarma (PERSERO) Palembang telah menjalankan program CSR (*Corporate Ssocial Responsibility*) sejak dari tahun 1991 sebagai pembuktiaan dari tanggung jawab perusahaan untuk dapat berkembang bersama masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan agar terwujudnya hubungan baik yang berkelanjutan. PT. Indofarma juga melaporkan biaya pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan perusahaan itu sendiri, dengan cara menentukan besarnya CSR tiap tahunnya dari penyisihan laba setelah pajak perusahaan antara 1-5% dari laba setelah pajak PT.Indofarma tersebut. Dana CSR disalurkan dalam bentuk Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).

Tabel I.1
Program *Corporate Social Responsibility*
PT. Indofarma (PERSERO)

(Dalam Rupiah)

Uraian	2011	2012	2013
Pendidikan	490.150.000	600.000.000	586.000.000
Pelestarian Lingkungan Hidup	585.000.000	470.260.000	464.700.000
Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat	450.790.000	225.000.000	260.300.000
Bantuan Keagamaan	165.000.000	80.000.000	95.000.000
Kesehatan dan Olahraga	243.340.000	289.140.000	165.000.000
TOTAL	1.934.770.000	1.654.400.000	1.571.000.000

Sumber: PT. Indofarma (PERSERO)

Penulis berminat untuk melakukan penelitian tentang **Manfaat penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan permasalahan peneliti adalah. Apakah dampak penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* dapat meningkatkan kinerja perusahaan pada PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

1. Bagi Penulis

Meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman secara empiris tentang dampak manfaat penerapan *CSR (Corporate social responsibility)* terhadap laporan keuangan pada PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

2. Bagi PT. Indofarma (PERSERO) Palembang

Memberikan kesinambungan pemikiran tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan, selain itu juga dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan

3. Bagi Masyarakat

Akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan makin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

4. Bagi Almamater

Sebagai bahan referensi dan masukan bagi pihak yang berkepentingan, khususnya kalangan akademik untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

Kajian Pustaka

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya yang berjudul tentang penerapan CSR terhadap kesejahteraan masyarakat di PT. Inalum dengan menggunakan variabel *independent community suport, diversity* dan *environment* yang dilakukan oleh (Anggraini, 2008). Rumusan masalah yaitu bagaimanakah PT. Inalum Menerapkan *Corporate Social Responsibility* di lingkungan perusahaan? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui konsep, kebijakan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di lingkungan perusahaan yang dilakukan PT. Inalum. Jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis-normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaedah-kaedah atau norma-norma hukum positif. Data yang digunakan adalah data data primer. Teknik pengumpulan data adalah metode wawancara. Teknik analisis data adalah metode kualitatif dan deduktif. Hasil penelitian diketahui bahwa penelitian tersebut membuktikan ketiga variabel terbukti positif dan signifikan secara serempak mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Sedangkan penelitian sebelumnya yang berjudul tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Putra, 2011). Rumusan masalah yaitu apakah tipe industri memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia? Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan

perusahaan di Indonesia? Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia. Data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah metode dokumentasi. Teknik analisis data adalah metode *purposive sampling*. Hasil penelitian adalah bahwa karakteristik perusahaan saling berhubungan terhadap pengungkapan CSR terhadap perusahaan dan juga dalam laporan tahunan perusahaan.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang *Corporate Social Responsibility*, sedangkan perbedaannya adalah peneliti meneliti penerapan CSR untuk meningkatkan kinerja perusahaan, dan tempat objek yang diteliti.

B. Landasan Teori

1. Kinerja Perusahaan

a. Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu. (Tika, 2009).

Kusnadi (2008: 64) menyatakan bahwa kinerja adalah setiap gerakan, perbuatan, pelaksanaan, kegiatan atau tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan atau target tertentu.

Deskripsi dari kinerja menyangkut tiga komponen penting, yaitu: tujuan, ukuran dan penilaian. Penentuan tujuan dari setiap unit organisasi

yang diharapkan organisasi terhadap setiap personel. Walaupun demikian, penentuan tujuan saja tidaklah cukup, sebab itu dibutuhkan ukuran, apakah seseorang telah mencapai kinerja yang diharapkan. Untuk kuantitatif dan kualitatif standar kinerja untuk setiap tugas dan jabatan memegang peranan penting.

Dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Hendaknya kinerja perusahaan merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja

Simanjatak (2005) kinerja dipengaruhi oleh :

1. Kualitas dan kemampuan pegawai. Yaitu hal-hal yang berhubungan dengan pendidikan/ pelatihan, etos kerja, motivasi kerja, sikap mental, dan kondisi fisik pegawai.
2. Sarana pendukung, yaitu hal yang berhubungan dengan lingkungan kerja (keselamatan kerja, kesehatan kerja, sarana produksi, teknologi) dan hal-hal yang berhubungan dengan kesejahteraan pegawai (upah/ gaji, jaminan sosial, keamanan kerja)
3. Supra sarana, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan pemerintah dan hubungan industrial manajemen.

2. Laporan Keuangan

a. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dan transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama satu tahun buku yang bersangkutan (Zaki 2007: 156). Laporan keuangan bersifat historis dan menyeluruh sebagai suatu laporan kemajuan (*progress report*). Selain itu, dikatakan bahwa laporan keuangan terdiri dari data-data yang merupakan hasil dari suatu kombinasi antara fakta-fakta yang telah dicatat. Kemudian, pengertian didalam standar akuntansi keuangan, laporan keuangan adalah bagian dari proses pelaporan keuangan dan laporan keuangan.

Laporan keuangan yang dihasilkan dari sistem proses akuntansi tidak dapat dibuat secara mudah, tetapi harus dibuat dan disusun sesuai dengan aturan atau standar yang berlaku. Hal ini perlu dilakukan agar laporan keuangan mudah dibaca dan dimengerti, dalam hal laporan keuangan, kewajiban setiap perusahaan adalah membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada waktu periode tertentu.

Hal ini dilaporkan kemudian dianalisis untuk dapat diketahui kondisi dan posisi keuangan perusahaan terkini. Menurut PSAK nomor 1 (revisi 2009), laporan keuangan adalah suatu pengajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara,

misalnya sebagai laporan arus kas atau laporan keuangan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian dari integral dari laporan keuangan.

Laporan keuangan adalah laporan yang menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang berupa data keuangan dan aktifitas dari suatu perusahaan yang bertujuan untuk memberi gambaran mengenai kondisi keuangan, hasil usaha serta kinerja perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu.

b. Tujuan Laporan Keuangan

PSAK (2004) tujuan laporan keuangan, yaitu untuk tujuan umum menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi serta menunjukkan kinerja yang telah dilakukan manajemen atau *stewardship* atau pertanggung jawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut suatu laporan keuangan menyajikan informasi mengenai perusahaan meliputi :

- 1) Aktiva merupakan harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan baik pada saat tertentu maupun periode tertentu.

- 2) Kewajiban merupakan utang kepada pihak lain yang timbul karena memperoleh pinjaman (kredit) atau karena pembelian suatu barang atau jasa yang pembayarannya dilakukan secara angsuran.
- 3) Ekuitas merupakan hak yang dimiliki oleh perusahaan
- 4) Pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian. Pendapatan merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa yang dibebankan kepada langganan atau yang menerima jasa. Beban merupakan semua biaya yang telah dikenakan dan dapat dikurangkan pada penghasilan. Keuntungan dan kerugian adalah naiknya dan turunnya nilai ekuitas dan transaksi yang bersifat insidental dan bukan kegiatan utama entitas dan dari transaksi kejadian lainnya yang mempengaruhi entitas selama satu periode tertentu.
- 5) Arus kas merupakan aliran penerimaan dan pengeluaran kas atau setara kas dari suatu perusahaan pada waktu periode tertentu.

c. Jenis Laporan Keuangan

Dilihat dari segi prosesnya, laporan keuangan merupakan hasil akhir proses akuntansi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan. Laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan terdiri dari beberapa jenis tergantung dari maksud dan tujuan pembuatan laporan keuangan. Dalam prakteknya, perusahaan diharuskan untuk menyusun beberapa jenis laporan keuangan yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan, terutama untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No 1 laporan keuangan yang lengkap terdiri atas komponen-komponen sebagai berikut:

1. Neraca

Neraca adalah suatu daftar sistematis yang membuat informasi mengenai aktiva, utang dan modal suatu perusahaan pada akhir periode tertentu. Dalam neraca dapat diketahui beberapa jumlah kekayaan perusahaan, kemampuan perusahaan membayar kewajiban serta kemampuan perusahaan memperoleh tambahan pinjaman dari pihak luar.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan adalah ikhtisar mengenai pendapat dan beban suatu perusahaan untuk periode tertentu, sehingga dapat diketahui laba yang diperoleh dan rugi yang dialami.

3. Laporan Perubahan Ekuitas

Laporan perubahan ekuitas merupakan laporan yang menunjukkan perubahan modal untuk periode tertentu.

4. Laporan Arus Kas

Laporan arus masuk dan arus keluar atau setara kas, laporan arus kas merupakan revisi dari mana uang kas diperoleh. Dengan adanya laporan ini pemakaian laporan keuangan dapat mengevaluasi perubahan aktiva bersih perusahaan, struktur keuangan termasuk likuiditas dan solvabilitas dan kemampuan perusahaan didalam menghasilkan kas dimasa mendatang.

5. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan merupakan laporan yang memberikan informasi apabila terdapat laporan yang memberikan informasi apabila terdapat laporan keuangan yang memerlukan penjelasan tertentu.

3. Konsep *Corporate Social Responsibility*

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Nor Hadi, 2011: 48).

Setiap perusahaan seluruh dunia akan melakukan berbagai macam kegiatan yang terencana untuk dapat meningkatkan eksistensi perusahaan dan menjadi perusahaan yang *Good Bussiness*. Salah satu kegiatannya adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*).

