



**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA
PERUSAHAAN PADA UKM BATIK BAKARAN DI KOTA
PATI**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

**Budi Kumala Dewi
NIM.7350408045**

PERPUSTAKAAN
UNNES

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan kesidang panitia ujian skripsi pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. S. Martono, M.Si
NIP. 196603081989011001

Dra. Suhermini, M.Si
NIP. 194807121976032001



Dra. Palupiningdyah, M.Si
NIP. 195208041980032001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari :

Tanggal :



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. S. Martono, M. Si

NIP. 196603081989011001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Semarang, Februari 2013

Budi Kumala Dewi

NIM .7350408045

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Nilai dari seseorang ditentukan

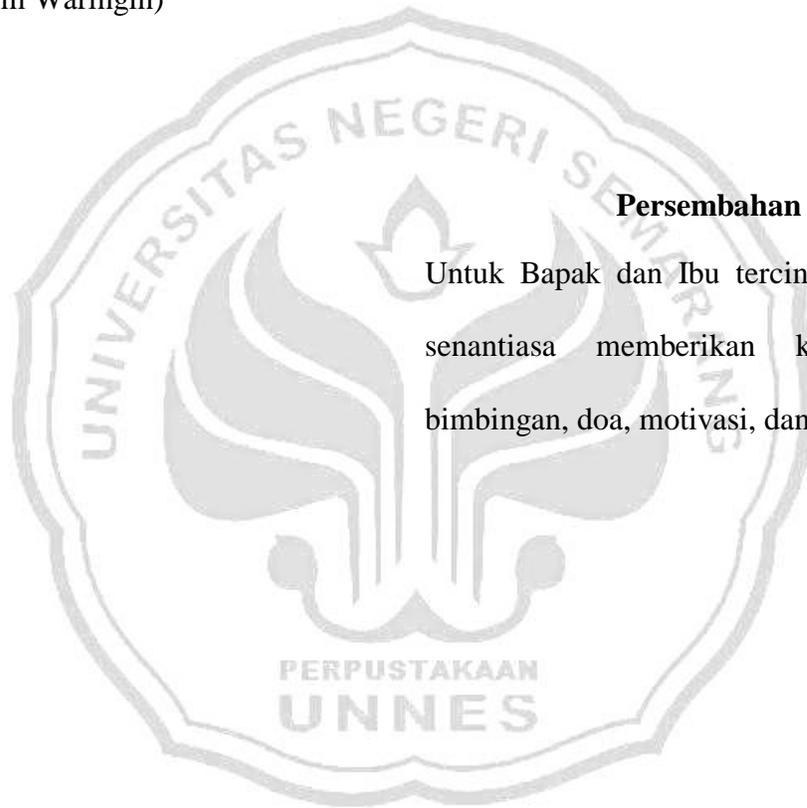
Dari keberaniannya memikul tanggung jawab,

Mencintai hidup, dan tanggung jawabnya.

(Tung Desem Waringin)

Persembahan

Untuk Bapak dan Ibu tercinta yang selalu
senantiasa memberikan kasih sayang,
bimbingan, doa, motivasi, dan nasihat.



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada UKM Batik Bakaran Kota Pati”.

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Tidak sedikit hambatan yang dihadapi baik dalam pelaksanaan penelitian maupun dalam penyusunan skripsi ini. Akan tetapi, atas bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sudijono Sastroatmodjo, M.Si, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. S.Martono, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dan Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, bahkan buah pikiran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Drs. Sugiharto, M.Si, Ketua Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang.
4. Dra. Palupiningdyah, M.Si, Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang.

5. Dra. Suhermini, M.Si Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan dan masukan hingga akhir penulisan skripsi.
6. Dwi Cahyaningdyah, SE. M. Si Penguji I, yang telah memberikan bimbingan dan masukan hingga akhir penulisan skripsi.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Negeeri Semarang.
8. Bapak dan Ibu tercinta, Mas An, Mas Sus, Mbak Tia, Mbak Neng dan Mbak Serly terima kasih atas semua do'a dan motivasi yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Yusuf Setiardi tersayang, terima kasih atas semua do'a, motivasi, dan semangat yang selalu tercurah untuk penulis.
10. Rekan-rekan Manajemen Unnes Angkatan 2008, Devi Adelin, Wuni Nariswari, Herliyana, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
11. Teman-teman kerja ku Mbak Indah, Mbak Novi, Mbak Intan terima kasih atas semua dukungan dan doa nya untuk penulis.
12. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan kasih sayang yang begitu luar biasa.

Atas bantuan yang telah diberikan, penulis ucapkan terimakasih. Semoga mendapatkan ridho dan balasan dari Allah SWT dan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat. *Amin.*

Semarang, Februari 2013

Penulis



SARI

Dewi, Budi Kumala. 2013. “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati”. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. Dr. S. Martono, M.Si. Pembimbing II. Dr.Suhermini, M.Si

Kata Kunci : **Laba Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi trend global dengan semakin maraknya kepedulian mengutamakan *stakeholders*. Kemajuan teknologi informasi dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan CSR. Perusahaan sering kali lupa akan fungsinya, seharusnya perusahaan selain berfungsi sebagai organisasi bisnis sekaligus juga berfungsi sebagai organisasi sosial. Perusahaan yang hanya berorientasi bisnis akan menghadapi tantangan karena baik secara langsung ataupun tidak langsung harus berinteraksi dengan lingkungan sosialnya mulai dari *input*, proses hingga *output*. Sehubungan dengan hal tersebut dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu “apakah ada pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Laba Perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati”. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Laba Perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM batik Bakaran di Kota Pati yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pati berjumlah 28 UKM batik. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas Data, Uji Linieritas, Uji Asumsi Klasik, Uji Autokorelasi, Uji Multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi.

Berdasarkan hasil deskripsi persentasi dan uji t tentang pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati diperoleh keterangan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. Besarnya pengaruh CSR terhadap laba perusahaan adalah 38,5%.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan : (1) Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati yaitu seringnya melakukan kegiatan sosial. (2) Upaya meningkatkan nilai perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati dengan menerapkan CSR. (3) Terdapat pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap penciptaan nilai perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebaiknya UKM Batik Bakaran di Kota Pati dapat menerapkan CSR dengan baik, yaitu dengan memberikan sebagian labanya pada kegiatan sosial di lingkungan, karyawan dan komunitas masyarakat.

ABSTRACT

Dewi, Budi Kumala. , 2013. "Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) and the Effect on Firm Value to UKM of Batik Bakaran in the Pati city". Thesis. Department of Management. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor I. Dr.S.Martono, M.M.Si. Advisor II. Dra.Suhermini,M.Si.

Key words : *Corporate Values and Corporate Social Responsibility (CSR)*

Awareness about the importance of practice CSR is a global trend to increasingly widespread concern prioritize stakeholders. Advances in information technology and the openness of the market, companies must pay attention to CSR seriously and openly. Companies often forget its function, should the company in addition to functioning as a business organization functions as well as social organizations. Companies that only business-oriented will face challenges due either directly or indirectly to interact with their social environment starting from input to output process. Due to that thing get about been formulated problem observational wich is what there is implemention influence Corporate Social Responsibility to corporate appreciative creation on Banking Batik at Pati's City. Besides this research intent to know implemention influence Corporate Social Responsibility to corporate appreciative creation on Banking Batik UKM at Pati's City.

The population in this study are all batik SMEs in Pati Offering listed in the Department of Industry, Trade, Cooperatives and UKM Pati numbered 28 UKM batik. The method of data analysis used in this study is Normality Test Data, Test linearity, Simple Linear Regression Analysis, Hypothesis Testing and Coefficient of Determination.

Based on the description of the percentage and t-test on the effects of the implementation of Corporate Social Responsibility of the company's value creation in UKM Batik City Offering Pati obtained information that the CSR significant effect on firm value Batik Offering UKM in Pati. The magnitude of the effect of CSR on firm value is 38.5%.

Based on the results obtained conclusions: (1) Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in UKM Batik City Offering Pati is frequent social activities. (2) Efforts to increase the value of the company on UKM Batik Bakaran in Pati with implementing CSR. (3) There is the influence of the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) on corporate value creation in UKM Batik City Offering Pati. The advice given in this study is better Batik Offering UKM in Pati can implement CSR properly, by giving most of its profits in social activities in the environment, employees and communities.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengerian dan Tujuan Laporan Keuangan.....	9
2.2 Konsep Laba	16
2.2.1 Manajemen Laba	19
2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	23
2.3.1 Konsep <i>Stakeholder</i>	34
2.3.2 Biaya Sosial.....	36

2.3.3 Tinjauan tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Nilai Perusahaan.....	38
2.4 Penelitian Terdahulu	41
2.5 Kerangka Berfikir.....	42
2.6 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Populasi Penelitian.....	42
3.2 Variabel Penelitian.....	43
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	44
3.3.1 Jenis Data	44
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4 Validitas	46
3.5 Metode Analisis Data.....	47
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	47
3.5.2 Deskriptif Persentase	47
3.6 Uji Hipotesis	48
3.6.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	48
3.6.2 Regresi Linier Sederhana.....	48
3.6.3 Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.2 Deskriptif Responden Penelitian.....	51

BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Empat Sasaran Strategik Yang Perlu Diwujudkan untuk Melipatgandakan Kinerja Keuangan Perusahaan	28
Tabel 2.2	Spektrum Sudut Pandang tentang Peran Bisnis dalam Masyarakat.....	33
Tabel 2.3	Indikator Biaya Kepedulian Sosial Perusahaan	37
Tabel 2.4	PenelitianTerdahulu	38
Tabel 3.1	Jumlah Populasi Pengusaha Batik Bakaran di Kota Pati	42
Tabel4.1	Distribusi Lama Usaha UKM Batik.....	52
Tabel 4.2	Distrusi Modal Awal UKM Batik.....	52
Tabel 4.3	Distribusi Modal SaatIni	53
Tabel4.4	Pertumbuhan Modal Pada UKM Batik	54
Tabel 4.5	Distrusi LabaTahun 2012 UKM Batik.....	55
Tabel 4.6	% Laba Yang Dianggarkan untuk CSR Lingkungan	56
Tabel 4.7	Biaya CSR Lingkungan	57
Tabel 4.8	% Laba Yang Dianggarkan untuk CSR Karyawan	58
Tabel 4.9	Biaya Untuk CSR	59
Tabel 4.10	% Laba Yang Dianggarkan untuk CSR Komunitas Masyarakat	60
Tabel 4.11	Biaya untuk CSR Komunitas Masyarakat	61
Tabel 4.12	Deskripsi Nilai CSR pada tiap-tiap Indikator	62
Tabel 4.13	Jumlah Kenaikan Laba Per Tahun 2012 setelah Melaksanakan CSR	63
Tabel 4.14	Uji Normalitas Data	64
Tabel 4.15	Uji Linieritas	66
Tabel 4.16	Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.17	Uji Multikoleniaritas	69
Tabel 4.18	Uji Heterokesdasitas	70
Tabel 4.19	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	71
Tabel 4.20	UJi Hipotesis	72
Tabel 4.21	Uji Determinasi	73

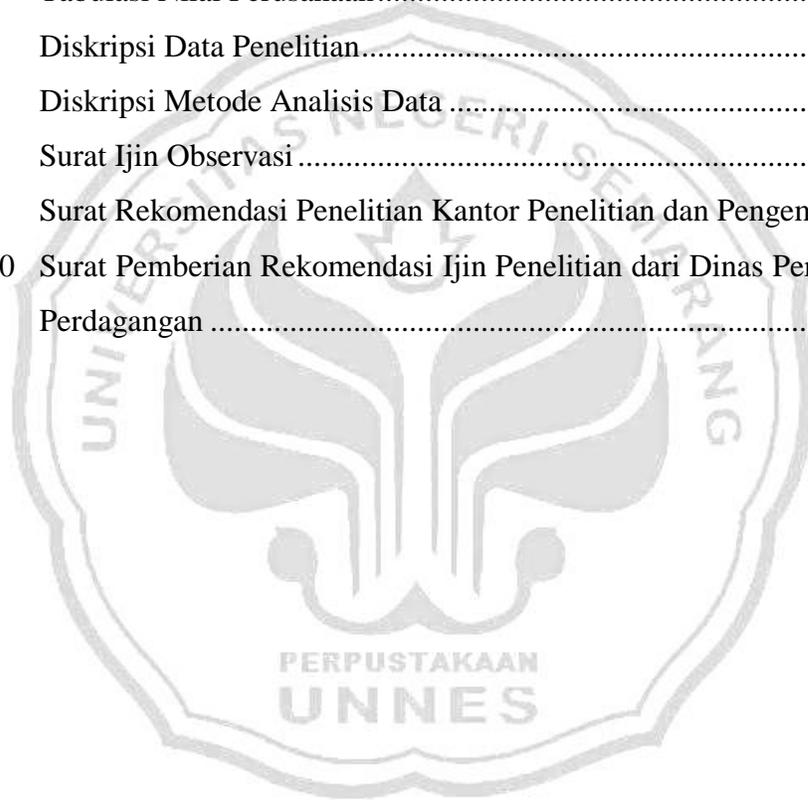
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kategori Perusahaan berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR	28
Gambar 2.2	Kategori Perusahaan berdasarkan CSR.....	29
Gambar2.3	Kerangka Berfikir.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Instrument Penelitian.....	84
Lampiran 2	Tabulasi Nilai Perusahaan.....	89
Lampiran 3	Tabulasi Modal Perusahaan.....	90
Lampiran 4	Tabulasi Data CSR.....	91
Lampiran 5	Tabulasi Nilai Perusahaan.....	93
Lampiran 6	Diskripsi Data Penelitian.....	94
Lampiran 7	Diskripsi Metode Analisis Data.....	95
Lampiran 8	Surat Ijin Observasi.....	103
Lampiran 9	Surat Rekomendasi Penelitian Kantor Penelitian dan Pengembangan ...	104
Lampiran 10	Surat Pemberian Rekomendasi Ijin Penelitian dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan.....	105



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan bisnis yang pesat seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menempuh langkah-langkah strategik dalam bersaing pada kondisi apapun. Selain tuntutan akan kemampuan bersaing, perusahaan juga dituntut untuk memiliki keunggulan yang dapat membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Di samping itu, dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana untuk menciptakan daya saing perusahaan membawa perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Bahkan banyak perusahaan berupaya merumuskan dan menyempurnakan strategi bisnis mereka dalam rangka memenangkan persaingan. Hanya perusahaan yang memiliki keunggulan pada tingkat global yang mampu memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu menghasilkan produk yang bermutu serta *cost effective* (Mulyadi, 2001).

