



**PENGARUH SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN *CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS  
PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI**

**Skripsi**

*Untuk Memenuhi Sebahagian Persyaratan*

*Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi*

*Program Studi Manajemen*

**Diajukan Oleh:**

**VIKA SONITA**

**06 152 039**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2010**



No. Alumni Universitas :

**Vika Sonita**

No. Alumni Fakultas :

a) Tempat / Tanggal Lahir : Batu Hampar / 06 Agustus 1988 b) Nama Orang Tua : Syafrial dan Lindawati e) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No.BP : 06 152 039 f) Tanggal Lulus : 09 Agustus 2010 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : i) Lama Study : 3 Tahun 11 Bulan j) Alamat :Pakan Senayan Koto Nan 4 Depan SLTP 4 kecamatan Payakumbuh Barat, Sumatera Barat.

**Pengaruh Sebelum dan Sesudah penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Industri Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI**

*Skripsi SI Oleh : Vika Sonita  
Pembimbing : Sari Surya, SE, MM*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimanakah pengaruh sebelum dan sesudah penerapan corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah data sekunder yang didapat dari publikasi laporan keuangan perusahaan telekomunikasi yang diterbitkan pada situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.com](http://www.idx.com) dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Objek penelitian ini adalah dua perusahaan Telekomunikasi yang listing di BEI yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) dan PT Indosat Tbk (ISAT). Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel kritis. Data dianalisis dengan menggunakan statistik uji beda rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh yang berbeda sebelum dan setelah penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas masing-masing perusahaan. Implikasi penelitian dibahas lebih lanjut pada skripsi ini.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 09 Agustus 2010. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan		2		3	
Nama Terang	Drs. Alimunir, MM		Sari Surya, SE, MM		Laela Susdiani, SE, MFM

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si  
Nip. 197110221997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :		Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas :		Nama	Tanda Tangan



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang

Tujuan sebuah perusahaan adalah mencari laba . Tetapi seiring dengan perkembangan zaman, tujuan tersebut mengalami pergeseran. Adanya tuntutan dari masyarakat pengguna hasil-hasil produksi perusahaan, membuat perusahaan mengubah orientasi tujuannya. bukan lagi hanya mengejar laba tetapi bagaimana masyarakat memberikan pengakuan terhadap eksistensi perusahaan. Selain itu, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Dan program Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu cara untuk mencapai semua tujuan tersebut.

Di Indonesia, perhatian terhadap tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR) menempati urutan terpenting saat ini, dimana proses tanggung jawab sosial yang dulunya merupakan sumbangan sukarela, sekarang sudah merupakan suatu program wajib sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007 (UU PT) pada tanggal 20 Juli 2007, yang mewajibkan perseroan terbatas untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan. Pemerintah melalui program-program CSR tersebut berharap dapat menyukseskan 8 target Milenium Development Goals (MDGs) yang telah disusun, yaitu :

1. Menurunkan tingkat kemiskinan dan kelaparan

2. Meningkatkan pemerataan dan kualitas pendidikan
3. Mengupayakan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan
4. Menurunkan tingkat kematian bayi
5. Meningkatkan kesehatan
6. Memberantas penyakit HIV, malaria, dll
7. Mengusahakan keberlangsungan hidup
8. Melakukan kemitraan global untuk pembangunan

Baker ( 2007 ) mengatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bagaimana cara perusahaan mengelola proses bisnisnya untuk menghasilkan segala hal yang positif yang berpengaruh terhadap lingkungannya. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai cara perusahaan mengatur proses produksi yang berdampak positif pada komunitas. Dapat pula dikatakan, sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan untuk meraih keuntungan, baik internal (pekerja, *shareholder*), maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain).

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi Corporate Social Responsibility (CSR) diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan Corporate Social Responsibility (CSR), untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamalah et al, 2005).

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.
2. Biaya yang dikeluarkan untuk program Corporate Social Responsibility (CSR) cukup besar, diperkirakan rata-rata yaitu 3% dari laba bersih perusahaan, sehingga Corporate Social Responsibility (CSR) ini akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Berpengaruh atau tidaknya Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan, tergantung sifat industri yang menerapkan program Corporate Social Responsibility (CSR) tersebut.
3. Analisis pengaruh sebelum dan sesudah penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dengan menggunakan rata-rata Return On Asset (ROA) sebelum dan sesudah penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan kenaikan Return On Asset (ROA) sebesar 3,502% setelah penerapan program Corporate Social Responsibility (CSR). Dan kenaikan sebesar 8,82%



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Afriani, Neli.2009. *Pengaruh Sebelum dan Sesudah Penerapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta )*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Anggraini, Fr Reni Retno.2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan ( Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya. 2002. *Riset-Riset Keuangan, ( Pengujian-pengujian Empiris)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bodie. kane dan Marcus. 2006. *Investments ( Investasi )*. Jakarta: Salemba empat.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2001. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba empat.
- Irawan, Ronny. 2008. *Corporate Social Responsibility (Tinjauan Menurut Peraturan Perpajakan Indonesia)*. Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya
- Majalah MARKETING – Edisi 11/2007
- Mamduh, Hanafi dan Abdul Halim. 2000. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: AMP YKPN
- Mangoting, Yeni. 2007. *Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 8 No. 1, Mei 2007; 35-42.
- Susiloadi, Priyanto.2008. *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. Spirit Publik Volume 4 No 2.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: MedPress.