CSR adalah kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat luas dan lingkungan. Usaha sosial perusahaan telah dikonsepsikan lebih luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil tindakan untuk melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan, jadi kegiatan CSR pada dasarnya merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan pada masyarakat sekaligus menjadi

sarana untuk membangun reputasi dan untuk meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing.

CSR merupakan sebuah kesepakatan dari *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* di *Johannesburg* Afrika Selatan pada tahun 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal dan komunitas secara keseluruhan dalam peningkatan kualitas hidup.

Secara umum, CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

Selain itu, ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat atas kepentingan bersama untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi dan sosial (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono 2007).

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an. Elkington (1998) mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni *economic growth, environmental protection, dan social equity*, yang digagas the *World Commission on Environment and Development* (WCED) Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus, yaitu :

3P (*profit, planet, people*). Perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) belaka, melainkan perusahaan harus memiliki kepedulian pula terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility* (BSR), banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang telah mempraktekkan CSR.

1. Tanggung jawab kepada pelanggan
 - a. menciptakan program, menerima dan memecahkan keluhan.
 - b. melakukan survei untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
 - c. gugatan hukum oleh pelanggan.
2. Tanggung jawab kepada karyawan
 - a. menciptakan program menerima dan memecahkan masalah
 - b. melakukan survei untuk mengetahui kepuasan karyawan

- c. gugatan hukum oleh karyawan karena diskriminasi atau tuduhan tanpa bukti.
3. Tanggung jawab kepada pemegang saham
- a. mengumumkan informasi keuangan secara periodik.
 - b. gugatan hukum oleh pemegang saham atas dasar tuduhan bahwa manajer perusahaan tidak memenuhi tanggung jawabnya kepada para pemegang saham
4. Tanggung jawab kepada lingkungan
- a. memenuhi regulasi pemerintah akan lingkungan
 - b. memenuhi janji akan petunjuk lingkungan yang dibuat perusahaan.

CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merupakan 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. (Widjaja & Yeremia, 2008)

Kompleksitas permasalahan sosial (*social problem*) yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep

yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin (Untung (2008: 1). Melihat pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam membantu perusahaan menciptakan citra positifnya maka perusahaan seharusnya melihat *Corporate Social Responsibility* bukan sebagai sentral biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentral laba (*profit center*) di masa yang akan datang.

Tanggung jawab sosial dan etika perusahaan di Indonesia sebenarnya tak perlu diragukan lagi. Hal ini terbukti dari keterlibatan perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung atau melalui jalur pemerintah dalam mengatasi penyakit sosial dan memperbaiki sarana dan kegiatan sosial Program Pemberdayaan Masyarakat (*Corporate Social Responsibility*). Bahkan kita telah mempunyai UU No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial lingkungan yang isinya:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial lingkungan yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban bertujuan untuk mengatur pengelolaan lingkungan hidup sebagaimana yang dimaksud

pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

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

Perusahaan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap dampak kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, hal-hal seperti perusakan hutan, pencemaran lingkungan, iklan yang menyesatkan serta kualitas produk yang tidak baik merupakan sesuatu yang merugikan kepentingan sosial.

Kadang kita malu melihat situasi sebagai sistem yang baik ternyata kurang memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial sebagaimana yang dijaga dan dimiliki oleh sistem kapitalis bahkan sosialis sekalipun. Hal ini tercantum dalam kutipan Drucker dalam Sofyan (2008: 406) yang menyatakan tidak ada satu lembaga yang hidup sendiri maupun mati sendiri. Setiap orang/lembaga adalah unsur yang tidak terpisah dari masyarakat dan hidup demi kepentingan masyarakat. Perusahaan yang bebas tidak dapat disebut sebagai baik untuk perusahaan, ia hanya dapat dikatakan baik jika baik untuk masyarakat.

b. Bentuk *Corporate Social Responsibility*

Penerapan *CSR* yang dilakukan perusahaan dapat dibagi menjadi empat tahapan, yaitu tahapan perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dibagi menjadi 3 model, yaitu keterlibatan langsung, melalui yayasan atau

organisasi sosial perusahaan dan bemitra dengan pihak lain. Adapun bentuknya sebagai berikut:

1. *Grant* (hibah)

Bantuan dana tanpa ikatan yang diberikan oleh perusahaan untuk membangun investasi sosial.

2. Penghargaan (*award*)

Pemberian bantuan oleh perusahaan kepada sasaran yang dianggap berjasa bagi masyarakat banyak dan lingkungannya. Biasanya penghargaan dalam bentuk sertifikat dan sejumlah uang kepada perorangan, institusi atau panti yang diselenggarakan secara berkelanjutan dalam waktu tertentu.

3. Dana komunikasi lokal (*community funds*)

Bantuan dana atau bentuk lain bagi komunitas untuk meningkatkan kualitas dibidangnya secara berkesinambungan.

4. Bantuan subsidi (*social subsidies*)

Bantuan dana atau bentuk lainnya bagi sasaran yang berhak meningkatkan kinerja secara berkelanjutan seperti pemberian bantuan dana lokal atau modal usaha kecil suatu kawasan.

5. Bantuan pendanaan

Jaringan teknis bagi sasaran yang berhak untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan sehingga mampu meningkatkan produktivitas, misalnya bantuan teknis untuk usaha kecil atau mikro.

6. Penyediaan pelayanan sosial

Seperti pendidikan, kesehatan, hukum, taman bermain, panti asuhan, beasiswa, dan berbagai pelayanan sosial lainnya bagi masyarakat.

7. Bantuan kredit

Usaha kecil dengan bunga rendah bagi rumah tangga, baik masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan, maupun masyarakat pada umumnya.

8. Program bina lingkungan melalui pengembangan masyarakat.

9. Penyediaan kompensasi sosial bagi masyarakat yang menjadi korban polusi serta kerusakan lingkungan.

4. Pentingnya penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)*

Pelaksanaan *Socio Economic Accounting* akan semakin cepat oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Adanyan tekanan dari *pressure group* misalnya *Greenpeace*, *Trade union*, PBB dan lain sebagainya.
- b. Ditetapkanya standar akuntansi yang mengharusan pengungkapan tanggung jawab sosial.
- c. Adanya peraturan Pemerintah atau undang-undang yang diberlakukan.
- d. Kesadaran terhadap perusahaan.

Beberapa alasan lain yang mendukung agar perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab sosial sebagai berikut (Wibisono, 2007)

- a. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan,

sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.

- b. Meningkatkan nama baik perusahaan, akan menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor dan lain-lain.
- c. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
- d. Membantu kepentingan nasional, seperti konservasi, alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja dan lain-lain.
- e. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat tidak mungkin dihindari.
- f. Sesuai dengan keinginan para pemegang saham, dalam hal ini publik.
- g. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.

Sedangkan di pihak lain, alasan para penentang yang tidak meyetujui konsep tanggung jawab sosial perusahaan ini adalah sebagai berikut:

- a. Keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga dan para ahli yang belum dimiliki oleh perusahaan.
- b. Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap pemain kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
- c. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba. Ini akan menimbulkan sebuah pemborosan.

- d. Dapat menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik bukan yang bersifat pluralistik.
- e. Keterlibatan sosial memerlukan dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana yang terbatas yang dapat menimbulkan kebangkrutan atau menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.

Dari beberapa alasan tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan para penentang yang tidak menyetujui konsep tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut harus memerlukan dana yang cukup besar dan akan menurunkan laba perusahaan sehingga akan menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.

5. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan CSR ini adalah (Kotler dan Lee 2005)

- a. Peningkatan penjualan dan *marketing share*
- b. Memperkuat *brand positioning*
- c. Meningkatkan citra perusahaan
- d. Mempengaruhi biaya operasi
- e. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan.

6. Dampak Penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)*

Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang

dibuat oleh suatu perusahaan benar benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*Sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat (Zaki, 2007: 120).

Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor.

Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Adapun alasan motif perusahaan menerapkan CSR ini adalah CSR sangat penting dilakukan sebagaimana yang telah diungkapkan sebelum CSR merupakan tabungan masa depan bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Manfaat CSR yang telah dirasakan oleh masyarakat antara lain sebagai berikut:

- a. Menciptakan program pendidikan, misalnya melalui pemberian beasiswa
- b. Lingkungan hidup, menanam 1000 pohon
- c. Peningkatan kualitas hidup masyarakat, melakukan pelatihan tenaga kerja
- d. Keagamaan, pengembangan sarana ibadah, misalnya memberi renovasi masjid dan mushola, mengadakan sebuah pengajian
- e. Serta melakukan program penyuluhan kesehatan dan olahraga

7. Pengungkapan Memadai Dalam Laporan Keuangan

Di Indonesia, pengungkapan dalam laporan keuangan baik yang bersifat wajib maupun sukarela telah diatur dalam PSAK No. 01. Selain itu pemerintah melalui Keputusan Ketua BAPEPAM No Kep-38/PM/1996 juga mengatur mengenai pengungkapan informasi dalam laporan

keuangan tahunan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Pengungkapan informasi yang diatur oleh Pemerintah ataupun lembaga profesional (IAI) merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan yang telah publik. Tujuan pemerintah mengatur pengungkapan informasi adalah untuk melindungi kepentingan para investor dari ketidakseimbangan informasi antara manajemen dengan investor karena adanya kepentingan manajemen dan informasi mengenai non keuangan dan keterlibatan sosial perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder*.

Pengkomunikasian aktivitas tersebut dilakukan dengan berbagai cara dan media pengungkapan. Salah satu alat media yang digunakan adalah laporan tahunan.

Tujuan pengungkapan adalah untuk memberikan sebuah informasi yang penting dan efektif kepada pemakai laporan keuangan sehingga dapat membantu mereka mengambil keputusan. Pengungkapan bersifat wajib atau *mandatory* yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, selain itu pengungkapan yang bersifat sukarela atau *voluntary* yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Perbedaan pendapat mengenai isi dari pengungkapan CSR itu sendiri yaitu bahwa pengungkapan berkaitan dengan isu sosial dan lingkungan, jika pengungkapan itu berisikan sebuah informasi dapat dikategorikan kedalam kelompok lingkungan, energi, praktik bisnis yang

wajar, sumber daya manusia, keterlibatan masyarakat, produk yang dihasilkan dan pengungkapan lainnya. (Chairi dan Ghozali 2007: 219).