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi trend global dengan semakin maraknya kepedulian mengutamakan *stakeholders*. Kemajuan teknologi informasi dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan CSR.

Kehilangan rekan bisnis maupun risiko terhadap citra perusahaan (*brand risk*) tentu akan memberi dampak pada kelangsungan hidup usaha yang telah berjalan. Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas

mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-Undang tersebut juga mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut di Laporan Tahunan (Jurnal *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Keuangan).

Perusahaan sering kali lupa akan fungsinya, seharusnya perusahaan selain berfungsi sebagai organisasi bisnis sekaligus juga berfungsi sebagai organisasi sosial. Perusahaan yang hanya berorientasi bisnis akan menghadapi tantangan karena baik secara langsung ataupun tidak langsung harus berinteraksi dengan lingkungan sosialnya mulai dari input, proses hingga output. Perusahaan menggunakan sumber daya alam sebagai bahan untuk menghasilkan barang atau jasa dan menggunakan sumber daya manusia motor penggerak aktivitasnya (Kodrat, 2009:259). Kodrat (2009:60) juga menambahkan keterbukaan ini mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya dampak perusahaan pada kondisi sosial dan lingkungannya. Pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan untuk mulai melaksanakan kewajiban sosial dan lingkungannya.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka

perusahaan akan kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Tilt, 1994, Haniffa dan Cooke, 2005).

Tanggung jawab sosial suatu perusahaan tidak terbatas kepada para pengguna produk yang dihasilkannya, akan tetapi juga pada berbagai pihak yang berkepentingan eksternal. Misalnya, suatu perusahaan harus berupaya menjadi “warga Negara korporasi” yang bertanggung jawab antara lain berarti ketaatan pada peraturan perundang-undangan yang diterbitkan oleh pemerintah seperti membayar pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, pajak ekspor dan berbagai pajak lainnya, pemilik berbagai perizinan yang dipersyaratkan dan lain sebagainya. Kesediaan berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan bahkan keagamaan, yang berlangsung dalam masyarakat sekitar lokasi perusahaan adalah contoh kewajiban sosial yang lain. Peran aktif dalam pemeliharaan kebersihan lingkungan adalah contoh lain lagi. Upaya yang sungguh-sungguh dalam mengurangi populasi udara, daur ulang limbah industri, tidak mencemari air, tidak membuang limbah beracun atau bahan berbahaya lainnya adalah contoh lain lagi (Sondang, 2002:134).

Praktek pengungkapan informasi CSR bervariasi di antar waktu dan antar Negara. Hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu Negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi Negara lain (Gray, et al, 1995; Williams, 1999; Yusoff dan Lehman, 2003). Pengungkapan CSR perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan ingin dilihat sebagai warga Negara yang bertanggung jawab (Ahmad, et al, 2003) dan perusahaan akan mengungkapkan informasi tertentu jika ada aturan yang menghendakinya (Anggraini, 2006).

Konsep CSR dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep (1) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari profit, sehingga CSR merupakan bagian dari operasi bisnis, sedangkan konsep (2) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencapai laba (*profit*), menyejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup dari planet (*planet*). Kedua konsep ini sangat berbeda. Pendekatan pertama diwakili oleh *The Philanthropic way* yang menyatakan bahwa CSR merupakan bagian dari operasi bisnis bukan merupakan tujuan dari perusahaan. Pendekatan ini banyak diterapkan di Amerika. Pendekatan kedua diwakili oleh *The Business Way* yang memberikan pandangan berbeda yaitu penerapan konsep ini di Negara Uni Eropa mengacu pada definisi dari *Global Compact Initiative* (GCI) (2002) yang dikenal dengan konsep 3P yaitu: *People (health, safety and welfare)*, *Profit (efektivity, efficiency, flexibility and creativity)* dan *Planet (environmental quality and disturbances)* (Kodrat, 2009:261).

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas. Dari definisi ini, CSR secara internal merupakan kebijakan, praktek dan program yang terintegrasi dengan aktivitas perusahaan, rantai nilai dan dalam proses pengambilan keputusan. *Corporate Social Responsibility* juga merupakan sebuah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, dimana dengan itu akan

meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dari masyarakat luas pada umumnya (Kodrat, 2009:262-263).

Wilayah yang menjadi objek penelitian adalah UKM batik bakaran di Wilayah Kota Pati. Usaha batik mampu tetap berkembang ditengah krisis ekonomi, karena adanya beberapa hal, (1) yakni adanya kewajiban diberbagai lembaga, sekolah dan perkantoran untuk memakai seragam batik dihari-hari tertentu, yang (2) yaitu adanya pengakuan UNESCO bahwa batik merupakan warisan dunia yang berasal dari Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 (www.okezone.com), yang (3) yaitu banyaknya masyarakat baik dari kalangan tua atau muda sering menggunakan batik sebagai *style* diberbagai acara. Oleh karena itu sudah sepantasnya para UKM batik di Kota Pati sebagai salah satu produsen batik memberikan *feedback* yang positif terhadap lingkungan sekitar atas perkembangan usaha batik. Untuk itu para pemilik UKM batik di Kota Pati sering melakukan kegiatan sosial sebagai wujud kepedulian sosial mereka terhadap masyarakat sekitar yang telah melakukan peluang bagi UKM batik. Hal ini disebabkan karena para UKM ini ikut serta dalam menghasilkan limbah dan menambah parah pencemaran lingkungan di Kota Pati. Limbah yang dihasilkan hampir serupa sifatnya dengan antara UKM yang satu dengan UKM yang lain. Sifat dari limbah tersebut yaitu adalah limbah bersifat alkalis, *Biological Oxygen Demand* (BOD) yang tinggi, kekeruhan yang tinggi dan temperatur dari limbah yang tinggi. Sifat dari limbah ini sangat berbahaya bagi lingkungan dan masyarakat. Sumber pencemaran proses produksi merupakan sumber utama penghasil limbah yaitu pada proses pewarnaan (*printing*), pencelupan, pencucian dan pengemasan. Adapun sumber limbah lainnya berasal dari pemeliharaan alat, bahan

sisa, pelumas dan sisa bahan bakar (Sugiarto:2004). Selain itu karena limbah, pelaksanaan CS didorong oleh semangat untuk tetap menjaga keharmonisan antara pemilik UKM dengan masyarakat sekitar. Oleh karena itu sebagai wujud kompensasi dari para UKM kepada masyarakat, maka para UKM melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Contoh kegiatan tanggung jawab sosial tersebut adalah bekerja sama dengan pemerintah setempat untuk mengelola limbah sisa hasil produksi dengan pembangunan IPAL (Instalansi Pengelola Air Limbah) untuk menghilangkan zat kimia berbahaya yang terkandung dalam pewarnaan kain/pemanfaatan sisa hasil produksi seperti sisa kain yang ada dijadikan keset dan sisa lilin malam didaur ulang menjadi lilin malam kembali yang bisa digunakan sehingga tidak membuang langsung ke tanah, menjadi donatur pada yayasan sosial, membantu menyumbang masjid, memberikan reward (penghargaan) kepada karyawan berupa piknik bersama.

1.2 Rumusan Masalah

Seperti telah dijelaskan pada bagian latar belakang, bahwa pada saat ini perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya. Bagaimanapun keadaannya, kelangsungan perusahaan bergantung dari dukungan banyak pihak.

Bagi UKM batik, masalah tanggung jawab sosial masih belum disadari penting. UKM batik di Kota Pati menyumbang limbah berupa emisi CO₂ dan kurangnya respons positif dari masyarakat terhadap UKM batik secara signifikan, meskipun para pengusaha batik sudah mengeluarkan biaya secara sukarela untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati?
2. Bagaimana upaya meningkatkan laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati?
3. Adakah pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah agar mengerti dan mengetahui lebih spesifik mengenai implementasi dan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan, yaitu:

1. Mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati.
2. Mengetahui upaya meningkatkan laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati.
3. Mengetahui pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati.

1.4 Manfaat Penelitian

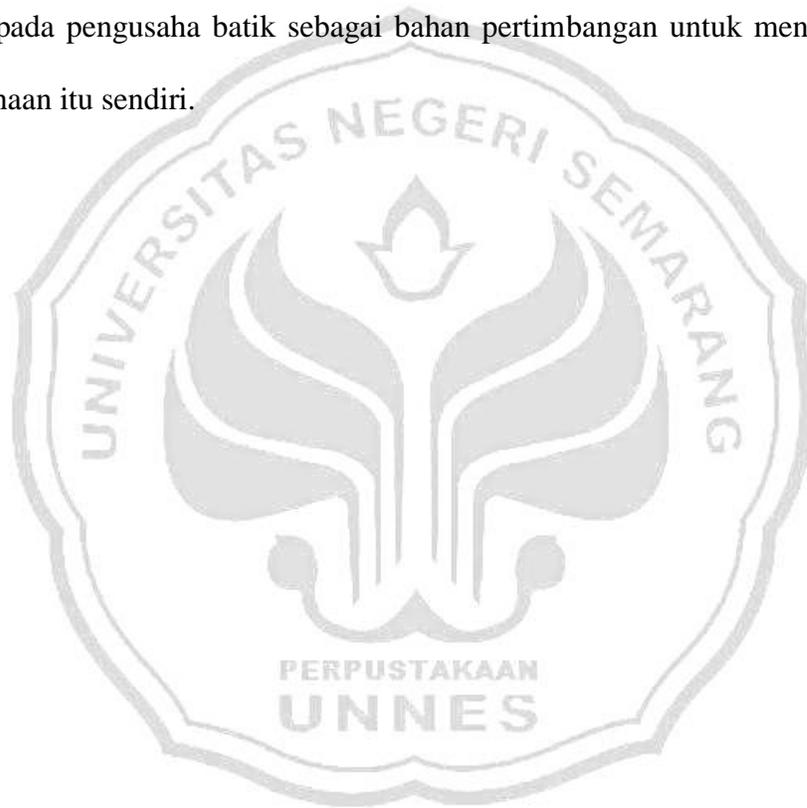
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memperkuat hasil penelitian sebelumnya dan dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi pihak yang membacanya.

2. Manfaat Praktis bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dan dijadikan acuan pada pengusaha batik sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan laba perusahaan itu sendiri.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian dan Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan utama kepada pihak-pihak di luar korporasi. Definisi laporan keuangan menurut Baridwan, 2004 yaitu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Manajemen membuat laporan keuangan dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya oleh para pemilik perusahaan. Menurut Standar Akuntansi Keuangan No.1 (2009):

Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Laporan keuangan menampilkan sejarah perusahaan yang dikuantifikasi dalam nilai moneter. Laporan keuangan yang disajikan adalah:

1. Neraca

Neraca menyediakan informasi mengenai sifat dan jumlah investasi dalam sumber daya perusahaan, kewajiban kepada kreditor, dan ekuitas pemilik dalam sumber daya

bersih. Neraca dapat membantu meramalkan jumlah, waktu, dan ketidakpastian arus kas masa depan.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan yang mengukur keberhasilan operasi perusahaan selama periode waktu tertentu. Investor dan kreditor menggunakan informasi yang terdapat dalam laporan laba rugi untuk mengevaluasi kinerja masa lalu perusahaan, memberikan dasar untuk memprediksikan kinerja masa depan, membantu menilai resiko atau ketidakpastian pencapaian arus kas masa depan.

3. Laporan arus Kas

Laporan arus kas menyediakan informasi yang relevan mengenai penerimaan dan pembayaran kas sebuah perusahaan selama suatu periode. Laporan arus kas melaporkan kas yang mempengaruhi operasi selama suatu periode, transaksi investasi, transaksi pembiayaan, dan kenaikan atau penurunan bersih kas selama satu periode.

4. Laporan ekuitas pemilik

Laporan ekuitas pemilik atau sering disebut laporan perubahan ekuitas pemegang saham melaporkan perubahan dalam setiap akun ekuitas pemegang saham dan total ekuitas pemegang saham selama tahun berjalan.

5. Catatan atas laporan keuangan

Catatan atas laporan keuangan meliputi penjelasan naratif atau rincian jumlah yang tertera dalam neraca, Laporan Laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas serta laporan tambahan seperti kewajiban kontijensi dan komitmen.

Dalam laporan keuangan tersebut terdapat elemen–elemen yang menyusun laporan keangan. SFAC No.3 “ Elements of Financial Statements of Bussiness Entererprises “ menjelaskan bahwa ada 10 element laporan keuangan, yaitu:

1. Aktiva (*Assets*)

Aktiva adalah manfaat ekonomi yang mungkin terjadi dimasa mendatang yang diperoleh atau dikendalikan oleh suatu entitas tertentu sebagai akibat transaksi atau peristiwa masa lalu.

2. Hutang (*Liabilities*)

Hutang adalah pengorbanan manfaat ekonomi yang mungkin terjadi di masa mendatang yang berasal dari kewajiban sekarang suatu entitas untuk mentransfer aktiva atau menyerahkan jasa pada entitas lain di masa mendatang sebagai akibat transaksi masa lalu.

3. Ekuitas (*Equity*)

Ekuitas adalah hak sisa (*residual interest*) atas aktiva suatu entitas setelah dikurangi dengan hutang.

4. Investasi oleh pemilik (*Investment by Owners*)

Investasi oleh pemilik adalah kenaikan aktiva neto suatu perusahaan yang berasal dari transfer entitas lain ke perusahaan tersebut atas sesuatu yang bernilai untuk memperoleh atau meningkatkan hak kepemilikan (atau ekuitas) dalam perusahaan tersebut.

5. Distribusi pada pemilik (*Distribusi to Owners*)

Distribusi pada pemilik adalah penurunan aktiva neto suatu perusahaan yang berasal dari transfer aktiva, penyerahan jasa, atau penambahan hutang oleh perusahaan kepada pemilik.

6. Laba Komprehensif (*Comprehensive Income*)

Labanya komprehensif adalah perubahan ekuitas (aktiva neto) suatu entitas selama satu periode yang berasal dari transaksi atau peristiwa dan kondisi lainnya dari sumber yang bukan berasal dari pemilik.

7. Pendapatan (*Revenue*)

Pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu entitas (atau kombinasi keduanya) selama satu periode, yang berasal dari pengiriman atau produksi barang, penyerahan jasa, atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan secara terus menerus.

8. Biaya (*Expenses*)

Biaya adalah aliran keluar atau pemakaian aktiva suatu entitas, atau penambahan hutang suatu entitas (atau kombinasi keduanya) selama satu periode, yang berasal dari pengiriman atau produksi barang, penyerahan jasa, atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan secara terus menerus.

9. Keuntungan (*Gains*)

Keuntungan adalah kenaikan ekuitas (*aktiva neto*) dari transaksi insidental suatu entitas dan berasal dari semua transaksi, peristiwa, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas dalam suatu periode di luar transaksi yang berasal dari pendapatan dan investasi oleh pemilik.

10. Kerugian (*Losses*)

Kerugian adalah penurunan ekuitas (*aktiva neto*) dari transaksi insidental suatu entitas dan berasal dari semua transaksi, peristiwa, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas dalam satu periode di luar transaksi yang berasal dari biaya dan distribusi pada pemilik. Laporan keuangan harus disusun dengan baik agar informasi yang terdapat dalam laporan keuangan berguna bagi pemakai laporan keuangan.

Hal yang harus diperhatikan adalah karakteristik kualitatif dari informasi (Chariri dan Ghozali, 2007) dalam bukunya “Teori Akuntansi” menyatakan bahwa karakteristik kualitatif dari informasi yang disajikan dalam laporan keuangan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyajikan laporan keuangan. Karakteristik kualitatif dari informasi tersebut antara lain :

1. Relevan

Informasi dikatakan relevan jika informasi tersebut memiliki manfaat sesuai dengan tindakan yang akan dilakukan oleh pemakai laporan keuangan. Atau dengan kata lain, relevan merupakan kemampuan dari suatu informasi untuk mempengaruhi keputusan manajer atau pemakai laporan keuangan lainnya sehingga keberadaan informasi tersebut mampu mengubah atau mendukung harapan mereka tentang hasil-hasil atau konsekuensi tindakan yang diambil.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan merupakan informasi yang menyebabkan pemakai informasi akuntansi sangat tergantung pada kebenaran informasi yang dihasilkan. Dalam

konteks kerangka konseptual, agar memiliki keandalan, informasi harus di uji kebenarannya (variabel), netral, dan menggambarkan keadaan secara wajar sesuai peristiwa yang digambarkan (*representational faithfulness*).

3. Daya banding dan konsistensi

Suatu informasi dikatakan bermanfaat kalau informasi tersebut dapat saling diperbandingkan baik antar periode maupun antar perusahaan. Disamping itu, informasi dikatakan bermanfaat kalau ada konsistensi dalam proses penyajiannya.

4. Pertimbangan *cost-benefit*

Pertimbangan *cost-benefit* dipandang sebagai kendala yang dihadapi dalam penyajian informasi keuangan.

5. *Materialitas*

Materialitas merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam mengakui suatu informasi akuntansi. Pertimbangan utama dari konsep ini adalah apakah penyajian informasi tertentu akan mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan yang diambil. Perusahaan menyediakan informasi keuangan dalam suatu pelaporan keuangan dengan tujuan untuk membantu pemakainya membuat keputusan keputusan alokasi modal. Untuk tujuan tersebut maka pelaporan keuangan harus menyediakan informasi:

- a. Yang berguna bagi investor dan kreditor saat ini atau potensial dan para pemakai lainnya untuk membuat keputusan investasi , kredit, dan keputusan serupa secara rasional. Informasi yang disajikan kepada mereka yang memiliki pemahaman yang memadai tentang aktivitas–aktivitas ekonomi dan

bisnis serta ingin mempelajari informasi tersebut secara seksama harus komprehensif.

- b. Untuk membantu investor–investor saat ini atau potensial dan pemakai lainnya dalam menilai jumlah, penetapan waktu, dan ketidakpastian penerimaan kas prospektif dari dividen aataau bunga dan hasil dari penjualan, penebusan, atau jatuh tempo sekuritas pinjaman.
- c. Tentang sumber daya ekonomi dari sebuah perusahaan, klaim terhadap sumber daya tersebut IAI mengidentifikasi para pemakai laporan keuangan berdasarkan kepentingan mereka. Para pemakai laporan keuangan meliputi:
 1. *Investor*
Berkepentingan dengan resiko dan hasil investasi yang mereka lakukan. Informasi dibutuhkan untuk menentukan apakah mereka akan membeli, menahan, atau menjual investasi tersebut. Yang biasa dilihat oleh investor adalah informasi mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar dividen.
 2. *Kreditor*
Menggunakan informasi akuntansi untuk membantu mereka memutuskan apakah pinjaman dan bunganya dapat dibayar pada waktu jatuh tempo.
 3. *Pemasok*
Membutuhkan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang–hutangnya pada saat jatuh tempo.
 4. *Karyawan*

Mebutuhkan informasi mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan, dan kemampuan member pensiun dan kesempatan kerja.

5. Pelanggan

Berkepentingan dengan informasi tentang kelangsungan hidup perusahaan terutama bagi mereka yang memiliki perjanjian jangka panjang dengan perusahaan.

6. Pemerintah

Berkepentingan dengan informasi untuk mengatur aktivitas perusahaan, kebijakan pajak, dan menyusun statistik pendapatan nasional, dan lain-lain.

7. Masyarakat

Berkepentingan dengan informasi tentang kecenderungan dan perkembangan terakhir kemakmuran perusahaan serta berbagai aktivitas yang menyertainya.

2.2 Konsep Laba

Dalam Konsep Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan, (IAI, 1994) mengartikan income sebagai berikut: penghasilan (*income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. (paragraph 70) Fisher (1912) dan Bedford (1965) dalam Chariri dan Ghazali (2007) menyatakan bahwa pada dasarnya ada tiga konsep laba yang umum dibicarakan dan digunakan dalam ekonomi. Konsep laba tersebut adalah:

1. *Psychic Income*

Menunjukkan konsumsi barang / jasa yang dapat memenuhi kepuasan dan keinginan individu

2. *Real income*

Menunjukkan kenaikan dalam kemakmuran ekonomi yang ditunjukkan oleh kenaikan *cost of living*

3. *Money Income*

Menunjukkan kenaikan nilai moneter sumber-sumber ekonomi yang digunakan untuk konsumsi sesuai dengan *cost of living* Menurut *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No 1. Informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir *earnings power* perusahaan dimasa yang akan datang.

Informasi tentang laba dapat dilihat dalam Laporan laba rugi perusahaan. Laporan laba rugi adalah laporan yang mengukur keberhasilan operasi perusahaan selama periode tertentu (Kieso dan Weygandt, 2002). Unsur-unsur utama yang terdapat dalam laporan laba rugi, antara lain :

1. Pendapatan

Pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu entitas (atau kombinasi keduanya) selama satu periode, yang berasal dari pengiriman atau produksi barang, penyerahan jasa, atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan secara terus menerus.

2. *Expense*

Biaya adalah aliran keluar atau pemakaian aktiva suatu entitas, atau penambahan hutang suatu entitas (atau kombinasi keduanya) selama satu periode, yang berasal dari pengiriman atau produksi barang, penyerahan jasa, atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan secara terus menerus.

3. Keuntungan (*Gain*)

Keuntungan adalah kenaikan ekuitas (*aktiva neto*) dari transaksi insidental suatu entitas dan berasal dari semua transaksi, peristiwa, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas dalam suatu periode di luar transaksi yang berasal dari pendapatan dan investasi oleh pemilik.

4. Kerugian (*Losses*)

Kerugian adalah penurunan ekuitas (*aktiva neto*) dari transaksi insidental suatu entitas dan berasal dari semua transaksi, peristiwa, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas dalam satu periode di luar transaksi yang berasal dari biaya dan distribusi pada pemilik.

2.2.1 Manajemen Laba

Manajemen laba yaitu suatu kemampuan untuk memanipulasi pilihan–pilihan yang tersedia dan mengambil pilihan yang tepat untuk dapat mencapai tingkat laba yang diinginkan (Belkaoui, 2004). Definisi manajemen laba juga dikemukakan oleh Schipper dalam Belkaoui (2004) yang melihat manajemen laba sebagai suatu intervensi yang disengaja pada proses pelaporan eksternal dengan maksud untuk mendapatkan beberapa

keuntungan pribadi. Scott (2006) mendefinisikan manajemen laba sebagai pilihan kebijakan akuntansi yang dilakukan manajer untuk tujuan spesifik. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajer mempunyai perilaku *opportunistic* dalam mengelola perusahaan. Manajer mempunyai kebebasan untuk memilih dan menggunakan alternatif-alternatif yang tersedia untuk menyusun laporan keuangan sehingga laba yang dihasilkan dapat sesuai dengan yang diinginkan walaupun laba yang dihasilkan tersebut tidak mencerminkan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Scott (2006) membagi pola manajemen laba menjadi 4:

1. *Taking a bath*

Pola ini terjadi saat reorganisasi termasuk pengangkatan CEO baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba di masa datang.

2. *Income minimization*

Pola ini mirip dengan pola *taking a bath* namun lebih sedikit ekstrim. Pola ini biasanya dilakukan saat perusahaan mendapatkan profitabilitas yang tinggi sehingga jika profitabilitas pada periode yang akan datang diperkirakan akan mengalami penurunan yang cukup drastis, maka perusahaan dapat menggunakan laba sebelumnya untuk mengatasi hal tersebut.

3. *Income maximization*

Manajer perusahaan melaporkan net income yang tinggi untuk tujuan mendapatkan bonus. *Income maximization* dilakukan saat perusahaan mengalami penurunan laba.

4. *Income smoothing*

Income smoothing merupakan salah satu pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara meratakan perolehan laba yang perusahaan sehingga laba yang diperoleh tidak terlalu berfluktuasi. Biedelman (1973) dalam Chariri dan Ghazali (2007) menyatakan 2 alasan yang digunakan manajemen untuk melakukan *income smoothing*. Alasan pertama didasarkan pada asumsi bahwa pola laba periodik yang stabil dapat mendukung tingkat dividen yang lebih tinggi dibandingkan pola laba periodik yang berfluktuasi. Kedua, berkaitan dengan upaya meratakan kemampuan untuk mengantisipasi pola fluktuasi laba periodik.

Teknik dan pola manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000) dalam Rahmawati dan Qomariyah (2006) dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

Cara manajemen mempengaruhi laba melalui judgment (perkiraan) terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, dan lain-lain.

2. Mengubah metode akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh : merubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

3. Menggeser periode biaya atau pendapatan.

Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain: mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat/menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya,

mempercepat/menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tak dipakai.

Motivasi yang melatarbelakangi terjadinya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajer, antara lain:

1. *Bonus Purposes*

Manajer yang lebih mengetahui informasi tentang laba perusahaan dibandingkan dengan pemegang saham cenderung bersifat *opportunistic* dan melakukan tindakan manajemen laba untuk memaksimalkan laba saat ini dengan tujuan untuk mendapatkan insentif berupa bonus.

2. *Political Motivations*

Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3. *Taxation Motivations*

Taxation Motivation dilakukan perusahaan dengan tujuan penghematan pajak.

Manajemen laba dilakukan untuk memperkecil perolehan laba sehingga mengakibatkan pajak yang dibayarkan kepada pemerintah juga lebih kecil dari yang seharusnya.

4. Pergantian CEO

Manajemen laba yang dilakukan oleh CEO yang telah mendekati masa pensiunnya biasanya dilakukan dengan menaikkan laba dengan tujuan mendapatkan bonus.

5. *Initial Public Offering (IPO)*

Perusahaan yang baru pertama kali melakukan penawaran sahamnya dan belum memiliki nilai pasar memiliki kecenderungan untuk melakukan manajemen laba dalam prospectus mereka dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan di masa yang akan datang.

6. Pentingnya Memberi Informasi Kepada *Investor*

Segala informasi yang berkaitan dengan perusahaan harus disampaikan oleh manajer kepada investor sebagai bentuk tanggungjawab manajer. Oleh karena itu, pelaporan laba perlu dibuat sedemikian rupa sehingga investor tetap menilai bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sesuai keinginan.

Sedangkan menurut Watt dan Zimmerman (1986) dalam Rahmawati dan Qomariyah (2006) menyebutkan 3 hal yang melatarbelakangi terjadinya praktek manajemen laba, antara lain:

1. Bonus Plan Hipotesis

Manajemen akan memilih metode akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan *earnings* lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Manajer perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian kredit cenderung memilih metode akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba. Hal ini untuk menjaga reputasi mereka dalam pandangan pihak eksternal.

3. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan, misalnya: mengenakan peraturan *antitrust*, menaikkan pajak pendapatan perusahaan, dan lain-lain.

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep CSR dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep (1) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari *profit*, sehingga CSR merupakan bagian dari operasi bisnis, sedangkan konsep (2) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari laba (*profit*), menyejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup dari planet (*planet*). Kedua konsep ini sangat berbeda (Anggreini, 2006).

Praktek pengungkapan informasi CSR bervariasi di antar waktu dan antar Negara. Hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu Negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi Negara lain (Gray, et al, 1995). Pengungkapan CSR perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan ingin dilihat sebagai warga Negara yang bertanggung jawab (Ahmad, et al, 2003) dan perusahaan akan mengungkapkan informasi tertentu jika ada aturan yang menghendaknya (Anggreini, 2006).

Pengertian CSR belum ada pengertian tunggal yang disepakati oleh semua pihak. Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006, Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Secara langsung atau tidak langsung program CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan respons atau status industrinya yang tidak jelas dan menguatnya kesadaran masyarakat akan perlunya kontribusi perusahaan bagi masyarakat sekitar. Situasi dan kondisi seperti ini mendorong perusahaan untuk melakukan program CSR (Kodrat, 2007:282).