Di dalam akuntansi dikenal dengan *full disclosure*. Prinsip ini agar laporan keuangan dapat menyajikan informasi secara penuh, apabila *disclosure* dikaitkan dengan keuangan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha.

Tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan adalah pengungkapan yang cukup *adequate*, *fair*, dan *full*. Yang paling umum digunakan dari ketiga konsep ini adalah pengungkapan yang cukup. Pengungkapan ini mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.

Wajar dan lengkap merupakan konsep yang lebih bersifat positif, pengungkapan yang wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakaian laporan keuangan. Pengungkapan yang lengkap mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan. Terlalu banyak informasi yang disampaikan akan membahayakan, karena penyajian rinci yang tidak penting justru akan mengaburkan informasi yang signifikan dan membuat laporan keuangan sulit dipahami.

Oleh karena itu, pengungkapan yang tepat mengenai informasi yang penting bagi para investor dan pihak lainnya hendaknya bersifat cukup, wajar dan lengkap.

Laporan keuangan perusahaan ditunjukkan kepada pemegang saham, investor dan kreditor. Seperti yang dijelaskan dalam FSAB (1980) dalam SFAC No.1 menyatakan: “pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan penggunaan lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit dan keputusan sejenis lainnya.” PSAK No.1 tahun 2002 menyatakan mengatur masalah penyajian dengan ketentuan, penyajian laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia mencakup dimuatnya pengungkapan informasi yang memadai atas hal-hal material. Hal-hal itu termasuk dalam bentuk susunan dan isi laporan keuangan yang meliputi, sebagai contoh istilah yang digunakan rincian yang dibuat.

8. Pengukuran dalam CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Dalam akuntansi sosial ekonomi kita harus mengukur dampak positif (*social benefit*) dan dampak negatif (*social cost*) yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan perusahaan. Biasanya yang telah dibuat pedoman pengukurannya adalah seperti kerusakan lingkungan dan polusi udara. Proses pengukuran tersebut melibatkan proses klarifikasi dan identifikasi. Selain itu dampak sosial yang harus diukur dalam Akuntansi sosial adalah biaya sosial dan manfaat sosial tersebut.

Alternatif sebuah pengukuran *Cosial cost* dan *Social benefit* yang sering digunakan adalah sebagai berikut (Wibisono, 2007)

- a. Memakai reaksi pasar dalam menentukan harga.

Misalnya vonis hakim akibat pengaduan masyarakat akan kerusakan lingkungan dapat juga dianggap sebagai dasar perhitungannya.

b. Menggunakan penelitian dengan menghitung *Outlay Cost Approach*.

Misalnya dalam menghitung *social cost* dari pembuangan limbah, maka dihitung beberapa kerugian manusia dalam hidupnya, beberapa berkurangnya kekayaannya, beberapa kerusakan wilayah dan lainnya akibat pembuangan limbah. Total kerugian itulah yang akan menjadi *cost* perusahaan tersebut.

c. Menggunakan hubungan antara kerugian

Misalnya dengan permintaan unuk barang perorangan dalam menghitung jumlah kerugian masyarakat.

d. Menggunakan daftar kuesioner, survei, lelang, dimana mereka yang merasa dirugikan akan ditanyakan.

9. Pengungkapan dan pelaporan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Dalam akuntansi konvensional jelas bahwa setiap transaksi baru dapat dicatat jika sudah mempengaruhi posisi keuangan perusahaan. Dalam *Socio Economic Accounting* (SEA) kita harus mengukur dampak positif (*Social Cost*) dan dampak negatif (*Social Negatif*) yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan, di sinilah rumitnya menghitung dampak ekonomis pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh karena itu para ahli membuat beberapa metode pengukuran seperti yang dirumuskan oleh Sofyan Syafri Harahap dalam buku Teori Akuntansi metode pengukuran

tanggung jawab sosial sebagai informasi yang akan dilaporkan dalam *Socio Economic Reporting* misalnya

- a. Menggunakan penelitian dengan menghitung *Opportunity Cost Approach*. Misalnya dalam menghitung *social cost* dari pembuangan, maka dihitung berapa kerugian manusia dalam hidupnya, berapa berkurang kekayaannya, berapa kerusakan wilayah rekreasi; dan lain sebagainya akibat pembuangan limbah. Total kerugian itulah yang menjadi *social cost* perusahaan (Belkaoui: 2002 p.185).
- b. Menggunakan daftar kuesioner, survey, lelang, di mana mereka yang merasa dirugikan ditanyai berapa besar jumlah kerugian yang ditimbulkan atau berapa biaya yang harus dibayar kepada mereka sebagai kompensasi kerugian yang dideritanya.
- c. Menggunakan hubungan antara kerugian masal dengan permintaan untuk barang pengurangan dalam menghitung jumlah kerugian masyarakat.
- d. Menggunakan reaksi pasar dalam menentukan harga. Misalnya vonis hakim akibat pengaduan masyarakat akan kerusakan lingkungan dapat juga dianggap sebagai dasar perhitungan. Walaupun ke empat metode diatas secara mendasar sangat berbeda, tetapi pada dasarnya keempat metode tersebut untuk mengetahui kerugian serta reaksi masyarakat terhadap kegiatan perusahaan yang menimbulkan dampak negatif.

10. Teknik Pelaporan Tanggung Jawab Sosial

Walaupun teknik pelaporan mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) belum mempunyai pedoman yang resmi, ada beberapa teknik pelaporan yang menurut para ahli bisa digunakan perusahaan seperti yang diungkapkan oleh Diller yang diterjemahkan oleh Sofyan Syafri Harahap dalam buku Teori Akuntansi adalah sebagai berikut :

- a. Pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.
- b. Pengungkapan dalam catatan atau laporan keuangan.
- c. Dibuat dalam perkiraan tambahan, misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi, biaya pemeliharaan lingkungan dan sebagainya.

Meskipun teknik pelaporan setiap perusahaan berbeda, tetapi pelaporan ini sangat berguna bagi perusahaan terutama untuk menambah kepercayaan para pemegang saham, selain bagi perusahaan pelaporan ini juga bermanfaat bagi pemerintah dalam pengambilan keputusan dan berbagai kebijakan.

Sebenarnya setiap perusahaan tidak perlu ragu-ragu dalam mengambil sikap untuk memenuhi tuntutan sosial sesuai dengan kepentingan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat saja menetapkan suatu strategi atau kebijakan sehingga tidak memberatkan bagi perusahaan atau mengurangi keuntungan bersihnya, seperti yang

diutarakan oleh Djaslim Saladin, dalam bukunya yang berjudul Manajemen sebagai berikut :

- a. Untuk memikul biaya tanggung jawab sosial tersebut, perusahaan dapat membukukan ke dalam laporan keuangan perusahaan, seolah-olah merupakan pengeluaran yang dapat dipertanggung jawabkan dalam perhitungan pajak perusahaan.
- b. Dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan sesuai dengan kemampuan perusahaan, maka perusahaan dapat mengambil suatu strategi untuk memotivasi dalam usaha meningkatkan produktivitas.
- c. Untuk merumuskan tanggung jawab sosial tersebut, perusahaan menyusun suatu program sosial atas dasar berkelanjutan dan bukan suatu tindakan seketika saja dan memikirkan bagaimana memanfaatkan hal itu untuk kepentingan perusahaan agar tidak terganggu.

Para manajemen harus menyadari bahwa misi perusahaan itu tidak hanya membicarakan finansial, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan.

11. Peraturan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

dengan terbitnya Keputusan Menteri Keuangan RI No. 1232/KMK/013/1989 tanggal 11 November 1989, tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara, nama program dikenal dengan "Program Pegelkop". Pokok-pokok yang diatur dalam SK Menteri Keuangan No:

1232/KMK.013/1989 tanggal 11 November 1989 tersebut dengan pertimbangan:

- a) Dalam rangka mendorong kegairahan dan kegiatan ekonomi serta pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, memperluas lapangan kerja serta meningkatkan taraf hidup masyarakat, perlu adanya pembinaan pengusaha ekonomi lemah dan koperasi secara terarah dan berkesinambungan melalui Badan Usaha Milik Negara;
- b) Bahwa potensi pengusaha ekonomi lemah dan koperasi yang cukup besar, perlu dikembangkan dengan menciptakan iklim usaha yang sehat dan tata hubungan yang mendorong tumbuhnya kondisi saling menunjang antara Badan Usaha Milik Negara, koperasi dan swasta.

Dengan Pokok-Pokok Pengaturan:

1. BUMN wajib melakukan pembinaan terhadap pengusaha ekonomi lemah dan koperasi (Pasal 2);
2. Pembinaan diberikan berupa peningkatan kemampuan manajerial, teknik berproduksi, peningkatan kemampuan modal kerja, kemampuan pemasaran dan pemberian jaminan untuk mendapatkan kredit perbankan (pasal 3);
3. Pembiayaan untuk kegiatan pembinaan dimaksud disediakan dari bagian laba BUMN antara 1–5% setiap tahun dari laba setelah pajak (Pasal 4);

4. Status dana pembinaan dapat ditetapkan sebagai hibah atau pinjaman kepada pengusaha golongan ekonomi lemah dan koperasi (pasal 7 ayat 2);
5. Pelaksanaan pembinaan sepenuhnya menjadi tanggung jawab direksi BUMN yang bersangkutan (Pasal 10).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan suatu pengetahuan, juga merupakan usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban. Jenis penelitian berdasarkan tingkat Eksplanasinya atau tingkat kejelasan. (Sugiyono 2013: 11) dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penelitian Deskriptif

Adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain.

2. Penelitian Komparatif

Adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan variabel penelitian dengan variabel mandiri. Untuk sampel yang lebih dari satu dan dalam waktu yang berbeda.