Konsep dari tanggung jawab sosial telah dijelaskan dalam beberapa cara yang berbeda. Sebagai contoh, tanggung jawab sosial telah disebut hanya menghasilkan keuntungan, melakukan lebih dari menghasilkan keuntungan, aktivitas perusahaan tambahan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan meningkatkan kondisi sosial atau lingkungan. Kita dapat memahami konsep itu lebih baik bila kita membandingkannya dengan dua konsep yang serupa: kewajiban sosial dan responsivitas sosial. Kewajiban sosial adalah keterlibatan perusahaan dalam aksi sosial dikarenakan kewajibannya untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi dan hukum. Organisasi melakukan apa yang wajib dia lakukan dan tidak lebih. Ide ini merefleksikan pandangan klasik dari tanggung jawab sosial, yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajemen hanyalah memaksimalkan keuntungan, sedangkan Responsivitas sosial berarti bahwa perusahaan terlibat dalam beberapa aktivitas sosial yang populer. Manajer

dalam perusahaan ini dipandu oleh norma dan nilai sosial dalam membuat keputusan praktis dan berorientasi pasar mengenai tindakannya (Coulter, 2010:126).

CSR pun ternyata tidak hanya didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar saja. Namun perusahaan mikro, kecil dan menengah tanpa disadari oleh pengusahanya telah melakukan program CSR. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa model implementasi CSR perusahaan di Indonesia mencakup hal-hal berikut ini:

- a. Bantuan sosial meliputi: bakti sosial, pengadaan sarana kesehatan, rumah ibadah, jalan dan sarana umum lainnya, penanggulangan bencana alam, pengentasan kemiskinan dan pembinaan masyarakat.
- b. Pendidikan dan pengembangan meliputi: pengadaan sarana pendidikan dan penelitian, melakukan reklame, dan melestarikan alam dan keanekaragaman hayati.
- c. Konsumen meliputi: perbaikan produk secara berkeseimbangan, pelayanan bebas pulsa dan menjamin ketersediaan produk.
- d. Karyawan meliputi: program jaminan hari tua, keselamatan dan kesehatan kerja (K3) dan program renumerasi yang baik (Kodrat, 2009:264).

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* telah berkembang sejak dikeluarkannya UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Ini memberikan gambaran bahwa pemerintah juga sangat peka terhadap masalah-masalah yang mungkin akan ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan baik bagi masyarakat umum, karyawan maupun lingkungan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan

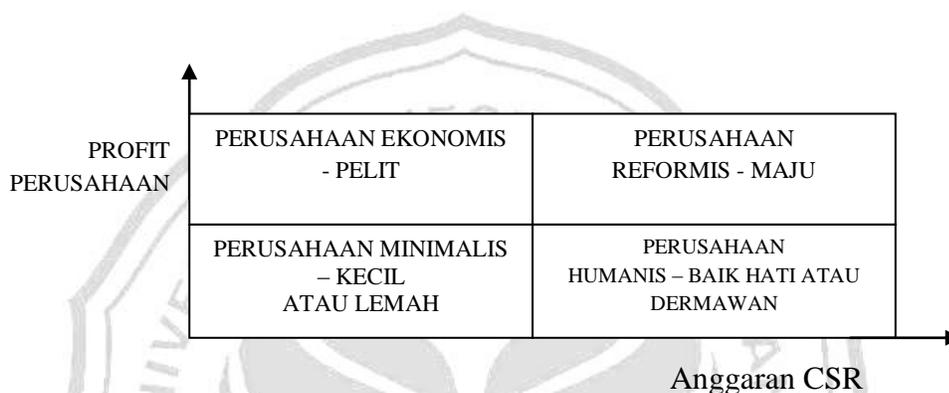
perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Corporate Social Responsibility menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* yang pada saat ini dianggap sebagai inti etika bisnis adalah kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*) saja, tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, *customers*, *investors*, masyarakat, pegawai dan bahkan kompetitor. *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholder* (Kusumadilaga, 2010).

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkatagorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat,

dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja, dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan, kategori pertama yaitu berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR (Suharto, 2008:3).

Pengkatagorian perusahaan berdasarkan pada proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR dapat digambarkan dalam gambar 2.1:

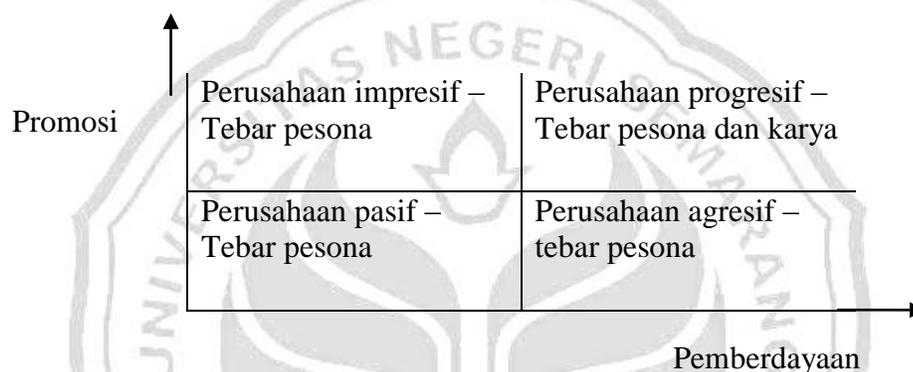


Gambar 2.1 Kategori perusahaan berdasarkan profit perusahaan dan anggaran CSR (Suharto, 2008:3).

Berdasarkan pada gambar diatas, pengkatagorian perusahaan berdasarkan pada proporsi keuntungan dan besarnya anggaran CSR dibagi kedalam empat tipe perusahaan. Empat tipe tersebut antara lain : (1) perusahaan ekonomis, pada tipe ini perusahaan memiliki keuntungan tinggi namun anggaran CSR nya rendah, dengan kata lain perusahaan yang besar akan tetapi pelit untuk mengeluarkan anggaran CSR, (2) perusahaan minimalis, pada tipe ini perusahaan memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah, perusahaan yang kecil dan lemah biasanya termasuk dalam tipe ini, (3) perusahaan reformis, pada tipe ini perusahaan memiliki profit dan anggaran CSR yang

tinggi, perusahaan ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju, (4) perusahaan humanis, pada tipe ini meskipun profit perusahaan rendah, akan tetapi proporsi anggaran CSR relatif tinggi, yang lebih dikenal dengan perusahaan yang dermawan atau baik hati.

Pada kategori kedua, pembagian perusahaan didasarkan pada tujuan pelaksanaan CSR dari perusahaan itu sendiri, apakah untuk perusahaan atau pemberdayaan masyarakat. Pengkategorian perusahaan ini dapat digambarkan seperti dibawah ini :



Gambar 2.2 Kategori perusahaan berdasarkan kategori CSR (Suharto, 2008:3).

Berdasarkan gambar diatas, pengkategorian perusahaan berdasarkan pada tujuan pelaksanaan CSR dari perusahaan itu sendiri, terbagi kedalam empat kategori, antara lain yaitu (1) perusahaan impresif, pada tipe ini CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan, perusahaan seperti ini lebih mementingkan tebar pesona daripada tebar karya, (2) perusahaan pasif, pada tipe ini perusahaan menerapkan CSR tanpa tujuan jelas, bukan untuk promosi bukan pula untuk hal yang kurang baik bagi perusahaan, (3) perusahaan progresif, pada tipe ini perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan, promosi dan CSR dianggap sebagai

kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan, (4) perusahaan agresif, pada tipe ini CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi, perusahaan seperti ini mementingkan karya nyata dari pada tebar pesona.

Implementasi CSR diberbagai negara baik negara berkembang maupun negara maju pada umumnya hanya bertujuan untuk : (1) memenuhi tujuan bisnis yaitu menghasilkan profit jangka panjang, (2) menggunakan kekuatan bisnis secara lebih bertanggung jawab, (3) melakukan integrasi *social demand* dalam operasi bisnis dan (4) mendukung sesuatu yang bersifat sosial dan beretika. Maka CSR sebagai bagian dari peningkatan kualitas hidup masyarakat harus dibarengi dengan tanggung jawab atas operasi bisnis perusahaan (Gariga dan Male, 2004 dalam Kodrat, 2007:263).

Pada perkembangannya, konsep *Corporate Social Responsibility* ternyata mengundang adanya dua pandangan antara pro dan kontra. Dua pandangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Lystyorini dan Greg Anggana, 1998 dalam Januarti dan Apriyanti, 2005:231) yang pertama yakni argumen yang mendukung perlunya tanggung jawab sosial bagi perusahaan, antara lain:

1. Kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin banyak sehingga tidak mungkin bisnis modern dapat berkembang tanpa menghiraukan dimensi sosial kehidupan manusia. Maka dalam rangka itulah perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang sangat besar, bukan sekedar tanggung jawab ekonomis.
2. Kewajiban mora; bahwa dalam hubungannya dengan sistem sosial modern yang sedemikian kompleks dan terkait satu sama lain, tidak dapat dipungkiri bahwa

semua kegiatan bisnis bahkan yang bersifat internal sekalipun mau tidak mau mempunyai dampak bagi dunia internal.

3. Terbatasnya sumber-sumber daya; bahwa bisnis harus berlangsung di dalam kondisi sumber daya yang terbatas oleh sebab itu perusahaan harus memanfaatkan secara bertanggung jawab serta bijaksana guna memenuhi kebutuhan manusia dengan mempertimbangkan kelangsungan dimasa mendatang.
4. Perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan; bisnis mempengaruhi lingkungan, konsumen, kondisi masyarakat dan lain sebagainya. Kekuasaan bisnis yang terlalu besar dan tidak diimbangi dengan tanggung jawab, akan menyebabkan bisnis menjadi kekuatan yang merusak masyarakat.
5. Lingkungan sosial yang lebih baik, perusahaan mempunyai kewajiban dan tanggung jawab untuk ikut serta memelihara lingkungan sosialnya kearah yang lebih baik.
6. Bisnis mempunyai sumber-sumber daya yang berguna; argumen ini menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki uang yang dapat dipakai untuk hal-hal yang bersifat sosial, melainkan juga mempunyai tenaga menajer yang kompeten, tenaga ahli yang terampil, yang semuanya sangat berguna bagi masyarakat.
7. Keuntungan jangka panjang; bahwa tanggung jawab sosial adalah merupakan nilai yang lebih positif bagi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan, dapat menciptakan citra positif dimata masyarakat.

Pandangan yang kedua, argumen yang menentang perlunya tanggung jawab sosial bagi suatu perusahaan, yaitu :

1. Tujuan bisnis adalah manajer keuntungan sebesar-besarnya; argumen ini menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (bila ada) adalah mencari keuntungan.
2. Tujuan yang terbagi-bagi dan harapan yang membingungkan; bahwa keterlibatan sosial perusahaan akan menimbulkan minat dan perhatian yang bermacam-macam dari para pemimpin perusahaan yang dapat membingungkan perusahaan, dimana kebingungan ini akan membawa dampak negatif dalam pengambilan keputusan perusahaan.
3. Biaya keterlibatan sosial, bahwa keterlibatan perusahaan dibidang sosial justru telah memberatkan masyarakat. Hal ini karena biaya yang digunakan untuk keterlibatan sosial tersebut bukanlah biaya yang datang dari perusahaan, melainkan biaya yang dibebankan pada produk yang dijual.
4. Bisnis mempunyai kekuasaan yang sudah memadai, sehingga tidak lagi membutuhkan tanggung jawab sosial. Hal ini disebabkan bisnis mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap seluruh kehidupan manusia.
5. Keruangnya tenaga terampil, bahwa banyak pemimpin perusahaan dan tenaga bisnis tidak mempunyai ketrampilan dibidang kegiatan sosial secara memadai. Maka tidak relevan bila menuntut keterlibatan sosial dari perusahaan.
6. Perusahaan tidak mampu membuat pilihan moral; argumen ini menyatakan bahwa pada dasarnya perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk membuat pilihan-pilihan moral, dikarenakan perusahaan adalah makhluk buatan yang tidak mempunyai kemauan dan suara hati.

Implementasi CSR diberbagai Negara baik Negara berkembang maupun Negara maju pada umumnya hanya bertujuan untuk : (1) memenuhi tujuan bisnis yaitu menghasilkan profit jangka panjang, (2) menggunakan kekuatan bisnis secara lebih bertanggungjawab, (3) melakukan integrasi *social demand* dalam operasi bisnis dan, (4) mendukung suatu yang bersifat sosial dan beretika. Maka CSR sebagai bagian dari peningkatan kualitas hidup masyarakat harus disertai dengan tanggungjawab atas operasi bisnis perusahaan (Garriga dan Male, 2004 dalam Kodrat, 2009:263).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*, yaitu pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Tabel 2.2 Spektrum Sudut Pandang tentang Peran Bisnis dalam Masyarakat

Pandangan	Posisinya terhadap peran bisnis dalam masyarakat
Klasik	<ul style="list-style-type: none"> a. Pandangan pencarian keuntungan murni : bisnis memiliki standar etis yang lebih mudah daripada masyarakat, bisnis tidak memiliki tanggung jawab sosial kecuali kepatuhan pada hukum. b. Pandangan pencarian keuntungan yang terbatas : bisnis harus memaksimalkan kekayaan para pemegang sahamnya, memenuhi hukum dan perusahaan itu memiliki aspek etis.
Pemangku kepentingan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pandangan berkeselarasan sosial : bisnis harus sensitif pada kerusakan potensial dari tindakannya terhadap berbagai kelompok pemangku kepentingan. b. Aktivisme sosial : bisnis harus menggunakan segala sumber dayanya untuk kepentingan publik.

Sumber: Diadaptasi dari Lantos (2001:602) dalam Riyadi (2008)

Organisasi yang bertanggung jawab secara sosial mempunyai pandangan yang berbeda. Organisasi ini melampaui apa yang wajib dilakukan atau dipilih untuk dilakukan karena kebutuhan sosial populer. Selain itu, organisasi melakukan apa yang perlu dilakukan untuk membantu mengembangkan masyarakat karena itu merupakan hal yang besar untuk dilakukan. Ini mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai *intense* bisnis, melampaui kewajiban hukum dan ekonominya, untuk melakukan hal yang benar dan bertindak dengan cara yang baik bagi masyarakat. Definisi ini mengasumsikan bahwa sebuah bisnis mematuhi hukum dan memperhatikan pemegang sahamnya, menambahkan kebutuhan etis untuk melakukan hal yang membuat masyarakat menjadi lebih baik dan tidak melakukan hal yang membuat masyarakat menjadi lebih buruk (Coutler & Robbins, 2010:127).

2.3.1 Konsep Stakeholder

Setiap kegiatan usahanya, perusahaan harus mempertimbangkan semua *stakeholder*, karena pengaruh para *stakeholder* tersebut sangat besar bagi kelangsungan hidup bagi sebuah perusahaan. Secara umum hal ini berlaku bagi semua perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan sosial perusahaan termasuk pelestarian lingkungan seharusnya dilakukan oleh setiap perusahaan diseluruh bidang industri. Pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) adalah setiap kelompok di dalam ataupun di luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap kinerja organisasi (Daft, 2003:214).

Pendekatan *stakeholder*, organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) yaitu, setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi tersebut yang terkena tindakan serta keputusan organisasi. Dalam pendekatan ini, organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan luar organisasi tersebut yang terkena tindakan serta keputusan organisasi, organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, investor serta masyarakat (Robbins dan Marry Coutler, 1999:187). Jika tekanan *stakeholder* sangat kuat dan berpengaruh terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan, maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan dan program-program kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terintegrasi (Aji Prasetyo, 2001 dalam Juwarti dan Apriyanti, 2005:232).

Perusahaan memperoleh sumber daya untuk kegiatan operasionalnya, dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu sangatlah penting bagi perusahaan untuk mematuhi norma dan aturan yang berlaku dalam lingkungan eksternal (legitimasi). Untuk memperoleh legitimasi dari sosial lingkungan, maka perusahaan harus mampu mempengaruhi proses legitimasi tersebut.

Ada beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* antara lain yaitu isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka, dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, LSM dan pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

2.3.2 Biaya Sosial

Biaya yang digunakan untuk seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas sosial disebut dengan biaya sosial. Biaya sosial merupakan biaya yang dikorbankan untuk kehidupan masyarakat sebagai akibat dari aktivitas perusahaan yang merugikan masyarakat sekitar perusahaan. Selain beberapa tahun terakhir ini kesadaran publik akan peran perusahaan di masyarakat telah mengalami perkembangan yang luar biasa. Banyak perusahaan yang telah berjasa dalam kemajuan ekonomi dan teknologi justru mendapat kritik karena kurang memperhatikan masalah sosial. Tekanan dari berbagai pihak yang berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis ditujukan tidak hanya pada perusahaan swasta tapi juga perusahaan pemerintah. Banyak kasus-kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan akibat aktivitas bisnis dari perusahaan swasta maupun pemerintah yang berdampak negatif pada masyarakat, baik yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, penyalahgunaan wewenang, keamanan dan kualitas produk serta penggunaan energi dan sumber daya alam yang berlebihan (Zubaidah, 2005:1).

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa model implementasi CSR perusahaan di Indonesia mencakup beberapa hal-hal berikut ini, (1) berkaitan dengan bantuan sosial yang meliputi rumah ibadah, jalan dan sarana umum lainnya, penanggulangan bencana alam, pengentasan kemiskinan dan pembinaan masyarakat. Model implementasi yang ke (2) dalam bidang pendidikan dan pengembangan yang meliputi pengadaan sarana pendidikan dan pelatihan, melaksanakan pelatihan dan memberikan program beasiswa

kepada anak-anak usia sekolah. Model yang ke (3) yaitu terkait dengan bidang ekonomi yang meliputi program kemitraan, memberikan dana atau pinjaman lunak untuk pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat sekitar. Model CSR yang ke (4) yaitu berhubungan dengan lingkungan, pengelolaan lingkungan, penanganan limbah, melakukan reklamasi, dan melestarikan alam dan keanekaragaman hayati. Model yang ke (5) yaitu berkaitan dengan konsumen yang meliputi perbaikan produk secara berkesinambungan, pelayanan bebas pulsa dan menjamin ketersediaan produk, dan yang terakhir adalah berkaitan dengan karyawan meliputi program jaminan hari tua, keselamatan dan kesehatan kerja (K3) dan program renumerisasi yang baik.

Dasar pemilihan elemen biaya yang digunakan sebagai indikator biaya tanggung jawab sosial UKM dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kartika Hendra Titisari (2009) dimana elemen biaya yang digunakan yaitu biaya lingkungan, biaya karyawan dan biaya komunitas masyarakat. Adapun contoh dari masing-masing kelompok ketiga biaya CSR tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3 Indikator biaya Kepedulian Sosial Perusahaan

Lingkungan	Karyawan	Komunitas
Pengendalian produk	Training dan pendidikan kerja karyawan	Sumbangan dan donasi
Riset limbah produksi proteksi pada lingkungan	Keselamatan dan keamanan	Aktivitas masyarakat sekitar
Konservasi bahan alam	Perhatian pada pekerja wanita	Partisipasi pada pemerintah daerah
Konservasi energi	Pensiun karyawan	Aktivitas populasi sekitar

Support pada kegiatan perlindungan lingkungan	Perhatian pada kaum minoritas	Menjadi anggota suatu kelompok social
	Komunikasi karyawan	
	Asuransi kecelakaan industry	

Sumber : Mulyadi, 2007:195

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel. 2.4 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kartika Hendra Titisari (Dosen FE UNIBA Surakarta)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Kinerja Keuangan	<p>a. Metode Analisis Penghitungan indeks CSR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat suatu daftar (checklist) pengungkapan CSR - Menentukan indeks CSR untuk setiap perusahaan sampel, pengukuran <i>stock return</i> <p>b. Metode pengujian</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisis Regresi <ol style="list-style-type: none"> 1. Menguji pengaruh CSR terhadap CAR tanpa variabel control. 2. Menguji pengaruh CSR dengan variabel kontrol. 3. Menguji CSR <i>parameters</i> tanpa adanya variabel control, memasukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independent (<i>employee, environment, community</i>). - Variabel Dependent <i>Stock return</i> yang diukur dengan <i>Cumulative Abnormal Return</i> (CAR). 	<p>Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa terjadi peningkatan trend indeks CSR, yang jika dilihat dari parameternya maka aktivitas CSR lebih banyak dilakukan pada parameter <i>environment</i> dan <i>community</i>. Dan dari analisis korelasi variabel <i>environment</i> dan <i>community</i> berkorelasi positif dengan CAR sedangkan parameter <i>employment</i> justru berkorelasi negative dengan CAR. Namun hanya parameter <i>environment</i> dan <i>employment</i> yang signifikan.</p>

2.	Ni Wayan Yuniasih & Made Gede Wirakusuma	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance</i> sebagai ;Variabel <i>Permoderasi</i>	variabel kontrol. Metode <i>nonprobability sampling</i> Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian ini adalah -perusahaan sampel yang terdaftar di Bursa efek Jakarta tahun 2005-2006 - perusahaan sampel yang mempunyai laporan keuangan yang berakhir pada 31 Desember - perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan - perusahaan sampel memiliki semua data yang diperlukan secara lengkap	1. Variabel dependen, yaitu nilai perusahaan diukur dengan Tobin's 2. Variabel independen, yaitu kinerja keuangan diukur dengan <i>return on assets</i> (ROA). 3. Variabel Moderasi, pengungkapan CSR dan <i>Good Corporate Governance</i>	1. <i>Return on asset</i> terbukti berpengaruh positif secara statistis pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2005-2006. 2. Pengungkapan CSR sebagai variabel permoderasi terbukti berpengaruh positif secara statistis pada hubungan <i>return on asset</i> dan nilai perusahaan atau dengan kata lain CSRI merupakan variabel permoderasi dalam kaitannya dengan hubungan <i>return on asset</i> dan nilai perusahaan. 3. Kepemilikan manajerial sebagai variabel permoderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap hubungan <i>return on asset</i> dan nilai perusahaan atau dengan kata lain kepemilikan manajerial bukan merupakan variabel permoderasi.
----	------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.5 Kerangka Berfikir

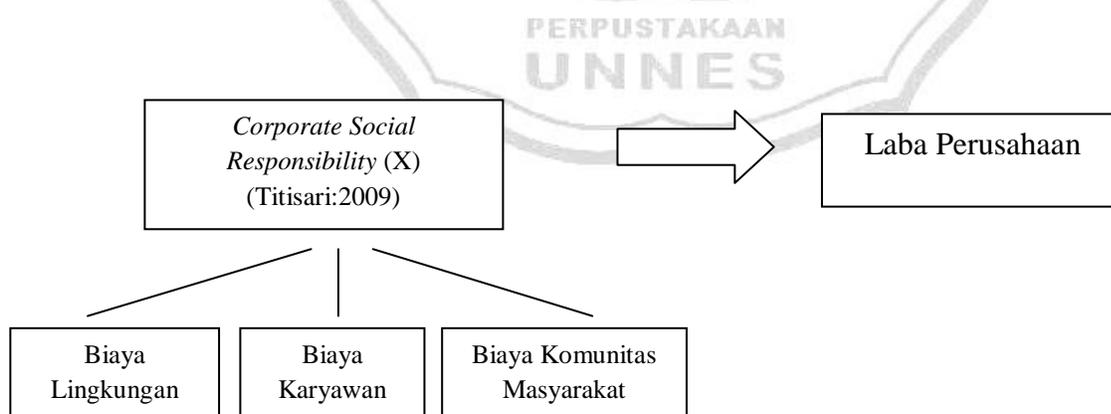
Pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial diwujudkan dengan sumbangsih berupa biaya sosial yang dikeluarkan oleh UKM batik untuk melakukan kegiatan sosial. UKM batik sebagai salah satu penyebab penghasil limbah emisi yang mengandung kadar

CO₂ yang tinggi yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan yang semakin parah, sehingga mau tidak mau UKM batik diharuskan mengeluarkan sejumlah biaya yang berkaitan dengan biaya lingkungan untuk mengelola limbah; dan mengurangi polusi dan gas beracun pada sungai-sungai yang telah terkontaminasi dengan obat pewarna pada batik.

Selain itu, sebagai UKM padat karya dimana dalam proses produksinya UKM batik juga membutuhkan tenaga kerja yang jumlahnya relatif banyak karena dari awal mempersiapkan bahan baku hingga proses *finishing*, dalam pengerjaan batik selalu membutuhkan tenaga manusia. Oleh karena itu kesejahteraan dan keselamatan tenaga kerja harus diperhatikan oleh perusahaan. Untuk menjaga kesejahteraan karyawan maka perusahaan harus mengeluarkan biaya sosial yang berwujud biaya karyawan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dilihat bahwa biaya sosial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, biaya sosial tersebut dianalisis untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Adapun kerangka berfikir teoritis yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar2.3 Kerangka Berfikir

2.6 Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2007:84). Sesuai dengan variabel-variabel yang akan diteliti maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini:

Hipotesis: Implementasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap laba perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut Suharsimi (2006:130) merupakan keseluruhan dari subjek penelitian. Definisi populasi secara lebih rinci yaitu adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007:61). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM batik Bakaran di Kota Pati yang terdaftar di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pati berjumlah 28 UKM batik. Dari jumlah populasi sebanyak 28 saat ini, terbagi dalam 4 Kelurahan seperti terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 : Jumlah Populasi Pengusaha Batik Bakaran di Kota Pati

No	Kelurahan	Jumlah
1.	Bakaran Wetan	8
2.	Bakaran Kulon	18
3.	Pejaksen	1
4.	Langgen Harjo	1
Jumlah		28

Sumber 1 : Disperindag Kota Pati, 2011

Populasi dalam kenyataannya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu populasi terbatas (*finite*) dan populasi tidak terbatas (*infinite*). Populasi terbatas adalah populasi yang unsurnya terbatas berukuran N. sedangkan populasi tidak terbatas adalah

suatu populasi yang mengalami proses secara terus menerus sehingga ukuran N menjadi tidak terbatas perubahan nilainya (Suharyadi, 2009:7).

Berdasarkan data yang di dapat dari Disperindagkop kota Pati, maka penelitian populasi ini berjumlah 28 responden yang berasal dari pengusaha batik bakaran Kota Pati.

3.2 Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2007:2) adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Hatch dan Farhady dalam Sugiyono (2007:3), secara teoritis variabel sendiri dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

1. Laba Perusahaan (Y)

Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan laba sejauh mana suatu perusahaan memperoleh pendapatan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari keseluruhan usaha yang didalam usaha itu terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu (Soemarso, 2004:245).

2. *Corporate Social Responsibility* (X)

Corporate Social Responsibility adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup ditempat kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas (Kodrat, 2009:262). Indikator dari *Corporate Social Responsibility* adalah biaya lingkungan, biaya karyawan, biaya komunitas masyarakat (Hendra, 2009).

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif ini berupa jumlah laba, penjualan, biaya sosial, jumlah karyawan, jumlah pelanggan tetap dan baru dan jumlah macam produk dari UKM batik itu sendiri yang dinotasikan dengan angka-angka.

3.3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data pertama dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diambil dari sumber pertama (Umar, 2002:130). Data diambil dari pemilik usaha batik Bakaran di Kota Pati.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Umar, 2002:130). Data ini

berupa data jumlah UKM batik Bakaran yang ada di Kota Pati yang diambil dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan UKM Kota Pati.

3.3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Teknik wawancara dilakukan jika peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden terutama untuk responden yang tidak dapat membaca menulis atau sejenis pertanyaan yang memerlukan penjelasan dari pewawancara atau memerlukan penerjemahan (Indriantoro dan Supomo, 2001:152).

2. Metode Dokumentasi

Suharsimi (2006:158) metode dokumentasi adalah data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, jumlah, surat kabar, majalah dan sebagainya. Metode dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tentang jumlah UKM Batik Bakaran yang ada di Kota Pati.

3. Metode Angket

Sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi, 2006:151). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah

kuesioner terbuka karena peneliti menyajikan kuesioner yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan yang memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri.

3.4 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Suharsimi, 2006:168).

Pada penelitian ini, instrumen digunakan untuk mengukur efektivitas suatu program CSR pada suatu UKM batik, sehingga validitasnya menggunakan validitas isi (*contens validity*) dimana pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan antara isi instrumen dengan isi suatu konsep atau variabel yang hendak diukur (Sugiyono, 2007:353). Dalam *contens validity* ini pengujian validitas dilakukan melalui rasional untuk melihat sejauhmana isi suatu kuesioner dapat mencerminkan ciri atribut yang hendak diukur, sehingga suatu kuesioner tidak hanya menunjukkan isi secara *komprensif* akan tetapi harus pula memuat isi yang relevan dan tidak keluar dari batasan tujuan ukur (Azwar, 2001:45).