3. Penelitian Asosiatif

Adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kedua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian

ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Dalam jenis penelitian ini yang digunakan oleh peneliti ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang menjelaskan dan menguraikan manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada PT.Indofarma (PERSERO) Palembang.

b. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah di perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) Palembang yang bertempat di Jl. R. Soekamto No. 50 A/B, Sekip Jaya. Palembang 30114 Sumatera Selatan.

c. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberi arti bagaimana variabel tersebut diukur.

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Manfaat Penerapan <i>CSR Corporate Social Responsibility</i> .	Manfaat dari penerapan <i>CSR Corporate Social Responsibility</i> yang dilakukan oleh perusahaan.	Meningkatkan penjualan dan <i>marketing share</i> Memperkuat <i>brand positioning</i> Meningkatkan citra perusahaan Menurunkan biaya operasi Meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor dan analisis keuangan.

Sumber: Penulis, 2014

d. Data yang diperlukan

Syahirman dan Umiyati (2009: 59-60) berdasarkan cara memperolehnya data dapat dibagi antara lainya yaitu;

1. Data Primer (*primary data*)

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/ suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview dan observasi.

2. Data Sekunder (*secondary data*)

Data skunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari perusahaan atau bagian yang terikat. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui situs website perusahaan.

e. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari, wawancara, observasi, angket, dokumen dan tes. (Sutopo 2006: 72) sebagai berikut

1. Wawancara

Wawancara merupakan alat *rechecking* pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang

digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai dengan atau menggunakan pedoman wawancara.

2. Teknik observasi

Pengamatan dalam istilah sederhana adalah proses penelitian dalam melihat situasi penelitian. Teknik ini sangat relevan digunakan dalam penelitian kelas yang meliputi pengamatan kondisi interaksi. Alat yang biasanya digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan ceklist, catatan kejadian dan lain-lain.

3. Teknik kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung. Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.

4. Teknik dokumen

Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, gambar atau foto yang semua itu memberikan informasi bagi proses penelitian.

5. Tes

Tes adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengumpul data yang bersifat mengevaluasi hasil proses untuk mendapatkan kondisi awal sebelum proses (*pre-test* dan *pos-test*)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi.

f. Analisis Data dan Teknik Analisis

1. Analisis data

Analisis data menurut jenis data dan analisis terdiri dari kualitatif dan kuantitatif (Emzir 2007: 28) terbagi atas sebagai berikut:

a. Metode penelitian kuantitatif

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

b. Metode penelitian kualitatif

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar.

2. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif yaitu dengan cara melihat laporan laba rugi perusahaan pada periode tertentu kemudian menjelaskan manfaat penerapan *CSR (Corporate Social*

Responsibility) untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada PT.Indofarma (PERSERO) Palembang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Sejarah PT. Indofarma (PERSERO) Palembang

PT Indofarma (Persero), Tbk. merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah Kementerian Negara BUMN, berdiri pada tahun 1918 dengan nama pabrik obat Manggarai. Pada zaman kolonial Belanda perusahaan ini mempunyai kegiatan pembuatan salep dan pemotongan kain kasa pembalut yang dilakukan di *Centrale Burgelijke Zienkeninrichring (CBZ)*, yang sekarang dikenal dengan Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo Jakarta. Kemudian lokasi pabrik dipindahkan ke Jalan Tambak No.2 Manggarai, Jakarta sehingga dikenal dengan sebutan “Pabrik Obat Manggarai”.

Tanggal 14 Februari 1967, melalui Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI No.008/III/Ad.Am/67, nama Pabrik Obat Manggarai diubah menjadi Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan Republik Indonesia dan ditetapkan sebagai Unit Operatif setingkat Direktorat dibawah Direktur Jenderal Farmasi. Tugas pokok dari pabrik ini adalah memproduksi obat-obatan berdasarkan pesanan dari Departemen Kesehatan RI.

Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan RI bertugas membantu usaha pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di bidang kesehatan, yaitu memproduksi obat-obatan untuk rumah sakit pemerintah dan Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas). Obat-obatan yang

dimaksud bersifat essensial, artinya obat tersebut banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka didirikan sebuah pabrik sebagai pengganti yang sekaligus untuk memperluas pelayanan. Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan RI. Pada tahun 1980 mulai dilakukan studi kelayakan untuk pembangunan pabrik farmasi ini.

Berdasarkan PP No. 20 tanggal 11 Juli 1981, Pusat Produksi Farmasi diubah menjadi Perusahaan Umum dengan nama Indonesia Farma (Perum Indofarma). Pada tanggal 1 April 1983, pelaksanaan PP tersebut baru direalisasikan. Kemudian pada tahun 1988, mulai dibangun pabrik baru yang modern sesuai dengan konsep dan persyaratan CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) seluas 20 hektar yang berlokasi di desa Gandasari, Cibitung, Bekasi dengan bantuan alat dan teknologi dari Pemerintah Italia. Kemudian pada tahun 1990 pembangunan tersebut dapat diselesaikan dan seluruh fasilitas produksi telah menempati lokasi di Cibitung, Jakarta (kecuali sediaan steril). Pada tahun 1993, pabrik baru tersebut dilengkapi dengan fasilitas produksi steril dan injeksi sefalosporin. Bangunan pabrik yang baru dirancang sesuai dengan konsep CPOB yang dilengkapi dengan mesin, peralatan laboratorium serta instalasi pabrik yang modern dan selesai pada tahun 1994. Fasilitas produksi steril diresmikan oleh Menteri Kesehatan RI pada tanggal 31 Januari 1995, dimana seluruh pembangunan dapat terselesaikan dengan seluruh (100%) dana ditanggung oleh Perum Indofarma.

Tanggal 2 Januari 1996 Perum Indonesia Farma berubah status menjadi Perseroan Terbatas Indofarma (PT. Indofarma) melalui PP No. 34

tanggal 20 September 1995 untuk mengantisipasi perubahan dan meningkatkan keunggulan daya saing. Pada tahun tersebut juga dilakukan akuisisi dengan PT. Riasima Abadi Farma yang merupakan produsen bahan baku obat Paracetamol. Tahun 1999 dibangun Pusat Ekstrak (*Extract Center*) dan selesai pada tahun 2000. Pada tahun ini juga didirikan anak perusahaan dengan nama PT. Indofarma Global Medika (PT. IGM) sebagai distributor dan pemasaran produk farmasi termasuk alat kesehatan dengan 28 cabang di seluruh Indonesia saat ini. Tahun 2000, dibangun pabrik makanan bayi pendamping air susu ibu (MP-ASI) di Lippo Cikarang Industrial Estate, Jawa Barat.

Bulan Mei 2001 PT. Indofarma memperoleh sertifikat ISO 9002. Unit produksi steril yang pada tahun 2002 ditingkatkan lagi menjadi ISO 9001 versi 1994 untuk seluruh unit produksi termasuk unit produksi Herbal *Medicine* dan Litbang. Kemudian pada produk makanan, memperoleh sertifikat ISO 9001 versi 2000. Sejak tanggal 17 April 2001 untuk seluruh unit produksi termasuk unit Direktorat Produksi, Direktorat Umum, Direktorat Pemasaran dan IT. Selain itu, sejak tanggal 17 April 2001, PT Indofarma, Tbk. mulai melakukan penawaran saham perdana kepada masyarakat dan mendaftarkan seluruh saham perseroan di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya dan status PT Indofarma selanjutnya berubah menjadi PT Indofarma (Persero), Tbk.

a. Perkembangan Perusahaan

PT. Indofarma adalah salah satu perusahaan farmasi terkemuka di Indonesia, yang telah melayani masyarakat dengan penyediaan obat-obatan bermutu selama hampir sembilan dasawarsa. Pada awalnya, dengan fasilitas yang terbatas, pabrik yang masih berada dilingkungan Rumah Sakit Pusat itu hanya memproduksi beberapa jenis salep dan kasa pembalut. Pengembangan pertama menjadi Pabrik Obat Manggarai yang memproduksi obat-obatan berupa tablet dan injeksi dilakukan pada tahun 1931. Pada tahun 1942, pabrik diambilalih oleh pemerintah pendudukan Jepang dan dikelola dibawah manajemen takeda. Pengelolaan pabrik diserahkan kepada Departemen Kesehatan Republik Indonesia setelah dinasionalisasi pada tahun 1950.

Tahun 1979, Indofarma mengemban tugas memproduksi obat-obat esensial untuk pelayanan masyarakat, dan status Pabrik Obat Manggarai diubah menjadi Pusat Produksi Farmasi yang bersifat nirlaba dan masih dibawah Departemen Kesehatan. Selanjutnya, pada tanggal 11 Juli 1981, dengan semakin banyaknya tanggung jawab yang diberikan, pemerintah meningkatkan statusnya menjadi Perusahaan Umum Indonesia Farma yang disingkat Perum Indofarma.

Tonggak penting lain perjalanan bisnis Indofarma terjadi pada tahun 1988 dengan pembangunan pabrik modern berkapasitas besar dilahan seluas 20 hektar, di kawasan Cibitung, Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 1991, seluruh proses produksi di Manggarai, Jakarta, dipindahkan ke satu dari lima

pabrik pertama di Indonesia yang memenuhi persyaratan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) itu.

Tahun 1996 untuk mengantisipasi perkembangan di masa datang dan meningkatkan daya saing, status perusahaan ditingkatkan menjadi PT. Indofarma (Persero). Selain itu, Perseroan mengembangkan diri ke hilir hingga merambah sampai ke distribusi dan perdagangan (*trading*) produksi farmasi. Selanjutnya, pada tahun 2000, bisnis distribusi dan trading farmasi serta alat kesehatan dipisahkan dan diserahkan ke anak perusahaan yang baru dibentuk, PT. Indofarma Global Medika (IGM). Pengembangan ini sekaligus memungkinkan Indofarma memfokuskan diri pada bisnis inti di bidang produksi dan pemasaran produk-produk farmasi.