Validitas isi tergantung pada penelitian subjektif individual sehingga estimasi validitas ini tidak melibatkan perhitungan statistik apapun melainkan hanya analisis rasional, karena itu tidak diharapkan setiap orang akan sama sependapat mengenai sejauhmana validitas isi suatu tes telah tercapai (Azwar, 2001:45).

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya, selain data yang berupa angka, dalam penelitian kuantitatif juga ada data berupa informasi kualitatif (Suharsimi, 2006:12). Selain alasan sebelumnya, pada penelitian kuantitatif terdapat hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini.

3.5.2 Deskriptif Persentase

Analisis deskriptif persentase digunakan untuk mendiskripsikan data yang ada pada penelitian ini yang terdiri dari implementasi CSR (X) dan data perusahaan (Y). langkah-langkah yang ditempuh dalam penggunaan teknik analisis ini yaitu :

- a. Membuat tabel distribusi jawaban angket X dan Y.
- b. Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan.
- c. Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap responden.
- d. Memasukkan skor tersebut ke dalam rumus sebagai berikut:

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

DP : Deskriptif Persentase (%)

n : Jumlah nilai yang diperoleh

N : Jumlah nilai ideal (Sugiyono, 2007:260).

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah : H_0 = variabel bebas (*Corporate Social Responsibility*) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (nilai perusahaan). H_a = variabel bebas *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Laba Perusahaan).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2001:39) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi $<0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.2 Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana adalah (Sugiyono, 2007:265).

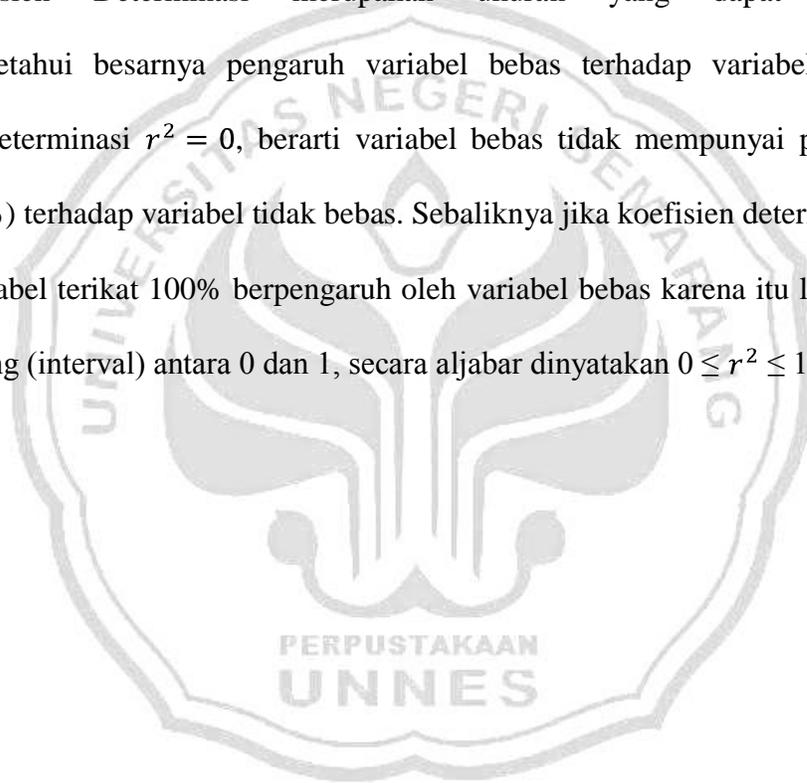
$$Y = a + bX$$

Dimana:

- Y : Laba perusahaan
a : konstanta dari persamaan regresi, harga Y ketika harga X=0
b : koefisien regresi dari variabel *Corporate Social Responsibility*(X)
X : *Corporate Social Responsibility*

3.6.3 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi merupakan ukuran yang dapat dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila koefisien determinasi $r^2 = 0$, berarti variabel bebas tidak mempunyai pengaruh sama sekali (=0%) terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika koefisien determinasi $r^2 = 1$, berarti variabel terikat 100% berpengaruh oleh variabel bebas karena itu letak r^2 berada dalam selang (interval) antara 0 dan 1, secara aljabar dinyatakan $0 \leq r^2 \leq 1$.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bakaran adalah sebuah desa yang ada di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati. Desa ini ada 2 yakni Bakaran Wetan dan Bakaran Kulon. Pesona tersebut adalah seni batik yang tidak kalah menariknya dengan batik Solo, Yogyakarta maupun Pekalongan.

Banyak budaya di Juwana terutama didaerah Bakaran ini, sehingga masyarakat memberikan julukan daerah seni budaya. Salah satu karya budaya masyarakat yang mampu menjadi perhatian masyarakat luas adalah karya batik tulisnya. Karya batik ini juga mampu mengangkat citra daerah. Seni batik Bakaran ini berjalan sejak zaman majapahit yaitu antara abad 14 sampai sekarang. Dan sampai saat ini corak batik Bakaran sangat khas dan unik yang motifnya sangat berbeda dengan batik-batik lain walaupun asal mulanya dari budaya batik yang sama yaitu budaya keraton. Hal ini disebabkan karena sudah terjadi perpaduan kebudayaan pedalaman dan pesisir yang akhirnya menjadi karya masyarakat yang unik. Motif batik tulis Bakaran berdasarkan geografis dan filosofis. Motif batik tulis Bakaran bila dilihat dari segi warna mempunyai ciri tersendiri, yaitu warna yang mendominasi batik Bakaran Wetan adalah hitam dan coklat. Unsur corak/motifnya beraliran pada corak motif batik Tengahan dan batikPesisir. Aliran Tengahan, karena yang memperkenalkan batik tulis pada wilayah Desa Bakaran adalah dari kalangan kerajaan Majapahit.

Kemajuan dalam industri batik di Kota Pati membawa pengaruh yang buruk bagi lingkungan, terutama pencemaran sungai akibat limbah dari proses produksi. Namun, para pemilik UKM sudah mengantisipasi hal tersebut melalui kerja sama dengan pemerintah daerah setempat untuk pembangunan IPAL (Instalansi Pengolah Air Limbah) meskipun jumlahnya hanya bisa menampung 400 m³ dari 700 m³ per harinya dan sisanya dibuang ke sungai. Biaya pemeliharaan IPAL itu sendiri ditanggung bersama-sama oleh para pemilik UKM batik. Selain itu kegiatan lain yang dilakukan oleh UKM batik di Kota Pati adalah senantiasa memberikan perhatian kepada karyawan melalui pemberian bonus dan liburan setiap menjelang bulan puasa dan masyarakat sekitar melalui donasi kepada yayasan sosial serta melakukan kegiatan kemasyarakatan bersama warga sekitar.

4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian

4.1.2.1 Deskripsi Status Perusahaan UKM Batik Bakaran di Kota Pati

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang status perusahaan dalam penelitian ini, diperoleh data bahwa UKM batik Bakaran ini yang menjadi sampel penelitian berstatus perusahaan perseorangan. Data tentang UKM batik bakaran di Kota Pati selengkapnya pada lampiran 2.

4.1.2.2 Deskripsi Lama Usaha UKM Batik Bakaran di Kota Pati

Data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang lamanya usaha dari populasi UKM batik dalam penelitian ini, diperoleh usaha terendah 2 tahun dan tertinggi 41 tahun. Adapun perhitungan lama usaha UKM batik bakaran di Kota Pati dapat dilihat pada tabel 4.1:

Tabel 4.1 Distribusi Lama Usaha UKM batik bakaran di Kota Pati

Lama Usaha			Frekuensi	Persentase
35	< skor ≤	41	3	11%
28	< skor ≤	35	3	11%
22	< skor ≤	28	7	25%
15	< skor ≤	22	5	18%
	< skor ≤	15	10	36%
Jumlah			28	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar usia UKM batik dalam penelitian ini memiliki tingkatan lama usaha kurang dari 15 tahun yaitu sebanyak 10 UKM atau setara dengan 36%, sedangkan yang paling sedikit memiliki lama usaha berkisar antara 35 sampai dengan 41 tahun yaitu sebanyak 3 UKM batik atau setara dengan 11%.

4.1.2.3 Deskripsi Modal Awal UKM batik Bakaran di Kota Pati

Data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data modal awal untuk mendirikan usaha yaitu paling sedikit Rp.100.000 dan tertinggi Rp 250.000.000, dengan interval kelas maka diperoleh data seperti disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 Distribusi Modal Awal UKM batik Bakaran di Kota Pati

Modal Awal			Frekuensi	Persentase
Rp 200.020.001	< skor ≤	Rp 250.000.000	2	7%
Rp 150.040.001	< skor ≤	Rp 200.020.000	5	18%
Rp 100.060.001	< skor ≤	Rp 150.040.000	3	11%
Rp 50.080.001	< skor ≤	Rp 100.060.000	9	32%
Rp 100.000	< skor ≤	Rp 50.080.000	9	32%
Jumlah			28	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar modal awal untuk mendirikan usaha bagi UKM batik dalam penelitian ini memiliki tingkatan modal antara Rp 100.000

sampai dengan Rp 50.080.000 yaitu sebanyak 9 UKM sedangkan yang paling kecil memiliki tingkatan modal awal antara Rp 200.020.000 sampai dengan Rp 250.000.000 yaitu sebanyak 2 UKM batik. Modal awal sebesar Rp 100.000 tersebut diperoleh karena ada beberapa dari UKM batik di Kota Pati memulai usahanya sejak tahun 1980-an, dimana nilai mata uang rupiah Indonesia saat itu masih tinggi.

4.1.2.4 Deskripsi Modal Saat Ini UKM Batik Bakaran di Kota Pati

Data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data modal saat ini yaitu kurang dari Rp. 80.000.000 dan tertinggi Rp. 280.000.000, dengan interval kelas maka diperoleh data seperti disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Distribusi Modal Saat ini UKM Batik Bakaran di Kota Pati

Modal Saat ini	Frekuensi	Persentase
Rp 230.000.000 < skor ≤ Rp 280.000.000	1	4%
Rp 180.000.000 < skor ≤ Rp 230.000.000	0	0%
Rp 130.000.000 < skor ≤ Rp 180.000.000	5	18%
Rp 80.000.000 < skor ≤ Rp 130.000.000	7	25%
< skor ≤ Rp 80.000.000	15	54%
Jumlah	28	100%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar modal awal untuk mendirikan usaha bagi UKM batik dalam penelitian ini memiliki tingkatan modal kurang dari Rp 80.000.000 yaitu sebanyak 15 UKM sedangkan yang paling rendah memiliki tingkatan modal antara Rp 230.000.000 sampai dengan Rp 280.000.000 yaitu sebanyak 1 UKM batik saja.

Adanya data tentang modal saat ini tidak terlepas dari pertumbuhan modal dimulai dari modal awal untuk memulai usaha batik sampai modal saat ini yang digunakan untuk

biaya produksi pada masa sekarang. Pertumbuhan modal kurang dari sebesar -12%, sedangkan paling besar yaitu kurang dari 42%. Pertumbuhan modal tersebut dapat kita lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4 Pertumbuhan Modal pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati

Pertumbuhan Modal			Frekuensi	Persentase
29%	< skor ≤	42%	6	21%
15%	< skor ≤	29%	2	7%
2%	< skor ≤	15%	14	50%
-12%	< skor ≤	2%	4	14%
	< skor ≤	-12%	2	7%
Jumlah			28	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pertumbuhan modal bagi UKM batik dalam penelitian ini memiliki tingkatan modal -12% yaitu sebanyak 2 UKM atau setara dengan 7%, sedangkan pertumbuhan modal antara 2% sampai dengan 15% yaitu 14 UKM batik atau setara dengan 50% dari UKM yang telah diteliti. Penyebab pertumbuhan modal yang terjadi di UKM batik bakaran di Kota Pati ini disebabkan oleh beberapa hal. Penyebab pertumbuhan modal antara lain karena ada beberapa dari UKM batik yang menambah modalnya melalui kredit melalui lembaga keuangan, nilai mata uang rupiah dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, selain itu karena modal awal untuk mendirikan usaha batik lebih besar nilainya dibandingkan dengan modal saat ini. Hal ini terjadi akibat dari saat pertama kali memulai usaha semua pembelian peralatan dan perlengkapan usaha dimulai dari awal, sehingga membutuhkan modal yang lebih besar.

4.1.2.5 Deskripsi Laba UKM Batik Bakaran di Kota Pekalongan

Data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang laba per tahun dari sampel UKM batik dalam penelitian ini, diperoleh data laba per tahun kurang dari Rp 20.150.000 dan tertinggi Rp 52.750.000, dengan interval kelas maka diperoleh data seperti disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Distribusi Laba Tahun 2012 UKM batik Bakaran di Kota Pati

Laba Tahun 2012		Frekuensi	Persentase
Rp 44.600.000	< skor ≤ Rp 52.750.000	5	18%
Rp 36.450.000	< skor ≤ Rp 44.600.000	1	4%
Rp 28.300.000	< skor ≤ Rp 36.450.000	9	32%
Rp 20.150.000	< skor ≤ Rp 28.300.000	7	25%
	< skor ≤ Rp 20.150.000	6	21%
Jumlah		28	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar laba setiap tahun untuk UKM batik dalam penelitian ini memiliki tingkatan laba kurang dari Rp 20.150.000 yaitu sebanyak 6 UKM batik, sedangkan yang memiliki tingkatan modal antara Rp 44.600.000 sampai dengan Rp 52.750.000 yaitu hanya 5 UKM saja.

4.1.3 Deskripsi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada deskripsi penelitian ini memuat tentang implementasi dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari tiga kegiatan tanggung jawab. Tiga indikator diantaranya adalah nilai tanggung jawab terhadap lingkungan, karyawan dan komunitas masyarakat.

4.1.3.1 Deskripsi *Corporate Social Responsibility* yang Berkaitan dengan Lingkungan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR terkait dengan lingkungan, setiap UKM menyediakan anggaran yang proporsinya diambil dari laba yang diperoleh UKM batik itu sendiri. Adapun laba untuk CSR lingkungan dapat kita lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6% Laba yang Dianggarkan untuk CSR lingkungan

% Laba		Frekuensi	Persentase
2,10%	< skor ≤ 2,50%	3	11%
1,70%	< skor ≤ 2,10%	4	14%
1,30%	< skor ≤ 1,70%	3	11%
0,90%	< skor ≤ 1,30%	11	39%
0,50%	< skor ≤ 0,90%	7	25%
Jumlah		28	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa porsi laba yang dianggarkan untuk CSR terkait dengan lingkungan paling sedikit hanya sebesar 0,50% dan paling tinggi 2,50%. Sebagian besar UKM batik menganggarkan porsi laba untuk CSR berkaitan dengan lingkungan sebanyak 0,50% sampai dengan 0,90%, dimana UKM batik yang menganggarkan jumlah tersebut sebanyak 7 UKM batik atau setara dengan 25%, sedangkan UKM batik yang menganggarkan porsi laba senilai 2,10% sampai dengan 2,50% sebanyak 3 UKM batik atau setara dengan 11%. Hal ini berarti sebagian besar pemilik UKM batik Bakaran di Kota Pati masih banyak yang belum banyak untuk menganggarkan sebagian dari labanya untuk menjaga lingkungan, sehingga sedikit jumlah UKM batik yang menganggarkan sebagian labanya secara besar untuk kegiatan yang terkait dengan lingkungan.

Adanya porsi laba yang disediakan untuk kegiatan CSR terkait dengan lingkungan dapat diperoleh data tentang besarnya biaya dari UKM batik yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan ini. Adapun data tentang biaya tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Biaya untuk CSR Lingkungan

Biaya CSR		Frekuensi	Persentase
Rp 740.000	< skor ≤ Rp 900.000	4	14%
Rp 580.000	< skor ≤ Rp 740.000	2	7%
Rp 420.000	< skor ≤ Rp 580.000	4	14%
Rp 260.000	< skor ≤ Rp 420.000	7	25%
Rp 100.000	< skor ≤ Rp 260.000	11	39%
		28	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa biaya untuk CSR terkait dengan lingkungan paling sedikit yaitu Rp. 100.000 dan paling tinggi Rp 900.000. Sebagian besar UKM mengeluarkan biaya untuk CSR berkaitan dengan lingkungan antara Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 260.000 dimana UKM batik yang menganggarkan jumlah tersebut sebanyak 11 UKM atau setara dengan 39%, sedangkan UKM batik yang menganggarkan biaya antara Rp 740.000 sampai dengan Rp. 900.000 ada 4 UKM batik yang setara dengan 14%. Hal ini berarti bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh UKM batik untuk kegiatan CSR yang berkaitan dengan lingkungan masih sedikit.

4.1.3.2 Deskripsi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang Berkaitan dengan Karyawan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR terkait dengan karyawan, setiap UKM menyediakan anggaran yang proporsinya diambil dari laba yang diperoleh UKM batik itu sendiri. Adapun porsi laba untuk CSR karyawan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8 % Laba yang Dianggarkan untuk CSR Karyawan

% Laba		Frekuensi	Persentasi
21,50%	< skor ≤ 26,38%	1	4%
16,63%	< skor ≤ 21,50%	0	0%
11,75%	< skor ≤ 16,63%	1	4%
6,88%	< skor ≤ 11,75%	12	43%
5,88%	< skor ≤ 6,88%	14	50%
Jumlah		28	100%

Sumber: Data penelitian diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa porsi laba yang dianggarkan untuk CSR terkait dengan karyawan paling sedikit hanya sebesar 5,88% dan paling tinggi 26,38%. Sebagian besar UKM batik menganggarkan porsi laba untuk CSR berkaitan dengan karyawan sebanyak 5,88% sampai dengan 6,88%, dimana UKM batik yang menganggarkan jumlah tersebut sebanyak 14 UKM batik atau setara dengan 50%, sedangkan UKM batik yang menganggarkan porsi laba senilai 21,50% sampai dengan 26,38% sebanyak 1 UKM batik atau setara dengan 4%. Hal ini berarti sebagian besar pemilik UKM batik Bakaran di Kota Pati masih belum banyak yang menganggarkan sebagian dari labanya untuk kesejahteraan karyawan.

Adanya porsi laba yang disediakan untuk kegiatan CSR karyawan dapat diperoleh data tentang besarnya biaya dari UKM batik yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan ini. Adapun data tentang biaya tersebut disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9 Biaya untuk CSR Karyawan

Biaya CSR		Frekuensi	Persentasi
Rp3.400.000	< skor ≤ Rp4.000.000	1	4%
Rp2.800.000	< skor ≤ Rp3.400.000	2	7%
Rp2.200.000	< skor ≤ Rp2.800.000	7	25%
Rp1.600.000	< skor ≤ Rp2.200.000	3	11%
Rp1.000.000	< skor ≤ Rp1.600.000	15	54%
Jumlah		28	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa biaya untuk CSR terkait dengan kesejahteraan karyawan paling sedikit yaitu Rp. 1.000.000 dan paling tinggi Rp.4.000.000. Sebagian besar UKM mengeluarkan biaya untuk CSR berkaitan dengan kesejahteraan karyawan antara Rp 1.000.000.000 sampai dengan Rp 1.600.000 dimana UKM batik yang menganggarkan jumlah tersebut sebanyak 15 UKM atau setara dengan 4%, sedangkan UKM batik yang menganggarkan biaya antara Rp 3.400.000 sampai dengan Rp 4.000.000 ada 1 UKM batik yang setara dengan 4%. Hal ini berarti bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh UKM batik untuk kegiatan CSR yang berkaitan dengan kesejahteraan karyawan masih sangat rendah

4.1.3.3 Deskripsi *Corporate Social Responsibility* yang Berkaitan dengan Komunitas Masyarakat

Dalam melaksanakan kegiatan CSR terkait dengan komunitas masyarakat, setiap UKM menyediakan anggaran yang proporsinya diambil dari laba yang diperoleh oleh

UKM batik itu sendiri. Adapun porsi laba untuk CSR terkait dengan komunitas masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10 % Laba yang Dianggarkan untuk CSR Komunitas Masyarakat

% CSR			Frekuensi	Persentase
3,73%	< skor ≤	4,50%	2	7%
2,97%	< skor ≤	3,73%	1	4%
2,20%	< skor ≤	2,97%	1	4%
1,43%	< skor ≤	2,20%	6	21%
	< skor ≤	1,43%	18	64%
Jumlah			28	100%

Sumber : Data penelitian diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa porsi laba yang dianggarkan untuk CSR terkait dengan komunitas masyarakat paling sedikit hanya sebesar kurang dari 1,43% dan paling tinggi 4,50%. Sebagian besar UKM batik menganggarkan porsi laba untuk CSR berkaitan dengan komunitas masyarakat sebanyak 1,43%, dimana UKM batik yang menganggarkan jumlah tersebut sebanyak 18 UKM batik atau setara dengan 64%, sedangkan UKM batik yang menganggarkan porsi laba senilai 3,73% sampai dengan 4,50% sebanyak 2 UKM batik atau setara dengan 7%. Hal ini berarti sebagian besar pemilik UKM batik Bakaran di Kota Pati belum banyak untuk menganggarkan sebagian dari labanya untuk komunitas masyarakat.

Adanya porsi laba yang disediakan untuk kegiatan CSR komunitas masyarakat dapat diperoleh data tentang besarnya biaya dari UKM batik yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan ini. Adapun data tentang biaya tersebut disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11 Biaya untuk CSR Komunitas Masyarakat

Biaya CSR		Frekuensi	Persentase
Rp884.000	< skor ≤ Rp1.055.000	3	11%
Rp713.000	< skor ≤ Rp884.000	0	0%
Rp542.000	< skor ≤ Rp713.000	1	4%
Rp371.000	< skor ≤ Rp542.000	8	29%
Rp200.000	< skor ≤ Rp371.000	16	57%
Jumlah		28	100%

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa biaya untuk CSR terkait dengan komunitas masyarakat paling sedikit yaitu Rp 200.000 dan paling tinggi Rp1.055.000. Sebagian besar UKM mengeluarkan biaya untuk CSR berkaitan dengan komunitas masyarakat antara Rp 200.000.000 sampai dengan Rp 371.000 dimana UKM batik yang menganggarkan jumlah tersebut sebanyak 16 UKM atau setara dengan 57%, sedangkan UKM batik yang menganggarkan biaya antara Rp884.000 sampai denganRp 1.055.000 ada 3 UKM batik yang setara dengan 11%. Hal ini berarti bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh UKM batik untuk kegiatan CSR yang berkaitan dengan komunitas masyarakat masih sangat rendah.

Untuk lebih detail nya berikut disajikan ringkasan sebaran frekuensi nilai CSR pada tiap-tiap indikator.

Tabel 4.12 Deskripsi Nilai CSR pada tiap-tiap Indikator

Interval Persen	Lingkungan		Karyawan		Komunitas masyarakat	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Sangat Baik	3	11%	1	4%	2	7%
Baik	4	14%	0	0%	1	4%
Cukup	3	11%	1	4%	1	4%
Tidak baik	11	39%	12	43%	6	21%
Sangat tidak baik	7	25%	14	50%	18	64%
Jumlah	28	100%	28	100%	28	100%

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2013

Tabel diatas menunjukkan semua perusahaan telah melakukan kegiatan CSR di bidang lingkungan dengan kategori tidak baik yaitu setara dengan 39% dari 11 UKM batik Bakaran di Kota Pati. Semua perusahaan telah melakukan kegiatan CSR di bidang kesejahteraan masyarakat dengan kategori sangat tidak baik atau setara dengan 50% dari 14 UKM Batik Bakaran di Kota Pati. Semua perusahaan telah melakukan kegiatan CSR di bidang komunitas masyarakat dengan kategori sangat tidak baik atau setara dengan 64% dari 18 UKM batik Bakaran di Kota Pati.

4.1.4 Deskripsi Laba Perusahaan

4.1.4.1 Deskripsi Laba Perusahaan Per Tahun 2012

Umumnya perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan tertentu yaitu memperoleh laba yang optimal dengan pengorbanan yang minimal untuk mencapai hal tertentu perlu adanya perencanaan dan pengendalian dalam setiap aktivitas usahanya agar perusahaan dapat membiayai seluruh kegiatan yang berlangsung secara terus menerus. Adanya aktivitas CSR ini diharapkan mampu meningkatkan penghasilan suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Maka dapat dilihat pada tabel 4.13 :

Tabel 4.13 Jumlah Kenaikan Laba per Tahun setelah Melaksanakan CSR 2012 pada UKM Batik Bakaran

Laba Per Tahun 2012			Frekuensi	Persentasi
Rp44.600.000	< skor ≤	Rp52.750.000	3	11%
Rp36.450.000	< skor ≤	Rp44.600.000	4	14%
Rp28.300.000	< skor ≤	Rp36.450.000	7	25%
Rp20.150.000	< skor ≤	Rp28.300.000	9	32%
Rp12.000.000	< skor ≤	Rp20.150.000	5	18%
Jumlah			28	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa kenaikan laba UKM yang paling rendah yaitu Rp. 12.000.000 dan paling tinggi untuk tingkatan labanya yaitu Rp.52.750.000. Sebagian besar UKM mengalami peningkatan laba setelah melaksanakan CSR antara Rp. 12.000.000 sampai dengan kurang dari Rp.20.150.000 sebanyak 5 UKM atau setara dengan 18%, sedangkan UKM Batik yang mengalami peningkatan laba per tahun 2012 yaitu lebih dari Rp. 44.600.000 sampai dengan kurang dari Rp. 52.750.000 sebanyak 3 UKM atau setara dengan 11%.

4.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas data, uji asumsi klasik dan uji regresi sederhana yang terdiri dari uji linieritas data, uji r^2 (besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen), uji t (uji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen).

4.2.1 Uji Normalitas Data

Berdasarkan teori statistika model linier hanya residu dari variabel dependen Y yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independen diasumsikan bukan fungsi distribusi. Jadi tidak perlu diuji normalitasnya.

Hasil *output* dari pengujian normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.37290302E6
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.632
Asymp. Sig. (2-tailed)		.820

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.37290302E6
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.632
Asymp. Sig. (2-tailed)		.820
a. Test distribution is Normal.		

Analisis data hasil Output :

a. Uji normalitas data digunakan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

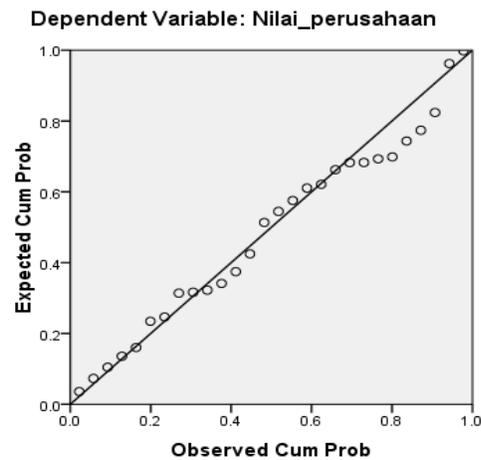
b. Kriteria penerimaan H_0

H_0 diterima jika nilai sig (*2-tailed*) > 5%.

Dari tabel diperoleh nilai sig = 0,820 = 82% > 5%, maka H_0 diterima. Artinya variabel *Unstandardized Residual* berdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot sebagai berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada grafik P-Plot terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal maka variabel dependen Y memenuhi asumsi normalitas.

4.2.2 Uji Linieritas

Uji linieritas pada analisis regresi sederhana berguna untuk mengetahui apakah penggunaan model regresi linier dalam penelitian ini tepat atau tidak. Untuk melakukan uji linieritas dapat dilihat pada tabel 4.15:

Tabel 4.15 Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai_perusahaan * CSR	Between Groups	(Combined)	2.375E15	26	9.134E13	7.307	.286
		Linearity	9.196E14	1	9.196E14	73.567	.074
		Deviation from Linearity	1.455E15	25	5.821E13	4.657	.353
		Within Groups	1.250E13	1	1.250E13		
		Total	2.387E15	27			

Hipotesis yang digunakan:

Ho : model regresi linier.

H1 : model regresi tidak linier.

Kaidah pengambilan keputusan:

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai sig $\geq 0,05$ = maka Ho diterima.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$ maka H1 diterima. (Sudjana, 2005:383).