Tahun 2001, Indofarma melakukan penawaran umum saham kepada masyarakat dan mendaftarkan seluruh saham perseroan di Bursa Efek Surabaya (yang sekarang telah merger menjadi Bursa Efek Indonesia), sehingga resmi menjadi sebuah perusahaan terbuka dengan nama PT. Indofarma (Persero), Tbk. Dengan struktur permodalan yang lebih kuat, Indofarma mengembangkan produksi sehingga bukan hanya membuat obat-obat esensial dan generic, melainkan juga Obat dengan Nama Dagang (OND) baik etikal maupun OTC, obat tradisional (herbal), dan makanan kesehatan.

Memasuki pertengahan tahun 2003, indofarma meluncurkan program restrukturisasi terpadu. Salah satu langkah awal yang dilakukan adalah penyegaran manajemen di anak perusahaan yang paling strategis: PT. Indofarma Global Medika (IGM) yang menangani distribusi dan trading

produk Indofarma. Pada tahun 2007, melalui restrukturisasi lanjutan untuk mengoptimalkan seluruh fungsi bisnis, perseroan memberikan otonomi luas kepada IGM dan memisahkan manajemen harian anak perusahaan ini dari perusahaan induk. Dengan demikian, Indofarma dapat fokus pada kegiatan produksi dan IGM pada kegiatan distribusi dan trading produk farmasi dan alat kesehatan.

Indofarma juga terus berupaya menjalin aliansi strategis dengan mitra internasional pemilik produk dan teknologi, baik melalui perusahaan induk maupun anak perusahaan. Guna meletakkan fondasi yang kuat, manajemen Indofarma Group terus berupaya menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Manajemen juga senantiasa berupaya membangun kompetensi personel yang profesional melalui program pengembangan sumber daya manusia yang terarah, agar mampu membawa Indofarma Group memasuki era perdagangan bebas sebagai perusahaan farmasi terkemuka.

b. Lokasi Pabrik

PT Indofarma (Persero), Tbk. merupakan induk perusahaan yang bergerak di bidang produksi farmasi dan obat herbal. Pabrik ini dirancang sesuai konsep CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) dan dibangun di atas tanah seluas ± 1200.000 m² dan Luas bangunan secara keseluruhan adalah 28.483 m² yang berlokasi di Jalan Indofarma I, Cibitung-Bekasi. Pabrik lainnya yaitu, pabrik makanan bayi seluas ± 0,25 hektar di Cikarang.

Di wilayah ini, fasilitas produksi farmasi dan obat herbal dirancang sesuai konsep CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) yang juga memuat pengaturan tata letak pabrik dan ruang produksi.

Letak PT Indofarma (Persero), Tbk. saat ini dapat dikatakan cukup strategis karena berada dekat dengan pabrik penghasil karton untuk kemasan tersier, dan juga dekat dengan perusahaan farmasi lainnya. Di sebelah barat pabrik, terdapat pemukiman penduduk yang tidak terlalu banyak namun sebagian besar karyawan bermukim sementara di daerah tersebut.

PT Indofarma (Persero), Tbk. merupakan perusahaan farmasi yang tidak memiliki cabang perusahaan, maka dari itu wilayah pemasarannya pun sampai ke seluruh wilayah di Indonesia. Namun dalam hal pendistribusian, produk yang dihasilkan oleh perusahaan diserahkan kepada anak perusahaan yang bernama PT Indofarma Global Medika (IGM) yang terletak di beberapa wilayah di Indonesia.

c. Visi dan Misi PT. Indofarma (Persero) Tbk

Visi PT Indofarma (Persero) Tbk adalah menjadi perusahaan yang berperan signifikan dalam perbaikan kualitas hidup manusia dengan memberi solusi dalam masalah kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Misi PT Indofarma (Persero) Tbk PT Indofarma (Persero) Tbk memiliki misi antara lain :

1. Menyediakan produk dan layanan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat.

2. Melakukan penelitian dan pengembangan produk yang inovatif dengan prioritas untuk mengobati penyakit dengan tingkat revalensi tinggi.
3. Mengembangkan potensi sumber daya manusia sehingga memiliki kepedulian profesionalisme dan kewirausahaan tinggi.

Motto PT Indofarma (Persero) Tbk adalah “Pilihan Rasional Untuk Sehat” yang artinya, bahwa PT Indofarma (Persero) Tbk akan selalu berusaha meningkatkan mutu produksinya untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat menjadi lebih baik dengan menyediakan obat-obat murah bagi kesehatan.

Logo perusahaan melambangkan kependekan nama perusahaan “INF” dengan warna biru yang melambangkan sikap pengabdian Indofarma yang tidak terbatas, dan posisi miring yang menggambarkan dinamika perusahaan yang tidak terpaku pada konvensi-konvensi yang telah ada, tetapi mengikuti gerak laju teknologi khususnya di bidang farmasi.

d. Maksud dan tujuan perusahaan

PT Indofarma yang sebelumnya adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan pada tahun 2001 mulai *go public* dengan menawarkan sahamnya kepada khalayak dalam rangka program pemerintah untuk mengadakan privatisasi beberapa BUMN di Indonesia. Selain tetap memproduksi obat-obatan esensial dan obat organik berlogo, PT Indofarma juga mengembangkan produk-produk merk dagang, khususnya yang kini menjadi andalan PT Indofarma adalah produk obat tradisional (*herbal medicine*). PT Indofarma (Persero) Tbk memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan kemanfaatan umum di bidang farmasi dalam arti seluas luasnya terutama dalam pengadaan produk farmasi yang diperlukan oleh sarana kesehatan baik di pusat maupun di daerah, yaitu unit pelayanan kesehatan pemerintah maupun pelayanan umum.
2. Mendapatkan keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan dan disumbangkan untuk pembangunan nasional, sesuai dengan kemampuan perusahaan.
3. Memperluas pemerataan khususnya bagi golongan masyarakat menengah ke bawah.
4. Memperluas distribusi obat bagi Puskesmas dan Rumah Sakit Pemerintah, serta penyediaan obat di desa untuk posyandu.
5. Sebagai *price Leader* terhadap obat-obat yang berada di masyarakat melalui program obat generik berlogo.
6. Meningkatkan penerapan CPOB sebagaimana direkomendasikan oleh WHO sehingga hasil produksi berstandar Internasional.

e. Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan merupakan nilai dan keyakinan dasar yang dihayati oleh seluruh karyawan PT.Indofarma (Persero) Tbk. Budaya perusahaan ini brkenaan dengan prilaku-prilaku yang biasa dilakukan dalam kegiatan sehari-hari yang dapat menciptakan identitas bersama bagi seluruh karyawan yang ikut membangun komitmen karyawan kepada perusahaan.

Budaya yang dimiliki oleh PT.Indofarma (Persero) Tbk adalah sebagai berikut :

1. Mutu dijadikan prioritas utama demi kepuasan pelanggan eksternal maupun internal.
2. Operasi perusahaan di jaga dan ditingkatkan sesuai kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan sumberdaya melalui proses yang dapat menekan biaya mutu.
3. Gaya manajemen mutu terpadu oleh semua pihak melalui perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang efektif dan efisien.
4. Nilai ulet yang dilakukan karyawan dan pimpinan, bekerja sama dalam suasana yang menyenangkan. menyelesaikan tugas masing- masing secara tuntas dan tepat waktu sesuai dengan jiwa dari kebijakan ini serta mengikuti sistem yang telah ditetapkan.

2. Aktifitas Perusahaan

a. Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.

1) Persiapan Produksi

Kegiatan produksi obat obatan dimulai dari bahan baku menjadi barang jadi. Proses produksi yang dilakukan adalah pengujian Produk Antara dan Produk Ruah. Pengujian yang dilakukan yaitu melakukan analisis terhadap produk-produk yang dihasilkan baik produk antara maupun ruahan. Pengujian yang dilakukan yaitu :

(2) Produk Antara

Adalah tiap bahan atau campuran yang masih memerlukan satu atau lebih tahap pengolahan lebih lanjut untuk menjadi produk ruahan. Analisis yang dilakukan :

(a) Masa tablet

1. Kadar air
2. Kadar zat aktif

(b) Masa sirup

1. Bobot per milliliter
2. pH
3. Kadar zat aktif

(c) Masa kapsul

1. Kadar zat aktif
2. Kadar air

(d) Masa injeksi

1. pH
2. Kadar zat aktif

(e) Masa oralit

1. Kadar air
2. Kadar chlor total dan sitrat
3. pH

(3) Produk Ruahan

Adalah bahan atau campuran bahan yang telah selesai diolah yang masih memerlukan tahap pengemasan untuk menjadi produk jadi bahan yang telah selesai diolah dan tinggal memerlukan tahap pengemasan untuk menjadi produk jadi.

1. Tablet

- a. Kekerasan
- b. Kerenyahan

- c. Waktu hancur
 - d. Keseragaman bobot
 - e. Kecepatan melarut (dissolusi)
 - f. Kadar zat aktif
 - g. Ketebalan
2. Kapsul
- a. Waktu hancur
 - b. Keseragaman bobot
 - c. Kecepatan melarut (dissolusi)
 - d. Kadar zat aktif
3. Sirup
- a. Kadar zat aktif
 - b. pH
 - c. Bobot jenis
 - d. Cemarkan mikroba
 - e. Volume berpindahkan
 - f. Uji kedapann tutup botol
 - g. Sterilitas
4. Salep
- a. Kadar air
 - b. Kadar zat aktif
 - c. Uji cemarkan

(2) Proses Produksi

Sistem produksi pada PT. Indofarma (Persero) Tbk termasuk dalam sistem produksi massal produk, antara lain sebagai berikut:

- 1) Uji dissolusi pada sediaan sangat penting dilakukan dikarenakan :

Dissolusi merupakan profil pelepasan zat aktif dari sediaan, karena itu uji ini merupakan suatu prosedur control mutu yang bisa dilakukan dalam cara produksi yang baik. Uji dissolusi ini merupakan pengujian mutu sediaan tablet dan kapsul dari batch ke batch. Data uji dissolusi juga sangat penting untuk mengembangkan sediaan. Metode yang digunakan dalam uji dissolusi ada dua, yaitu metode basket dan pedal. Pada dasarnya kedua metode tersebut sama, dapat diputar dengan kecepatan antara 25 – 150 rpm, volume media dissolusinya 500 – 900 ml dalam chamber khusus yang berkapasitas 1 liter dan suhu medium yang digunakan sebesar 37⁰C. Perbedaan hanya terletak pada pemutarnya. Kekurangan metode basket dibandingkan metode pedal adalah kecenderungan penyumbatan kasa basket oleh bahan dan kecepatan aliran berkurang akibat pertikel-pertikel obat yang tertinggal pada basket. Kalibrasi adalah pembuktian bahwa alat ukur yang dapat digunakan

dapat tetap memberikan hasil yang sesuai dengan batasan spesifikasi yang terdapat didalam literature standar alat tersebut. Kalibrasi dilakukan terhadap alat kritis dan alat penunjang.

- 2) Kualifikasi merupakan ketentuan ketentuan yang terdokumentasi mengenai persyaratan (rancangan, instalasi, operasional, dan kinerja) yang harus dipenuhi oleh suatu alat atau mesin tertentu. Tahapan dalam kualifikasi ada 4 macam, yaitu:
 - a. Kualifikasi Desain / *Desain Qualification* (DQ)
 - b. Kualifikasi Instalasi / *Installation Qualification* (IQ)
 - c. Kualifikasi Operasional / *Operasional Qualification* (OQ)
 - d. Kualifikasi Kinerja / *Performance Qualification* (PQ)

b. Pemberian Jasa

Pemberian jasa merupakan salah satu aktivitas perusahaan selain produksi dan pemasaran. Pemberian jasa yang dilakukan oleh perusahaan adalah engan melaksanakan studi penelitian seperti AMDAL, pengembangan, perekayasaan dan desain *Engineering*, kontruksi, manajemen, angkutan dan pemeliharaan alat pabrik.

c. Perdagangan

Perdagangan merupakan aktifitas yang menjadi tujuan akhir dari semua aktifitas perusahaan. Kegiatan ini berada di bawah tanggung jawab departemen pemasaran.

3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas PT. Indofarma (Persero)

Palembang.

PT.Indofarma (Persero) Tbk dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang membawahi Direktur Produksi, Direktur Umum dan SDM, Direktur Pemasaran serta Direktur Keuangan. Manajer Produksi 1, Manajer Produksi II, Teknik Pemeliharaan, PPPP, Manajer Litbang, Manajer *Quality Control* dan Manajer *Procurement procure*.

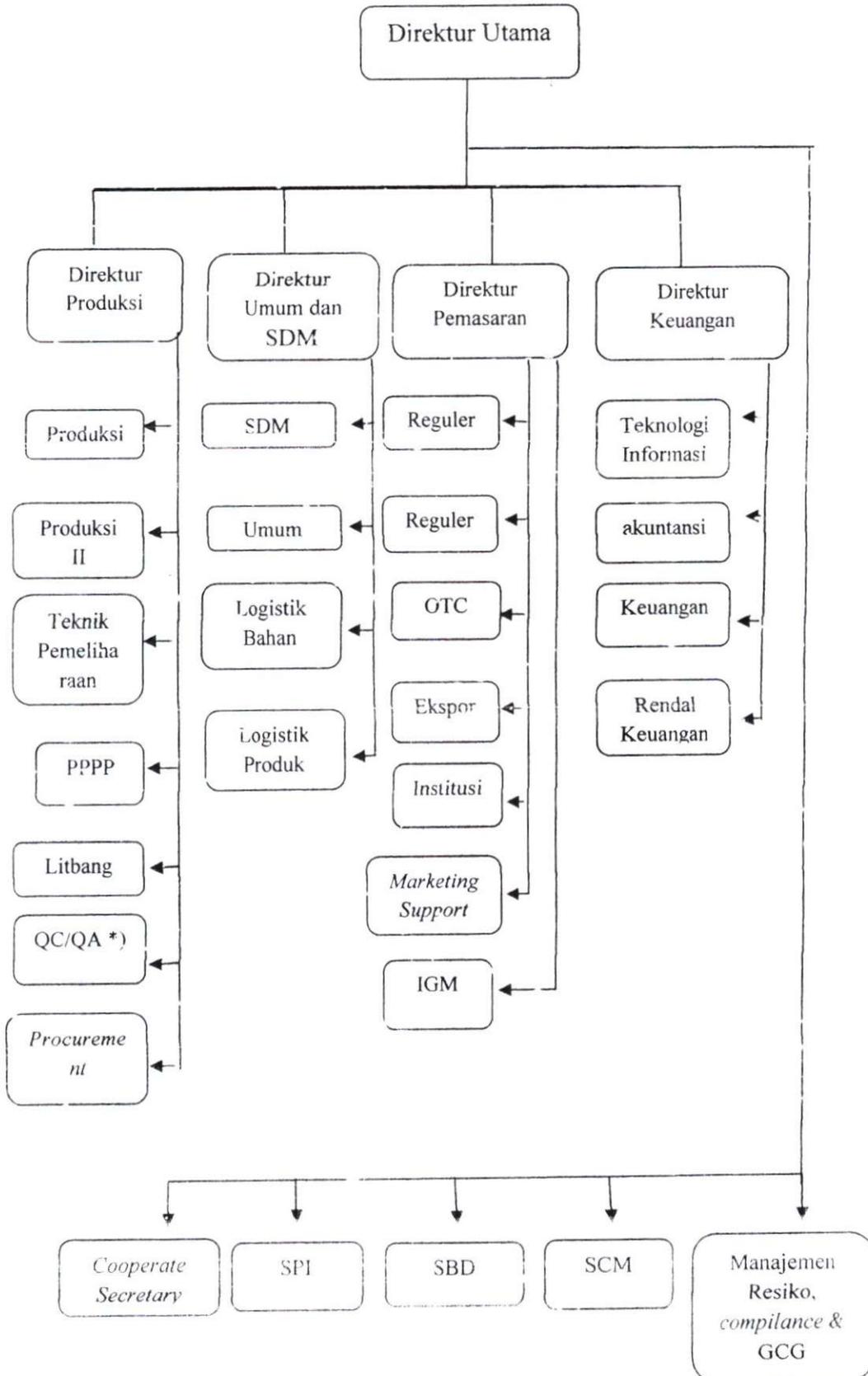
Direktur Umum dan SDM, Manajer SDM, Manajer Umum, Manajer Logistik bahan awal dan logistik bahan jadi. Direktur Pemasaran membawahi Manajer Reguler I, Reguler II, OTC, Ekspor, Institusi, Marketing Suport dan IGM. Sedangkan Direktur Keuangan membawahi Manager teknologi Informasi, Manager Akutansi, Manajer keuangan dan Rendal Keuangan.

Direktur Utama juga membawahi manajer *Corporate Secretary & SPI*, SBD, SCM dan Manager *Supply Chain Management*, dan Manajer *Quality Assurance*

a. Bagan Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi PT. Indofarma (PERSERO) Palembang sebagai berikut:

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Indofarma (Persero) Tbk.



Keterangan:

PPPP (Perencanaan Produksi dan Pengendalian Persediaan)

Litbang (Penelitian dan Pengembangan)

QC/ QA (*Quality Control/ Quality Assurance*)

SDM (Sumber Daya Manusia)

OTC (*Over The Counter*)

IGM (Indofarma Global Medika)

Rendal (Perencanaan dan Pengendalian)

SPI (Satuan Pengawasan Internal)

SBD (*Strategic Business Development*)

SCM (*Supply Chain Management*)

GCG (*Good Corporate Governance*)

*) Dalam waktu dekat akan dipisahkan

b. Fungsi-fungsi Unit Kinerja Secara Umum

Berikut ini akan dijelaskan fungsi masing-masing unit kinerja secara umum:

1) Direktur Utama

Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan, memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer) menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan. Direktur utama ini membawahi beberapa unit kerja, yaitu:

- a) Direktur produksi
- b) Direktur umum dan SDM
- c) Direktur Pemasaran
- d) Direktur keuangan

selain itu juga direktur utama membawahi beberapa unit kerja lainnya, yaitu : *Cooperate Seretary*, SPI, SBD, SCM dan Manajemen resiko, *Compilance & GCG*

2) Direktur Produksi

Meninjau usulan RKAP dari seluruh Divisi di Direktorat Produksi dan mengajukannya di dalam rapat Direksi dan rapat Komisaris, merencanakan dan merumuskan kebijakan strategis yang menyangkut produksi, memonitoring dan mengarahkan proses-proses di seluruh Divisi Direktorat Produksi, melakukan koordinasi strategis antar Direktorat, memberikan masukan kepada Direktur Utama dalam memutuskan hal-hal yang berkaitan dengan Produksi. Direktur produksi membawahi beberapa unit kerja, yaitu:

- a) Produksi I
- b) Produksi II
- c) Teknik pemeliharaan
- d) PPPP
- e) Litbang
- f) QC/QA
- g) *Procurement*

3) Direktur umum dan SDM

Menyusun strategi dan kebijakan SDM di perusahaan berdasarkan strategi jangka panjang dan jangka pendek yang telah ditetapkan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku agar diperoleh SDM dengan kinerja, kapabilitas dan kompetensi yang sesuai dengan yang diinginkan perusahaan, menyusun rencana

kerja dan anggaran bagiannya sesuai dengan strategi, kebijakan dan sistem SDM yang telah ditetapkan untuk memastikan tercapainya sasaran bagian SDM. Direktur umum dan SDM membawahi beberapa unit kerja, yaitu:

- a) SDM
- b) Umum
- c) Logistik bahan awal
- d) Logistik produk jadi

4) Direktur pemasaran

Meninjau usulan RKAP dari seluruh divisi direktorat pemasaran dan mengajukannya di dalam rapat direksi dan rapat komisaris, merencanakan dan merumuskan kebijakan strategis yang menyangkut pemasaran, memonitoring dan mengarahkan proses-proses diseluruh divisi direktorat pemasaran dan melakukan koordinasi strategi antara direktorat. Direktur pemasaran membawahi beberapa unit kerja, yaitu:

- a) Reguler I
- b) Reguler II
- c) OTC
- d) Ekspor
- e) Institusi
- f) *Marketing suport*
- g) IGM

5) Direktur keuangan

Merencanakan dan menganalisis pembelanjaan perusahaan, mengatur struktur aktiva, mengatur stuktur finansial dan mengatur struktur modal. Direktur keuangan membawahi beberapa unit kerja, yaitu:

- a) Teknologi informasi
- b) Akuntansi
- c) Keuangan
- d) Rendal keuangan

B. PEMBAHASAN

1. Manfaat Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

a) Peningkatan Penjualan dan *Marketing Share*

Dengan melaksanakan program CSR maka secara tidak langsung akan meningkatkan penjualan dan produk perusahaan dapat dikenal secara luas yaitu dengan cara mempromosikan setiap produk ke masyarakat sekitar dengan upaya mengembangkan potensi pasar yang telah dilakukan, aktivitas pemasaran yang berorientasi pada pengembangan pasar berdasarkan pada potensi produk yang dimiliki perusahaan sehingga pertumbuhan produk dapat dicapai sesuai dengan harapan. Adapun strategi produk yang dilakukan untuk mengembangkan potensi produk antara lain:

1. Pengelompokan produk berdasarkan kelompok produk promosi dan nonpromosi, serta pengelompokan berdasarkan produk pareto dan nonpareto.
2. Fokus produk disesuaikan pola pemakaian produk di setiap segmen pasar.
3. Strategi ekstensifikasi dan intensifikasi baik untuk perbaikan ketersediaan maupun penetrasi produk.
4. Menjaga kontinuitas pasokan produk kepada pelanggan.
5. Peluncuran produk baru.

Dari strategi produk yang dilakukan perusahaan tersebut bahwa telah terjadi peningkatan dan penurunan penjualan dari tahun 2011 sampai 2013 dimana penjualan tahun 2011 sebesar Rp.500.800.808.982 tahun 2012 sebesar Rp.564.719.033.044 dan pada tahun 2013 penjualan menurun sebesar Rp.528.322.022.371. Dimana strategi produk akan mempengaruhi penjualan terhadap produk yang dimiliki perusahaan tersebut.

b) Memperkuat *Brand Positioning*

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis menggunakan dana CSR sebesar Rp. 260.300.000 yang telah disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk obat-obatan dan membangun fasilitas-fasilitas kesehatan seperti puskesmas dan posyandu yang dapat menimbulkan

kesadaran konsumen akan keberadaan perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

c) Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan CSR yang bermanfaat bagi masyarakat dimana dapat dilihat dari program CSR yang telah dilakukan dari tahun 2011 sampai 2013 seperti pendidikan, pelestarian lingkungan hidup, peningkatan kualitas hidup masyarakat, bantuan keagamaan, kesehatan dan olahraga. Bahwa program CSR tersebut berdampak pada pelanggan maupun konsumen yang bisa dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel IV.2
Data Pelanggan dan Konsumen

Pelanggan	2011	2012	2013
Apotik	10.035	11.355	11.400
Rumah Sakit	1.264	1.313	1.500
Institusi	505	615	635
Toko Obat	5.605	5.700	5.925
Pedagang Besar Farmasi	620	725	790
Total	18.029	19.708	20.250

Sumber: PT. Indofarma (PERSERO)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan, bahwa terjadi peningkatan dalam data pelanggan dari tahun 2011 sampai dengan 2013 yang signifikan akibat dari program CSR tersebut.

d) Mempengaruhi biaya operasi

Praktik *CSR* seperti ini dilakukan sebagai investasi jangka panjang perusahaan untuk menciptakan proses produksi yang semakin efisien agar dapat mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya operasional dengan cara melaksanakan program-program *CSR* yang telah dilakukan dari tahun 2011 sampai dengan 2013, bahwa terjadi perubahan pada dana *CSR* pada tahun 2011 sebesar Rp. 1.934.770,000 tahun 2012 Rp. 1.664.400,000 dan pada tahun 2013 dana *CSR* sebesar Rp. 1.571.000.000. Sedangkan dana operasional pada perusahaan PT. Indofarma ini juga mengalami perubahan pada tahun 2011 sebesar Rp. 20.824.000.000, tahun 2012 Rp. 22.845.000.000, dan pada tahun 2013 sebesar Rp. 24.365.000.000 yang mengalami peningkatan disetiap tahunnya akibat dari program-program *CSR* yang dilakukan.

Dari data tersebut berarti besarnya *CSR* tidak mempengaruhi terhadap tingkat biaya operasional karena biaya yang terjadi terus meningkat.

e) Meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor dan analisis keuangan.

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan *CSR* yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur,dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan.

PT. Indofarma (PERSERO) dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah melaksanakan program tanggung jawab sosial yang merupakan salah satu wujud kepedulian Perseroan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terdiri dari masyarakat, konsumen, karyawan dan lingkungan yang sangat penting artinya untuk keberlangsungan bisnis Perseroan. Untuk dana CSR yang dikeluarkan PT.Indofarma (PERSERO) pada tahun 2013 sebesar Rp.1.571.000.000 dimana bisa dilihat di laba setelah pajak perusahaan yang disisihkan antara 1-5% sesuai dengan SK Menteri Keuangan No.1232/KMK.013/1989 tanggal 11 November yaitu “pembiayaan untuk kegiatan pembinaan dimaksud disediakan dari bagian laba BUMN antara 1%-5% setiap tahun dari laba setelah pajak”. Bahwa PT. Indofarma (PERSERO) sudah menyisihkan 5% dari laba setelah pajak perusahaan tersebut. Artinya PT. Indofarma (PERSERO) sudah baik dalam melaksanakan program CSR bahkan sudah hampir melebihi apa yang telah ditetapkan oleh SK Menteri tersebut.

2. Analisis Manfaat Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada PT. Indofarma (PERSERO) Palembang.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan PT. Indofarma (Persero) sudah cukup baik karena kegiatan tersebut perusahaan tidak hanya mencari keuntungan yang bermanfaat bagi pemilik

perseroan saja namun juga dapat meningkatkan kinerja di perusahaan tersebut karena keberhasilan suatu perusahaan biasanya ditandai dengan kinerja yang positif, baik dari segi pencapaian laba dan pertumbuhan perusahaan tersebut.

Namun ada hal yang tak kalah lebih penting menandai keberhasilan perusahaan yaitu suatu keberlangsungan (*sustainability*) yaitu kunci utama pencapaian keberlangsungan adalah penerimaan publik akan kehadiran perusahaan untuk mencapai keberlangsungan tersebut yaitu tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) walaupun CSR ini bersifat sosial akan tetapi program yang dilakukan perusahaan tersebut dapat mendukung kinerja perusahaan dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan melalui rasio keuangan yang dapat membantu dalam mengevaluasi program kinerja selama periode tertentu.

Berkaitan dengan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa terdapat hubungan mengenai pelaksanaan CSR dimana terdapat hasil yang positif mengenai program kegiatan kesejahteraan masyarakat dan bahwa karakteristik perusahaan saling berhubungan terhadap pengungkapan CSR terhadap perusahaan dan juga pada laporan keuangan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka penulis memberikan kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan Kegiatan CSR seperti meliputi: (1) Pendidikan (2) Pelestarian hidup (3) Peningkatan kualitas hidup (4) Bantuan Keagamaan (5) Kesehatan dan olahraga dapat berdampak pada manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk meningkatkan kinerja pada perusahaan PT. Indofarma (PERSERO) dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari masyarakat, konsumen maupun mitra bisnis perusahaan tersebut.

B. SARAN

Bagi perusahaan manfaat penerapan *CSR (Corporate Social Responsibility)* dalam meningkatkan kinerja perusahaan sangat penting karena dapat meningkatkan citra positif terhadap perusahaan sehingga peningkatan secara berkelanjutan atas pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sangat diharapkan kedepannya serta harus lebih komprehensifnya perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* agar dapat dirasakan manfaatnya. Bagi perusahaan PT.

Indofarma (PERSERO) Palembang upaya peningkatan dan pengembangan atas program-program *Corporate Social Responsibility* sangat baik guna kelangsungan hidup perusahaan terutama dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan menganggap bahwa tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan bukan lagi secara sukarela.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini. Shandy. 2008. **Penerapan CSR terhadap kesejaterahan masyarakat di PT. Inalum dengan menggunakan variabel *independent comunity suport, diversity dan environment***. (online), (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/34966/4/Chapter%20I.pdf> ,diakses 4 Agustus 2014). FE-USU, Skripsi tidak dipublikasikan.
- Baridwan. Zaki. 2007. ***Intermediate Accounting***. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Belkaoui. Riahi-ahmed.2002. Ahli bahasa Ali Akbar Yulianto dan Rismawati Dermauli. **Teori Akuntansi**. Edisi Lima. Salemba Empat.Jakarta.
- Chairi dan Ghozali. 2007. **Teori Akuntansi**. Penerbit Univeritas Diponegoro. Semarang
- Emzir. 2007. **Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif**. Edisi Pertama. Grafindo. Jakarta.
- Hadi, Nor. 2011. ***Corporate Social Responsibility***. Edisi Kedua. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap.Sofyan Syafri. 2006. **Teori Akuntansi**. Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- ISO. 2010. "***ISO 26000: Guidance on Social Responsibility***", ISO/FDIS 26000:2010(E)
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. ***Corporate Social Responsibility: Doing the Most for your Company and your Cause***. New Jersey. John Wiley & Sons. Inc.
- Kusnadi. 2008. **Kerjasama, Konflik, dan Kinerja**. Edisi Ke Dua. Malang
- Nurlela, Islahuddin. **Simposium Nasional Akuntansi**. Edisi Revisi. PT. Graha Dwi Kencana. Gresik.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 1 Revisi 2009. **Penyajian Laporan Keuangan**. IAI. Jakarta
- Putra. Nanda Eka. 2011. **Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate social responsibility*** (online), (<http://eprints.undip.ac.id/29425/1/Skripsi017.pdf>, diakses 4 Agustus 2014). FE-UNDIP, Skripsi tidak dipublikasikan.
- Simanjuntak, Payaman. 2005. **Manajemen dan Evaluasi Kinerja**. Jakarta:FE UI.

- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Pendidikan**. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sutopoyudo. 2006. **Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar teori dan Terapannya dalam Penelitian** Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Syahirman dan Umiyati. 2009. **Metode Penelitian Ilmu Sosial**. Citrabooks Indonesia.
- Tika, Pabundu. (2006). **Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan**. Edisi Ke Tiga Jakarta: Bumi Aksara.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang **Pengelolaan Lingkungan Hidup**
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang **Perseroan Terbatas**
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang **Tanggung Jawab Sosial**
- Untung. 2008. **Corporate Social Responsibility (CSR)**. Jakarta. Sinar Grafika
- Widjaja, Yeremia, 2008. **Resiko Hukum dan Bisnis**. Edisi Ke Empat. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wibisono. Yusuf. 2007. **Membedah Konsep Aplikasi Corporate Social Responsibility**. Edisi Dua. *Fascho Publishing*. Gresik.

**Program Corporate Social Responsibility
PT. Indofarma (PERSERO)**

Uraian	2011	2012	2013
Pendidikan	490.150.000	600.000.000	586.000.000
Pelestarian Lingkungan Hidup	585.000.000	470.260.000	464.700.000
Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat	450.790.000	225.000.000	260.300.000
Bantuan Keagamaan	165.000.000	80.000.000	95.000.000
Kesehatan dan Olahraga	243.340.000	289.140.000	165.000.000
TOTAL	1.934.770.000	1.664.400.000	1.571.000.000

PT. Indofarma (PERSERO)
LAPORAN LABA RUGI

Uraian	2013	2012	2011
Penjualan Bersih	528.322.022.371	564.719.033.044	500.800.808.982
Beban Pokok Penjualan	<u>385.001.284.740</u>	<u>394.913.235.763</u>	<u>320.901.121.210</u>
LABA BRUTO	143.320.737.631	169.805.797.281	179.899.687.772
Beban Penjualan	67.903.989.262	52.141.943.413	45.935.159.041
Beban Umum dan Administrasi	87.780.361.839	70.514.650.763	69.950.012.927
Beban (Pendapatan) lainnya	<u>8.890.863.165</u>	<u>1.037.330.256</u>	<u>1.236.779.158</u>
LABA USAHA	(21.254.476.636)	46.111.872.848	54.014.515.805
Pendapatan keuangan	<u>16.162.001.843</u>	<u>12.426.712.865</u>	<u>12.830.319.709</u>
LABA SEBELUM PAJAK	(37.416.478.478)	33.685.159.984	41.184.196.096
Beban Pajak Penghasilan			
Pajak Kini		(10.152.158.144)	(14.485.773.250)
Pajak Tangguhan	<u>7.011.674.634</u>	<u>(186.470.344)</u>	<u>1.454.604.207</u>
Jumlah Penghasilan (Beban) Pajak	7.011.674.634	(10.338.628.488)	13.031.169.043
LABA SETELAH PAJAK	(30.404.803.845)	23.346.531.496	28.153.027.053
TOTAL LABA KOMPREHENSIF	(30.404.803.845)	23.346.531.496	28.153.027.053

PT. Indofarma (Persero)
Data Pelanggan dan Konsumen

Pelanggan	2011	2012	2013
Apotik	10.035	11.355	11.400
Rumah Sakit	1.264	1.313	1.500
Institusi	505	615	635
Toko Obat	5.605	5.700	5.925
Pedagang Besar Farmasi	620	725	790
Total	18.029	19.708	20.250

PT.INDOFARMA (PERSERO)
IKHTISAR OPERASIONAL

Biaya Operasional	2013	2012	2011
Biaya Pegawai	Rp. 3.104.000.000	Rp. 3.250.000.000	Rp. 3.570.000.000
Biaya Bahan Baku	Rp. 7.500.000.000	Rp. 7.500.000.000	Rp. 7.900.000.000
Biaya Jasa Layanan	Rp. 2.020.000.000	Rp. 2.500.000.000	Rp. 3.000.000.000
Biaya Pemeliharaan	Rp. 1.500.000.000	Rp. 1.755.000.000	Rp. 1.805.000.000
Biaya Daya dan Jasa	Rp. 2.500.000.000	Rp. 2.840.000.000	Rp. 2.990.000.000
Biaya Pelayanan lainnya	Rp. 4.700.000.000	Rp. 5.000.000.000	Rp. 5.100.000.000
Jumlah	Rp.20.824.000.000	Rp.22.845.000.000	Rp.24.365.000.000



PT. INDOFARMA (PERSERO) PALEMBANG

SURAT KETERANGAN
Nomor: 041/IF/VI/PLG/2013

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala Biro SDM PT. Indofarma (Persero) Palembang menerangkan bahwa:

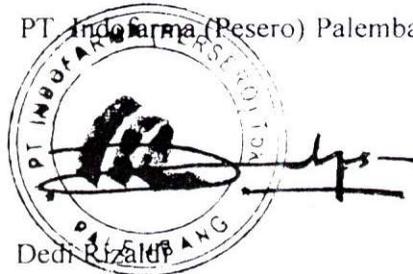
Nama : Wendy Tri Syah Putra
Nim : 22 2010 302
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Muhammadiyah Palembang

Adalah benar yang bersangkutan telah selesai melaksanakan pengambilan data untuk tugas akhir di PT. Indofarma (Persero) untuk bahan penulisan skripsi sejak tanggal 19 Mei 2014 sampai dengan Juni 2014

Demikian Surat Keterangan ini dierikan agar dapat dipergunakan sebagai mestinya.

a.n Direksi

PT. Indofarma (Persero) Palembang



Dedi Rizaldi

Ka. Biro SDM dan Umum



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA	Wendy Tri Syah Putra	PEMBIMBING	
NIM	22 2010 302	KETUA	Nina Sabrina, S.E., M.Si
PROGRAM STUDI	Akuntansi	ANGGOTA	
JUDUL SKRIPSI	MANFAAT PENERAPAN CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. INDOFARMA (PERSERO) PALEMBANG		

Tgl. Bimbingan	Materi Yang Dibahas	Penyakit	Keputusan
6/7 - 2014	BAB I, II, III	[Signature]	Perbaiki
8/7 - 2014	BAB I, II, III	[Signature]	Perbaiki
10/7 - 2014	BAB I, II, III	[Signature]	acc Lanjut IV, V
24/7 - 2014	BAB VI, VII	[Signature]	Perbaiki
1/8 - 2014	BAB IV, V	[Signature]	Perbaiki
7/8 - 2014	BAB IV, V	[Signature]	acc /ujian Komprehensif

CATATAN:

Mahasiswa bertanggung jawab atas pelaksanaan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.

Dikeluarkan di : Palembang

Pada tanggal : _____

dan Dekan : _____

Program Studi : _____



Rosalina Ghazali, S.E., Ak., M.Si

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : WENDY TRI SYAHPUTRA
NIM : 222010302
JURUSAN : Akuntansi

Yang dinyatakan **LULUS** Membaca dan Hafalan Al - Qur'an
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
Dengan Predikat **CUKUP MEMUASKAN**

Palembang, 12 Agustus 2014

an. Dekan
Wakil Dekan IV

Drs. Antoni, M.H.I.

Unggul dan Islami



BIODATA PENULIS

Nama : Wendy Tri Syah Putra

NIM : 22 2010 302

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang 08 Januari 1992

Alamat : Perumda Tk.1 TL.Kelapa Blok F3 No 8B RT 037 RW 010
Kel. Talang Kelapa Kec. Alang-Alang Lebar km 7 Palembang
Sumatera Selatan.

Nama Orang Tua

Ayah : Abdul Gofar Akip

Ibu : Farida Daoed

Pekerjaan

Ayah : Pegawai Negeri Sipil

Ibu : Pegawai Negeri Sipil

No. Telp : 082186861218



AKREDITASI

INSTITUSI PERGURUAN TINGGI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D III)

Nomor: 027/SK/BAN-PT/Akred/PT/I/2014 (B)
Nomor: 044/SK/BAN-PT/Akred/S/I/2014 (B)
Nomor: 044/SK/BAN-PT/Ak-XIII/S1/II/2011 (B)
Nomor: 005/BAN-PT/Ak-X/Dpl-III/VI/2010 (B)

Website: umpalembang.net/feump

Email: feump1g@gmail.com

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711) 511433 Faximile (0711) 518018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari/ Tanggal : Sabtu, 23 Agustus 2014
Waktu : 13.00 s/d 17.00 WIB
Nama : Andri Saputra
NIM : 22 2010 280
Program Studi : Akuntansi
Mata Kuliah Pokok : Teori Akuntansi
Judul Skripsi : EVALUASI PENGAKUAN PENDAPATAN DAN BEBAN PADA ASURANSI JIWA BERSAMA BUMIPUTERA 1912 CABANG PALEMBANG

TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENAKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

NO	Nama Dosen	Jabatan	Tanggal Persetujuan	Tanda Tangan
1	Muhammad Fahmi. S.E.,M.Si	Pembimbing	28/8/2014	
2	DR.Sa'adah Siddik. S.E.,AK. M.Si., CA	Ketua Penguji	27/9/2014	
3	Aprianto. S.E.,M.Si	Penguji I	19/9/2014	
4	Muhammad Fahmi. S.E.,M.Si	Penguji II	18/9/2014	

Palembang, September 2014

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



Rosalina Ghazali. S.E., AK.M.Si

NIDN/NBM : 0228115802/1021961