Tingkat kepercayaan = 95% atau $(\alpha) = 0,05$. Derajat kebebasan (df1) = k = 1, dan df2 = n - k = 27 - 1 = 26 diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,023$.

Pada tabel diatas diperoleh nilai $F_{hitung} = 73,567 > 3,023 = F_{tabel}$ dengan demikian model regresi linier, dengan kata lain model regresi linier dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik pada penelitian ini meliputi uji autokorelasi, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas.

4.2.3.1 Uji Autokorelasi

Untuk melihat terjadi atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilihat pada tabel Model Summary di bawah ini.

Tabel 4.16 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.621 ^a	.385	.362	7.51335E6	1.775

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Nilai_perusahaan

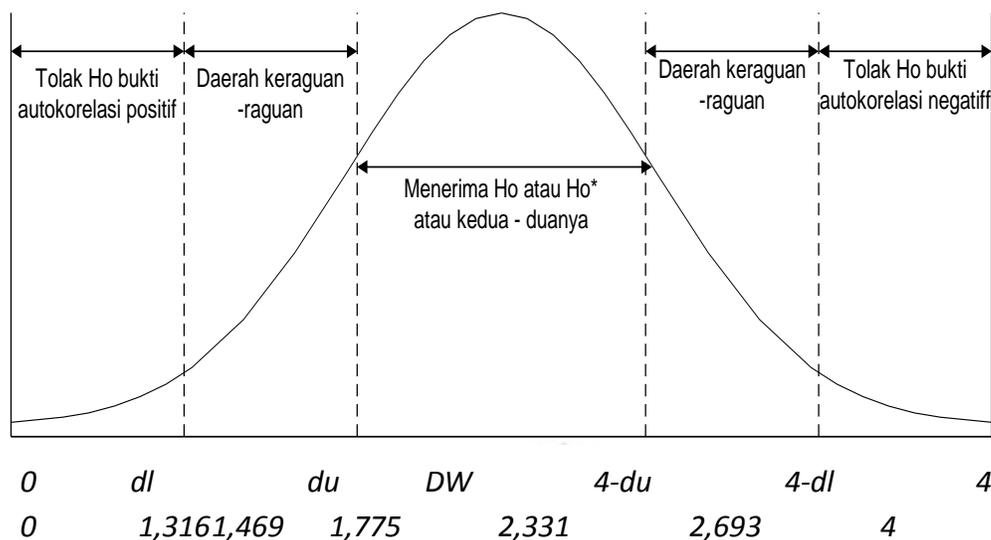
Hipotesis :

Ho :, Tidak ada autokorelasi pada model regresi.

Ha : Ada korelasi antar variabel independen .

Kriteria pengambilan keputusan:

Dengan $n = 100$ $k = 3$ diperoleh $dl = 1,316$ dan $du = 1,469$.



Pada tabel model summary diperoleh nilai $DW_{hitung} = 1,775$. Karena nilai $DW_{hitung} = 2,056$ terletak pada daerah penerimaan H_0 jadi dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dan uji regresi ganda dapat dilanjutkan.

4.2.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance $> 10\%$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16:

Tabel 4.17 Uji Multikolenieritas

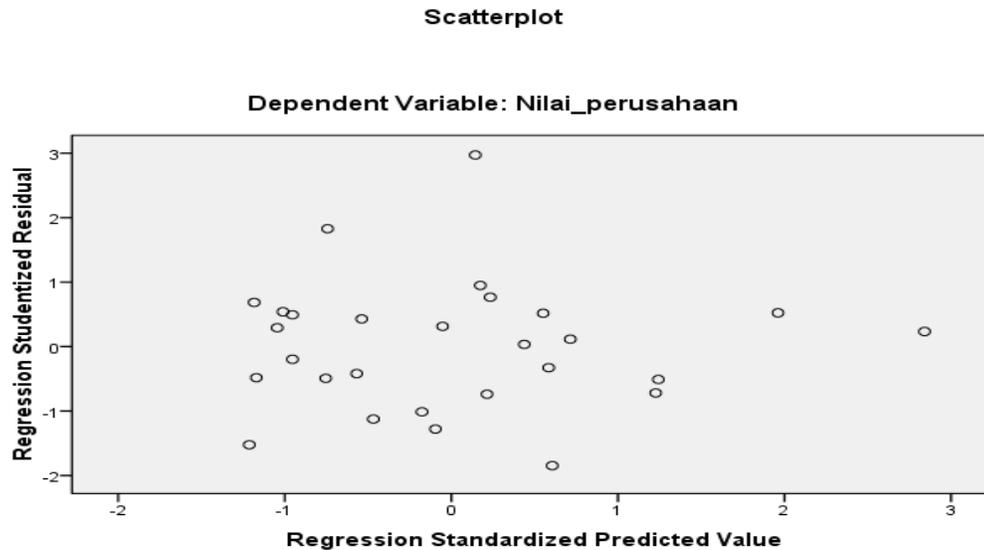
		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.305E7	4.430E6		2.946	.007		
	CSR	6.300	1.561	.621	4.036	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Nilai_perusahaan

Dari tabel diatas terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y. Berikut hasil pengolah menggunakan program SPSS 16:



Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Selain dengan mengamati grafik *scatterplot*, uji heterokedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji Glejser. Uji glejser yaitu pengujian dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Output dari proses di atas dapat kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.18 Uji Heterokesdasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.144E6	2.822E6		2.532	.018
	CSR	-.591	.994	-.116	-.594	.557

a. Dependent Variable: Abs_res

Hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan semua variabel independen mempunyai nilai $\text{sig} \geq 0,05$. Jadi tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen *abs_res*. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan analisis dengan program *SPSS 16 for Windows* diperoleh hasil regresi berganda seperti terangkum pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Persamaan regresi linier sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.305E7	4.430E6		2.946	.007
	CSR	6.300	1.561	.621	4.036	.000

a. Dependent Variable: Nilai_perusahaan

Tabel di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y = (1,305 \times 10^7) + 6,30 X$. Persamaan regresi tersebut mempunyai makna yaitu:

Koefisien regresi CSR (X_1) sebesar 6,3 pertanda positif, artinya semakin besar tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, karyawan dan komunitas masyarakat akan semakin tinggi laba perusahaan tersebut. Perhitungan regresi juga diperoleh nilai t hitung sebesar 4,036 dengan taraf signifikan 0,000, artinya CSR UKM Batik Bakaran di Kota Pati berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Pengujian Keberartian Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Hasil *output* dari SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.20 Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.305E7	4.430E6		2.946	.007
CSR	6.300	1.561	.621	4.036	.000

a. Dependent Variable: Nilai_perusahaan

Hipotesis :

Ho : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

Tingkat kepercayaan = 95% atau $(\alpha) = 0.05$. Derajat kebebasan (df) = $n-k-1 = 54-1-1 = 52$, diperoleh $t_{tabel} = 2,01$

Ho diterima apabila $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $sig \geq 5\%$

Ho ditolak apabila $(t_{hitung} < - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel})$ dan $sig < 5\%$.

Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X (CSR) diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,036 > 2,01 = t_{tabel}$, dan $sig = 0.000 < 5\%$, jadi H_0 ditolak. Ini berarti variabel CSR secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen laba perusahaan.

Dari tabel koefisien diperoleh persamaan regresi:

$$Y = (1,305 \times 10^7) + 6,30 X$$

Dimana:

Y = Nilai Perusahaan

X = CSR

4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel CSR terhadap Nilai perusahaan responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.26 Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.385	.362	7.51335E6

a. Predictors: (Constant), CSR

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi *R square* sebesar 0,385, dengan demikian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* perusahaan berpengaruh positif terhadap penciptaan nilai perusahaan sebesar 38,5% dan sisanya sebesar 61,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti ini.

4.3 Pembahasan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas. Dari definisi ini, CSR secara internal merupakan kebijakan, praktek dan program yang terintegrasi dengan aktivitas perusahaan, rantai nilai dan dalam proses pengambilan keputusan.

Corporate Social Responsibility juga merupakan sebuah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, dimana dengan itu akan meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dari masyarakat luas pada umumnya (Kodrat, 2009:262-263).

Corporate Social Responsibility menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* yang pada saat ini dianggap sebagai inti etika bisnis adalah kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal terhadap pemegang saham (*shareholder*) saja, tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap stakeholder (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, customers, investors, masyarakat, pegawai dan bahkan kompetitor. *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholder* (Kusumadilaga, 2010).

Berdasarkan hasil deskripsi persentasi dan uji t tentang pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati diperoleh keterangan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. Besarnya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan adalah 38,5%.

Berdasarkan hasil deskriptif persentasi diperoleh hasil bahwa tingkat CSR perusahaan termasuk dalam kriteria tinggi, perusahaan telah memberikan sebagian besar apa yang karyawan dan masyarakat inginkan dengan mengucurkan sebagian kecil dari labanya untuk lingkungan sekitar perusahaan, komunitas masyarakat dan karyawan, sehingga mereka merasa puas dengan kepedulian yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Hal ini tentunya merupakan modal awal yang bagus dalam memajukan nilai perusahaan di wilayah kota Pati. UKM batik bakaran di Wilayah Kota Pati merupakan pusat kegiatan produksi batik bakaran. Prospek peluang usaha batik yang semakin berkembang dan banyak diminati masyarakat membuat UKM ini mampu bersaing dengan UKM lainnya. Oleh karena itu sudah sepantasnya para UKM batik di Kota Pati sebagai salah satu produsen batik memberikan *feedback* yang positif terhadap lingkungan sekitar atas perkembangan usaha batik dengan melakukan kegiatan sosial sebagai wujud kepedulian sosial mereka terhadap masyarakat sekitar yang telah melakukan peluang bagi UKM batik.

Aktivitas CSR yang pertama yaitu terkait dengan lingkungan. Lingkungan menjadi salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian untuk tetap menjaga kebersihan dan pelestarian lingkungan dari pencemaran limbah sisa hasil produksi batik. Sehubungan

dengan aktivitas CSR terkait dengan lingkungan. Aktivitas tersebut yaitu ikut serta dalam kegiatan perlindungan lingkungan seperti melakukan pengurangan kandungan zat kimia berbahaya yang dibuang sebagai limbah dan pengolahan limbah lainnya dalam rangka menjadikan usaha batik menjadi suatu usaha yang ramah lingkungan. Akan tetapi kegiatan CSR yang berkaitan dengan lingkungan belum dilaksanakan secara maksimal. Di beberapa kandungan zat pewarna yang terkandung di proses pewarnaan yang berwarna merah atau hitam pekat yang berbau sangat menyengat, hal ini dikarenakan untuk menghindari lingkungan dari pencemaran limbah membutuhkan biaya yang sangat besar, sedangkan nilai CSR untuk lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan dinilai masih belum mengatasi masalah tersebut.

Aktivitas sosial yang kedua yaitu terkait dengan karyawan. Karyawan merupakan salah satu *stakeholder* yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, karena karyawan merupakan orang yang bersentuhan langsung dengan *output*. Oleh karena itu tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan sangat dituntut, yang datang dari berbagai pihak salah satunya adalah pemerintah. Sehubungan dengan aktivitas CSR yang terkait dengan karyawan terdapat tiga jenis aktivitas. Salah satu aktivitas yang sering dilakukan yaitu berupa pemberian bonus pada para karyawan di akhir tahun menjelang hari raya Idul Fitri, mengadakan liburan di akhir tahun dan pemberian santunan saat karyawan sakit, hal ini dikarenakan karena para pemilik UKM Batik Bakaran di Kota Pati tidak memberikan jaminan kesehatan dan keselamatan kerja bagi karyawan, sehingga saat karyawan sakit biaya pengobatan ditanggung oleh karyawan sendiri dan pemilik UKM batik hanya memberikan santunan sekedarnya saja. Pemberian

ini sangat efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan, walaupun terbilang kecil namun karyawan merasa diperhatikan dan dihargai dengan adanya pemberian CSR ini. Walaupun demikian nilai CSR untuk karyawan masih perlu ditingkatkan mengingat inflasi di Indonesia makin lamasemakin meningkat. Banyak dampak positif yang diperoleh dari pemberian CSR untuk karyawan, diantaranya adalah menekan angka karyawan yang keluar dari perusahaan, proses produksi dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana yang pada akhirnya akan berefek positif pada peningkatan nilai perusahaan pada perusahaan yang berkaitan.

Aktivitas CSR yang ketiga yaitu berkaitan dengan komunitas masyarakat. Masyarakat disini merupakan sekumpulan individu yang berada di sekitar lingkungan UKM batik Bakaran di Kota Pati, dimana mereka ikut serta merasakan dampak dari adanya UKM batik tersebut. Sebagian besar aktivitas yang banyak dilaksanakan oleh UKM batik Bakaran di Kota Pati berupa pemberian sumbangan kepada masyarakat, partisipasi pada kegiatan yang dilakukan baik oleh masyarakat atau dari pemerintah daerah dan melaksanakan kemasyarakatan bersama warga sekitar seperti membangun jalan dan membuat saluran pembuangan untuk aliran limbah dari sisa hasil produksi UKM batik Bakaran di Kota Pati.

Serangkaian aktivitas CSR di atas merupakan salah satu upaya UKM batik Bakaran di Kota Pati untuk meningkatkan nilai perusahaan UKM batik Bakaran di Kota Pati itu sendiri. Dengan adanya CSR karyawan, maka pekerja di UKM batik tersebut menjadi lebih loyal terhadap majikannya, selain itu adanya CSR lingkungan dan komunitas masyarakat menjadikan perantara bagi UKM batik Bakaran di Kota Pati untuk senantiasa

menjalin hubungan baik dengan lingkungan sekitar dan senantiasa ikut serta dalam menjaga nama baik UKM batik itu sendiri, oleh sebab itu para karyawan dan masyarakat sekitar akan ikut merekomendasikan batik yang diproduksi oleh UKM tempat dimana mereka bekerja dan berdomisili, sehingga diharapkan dapat menarik para pelanggan baru dan meningkatkan penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan pada UKM batik Bakaran di Kota Pati.



BAB V

PENUTUP

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh simpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati yaitu seringnya melakukan kegiatan sosial untuk lingkungan, karyawan dan untuk komunitas masyarakat.
2. Upaya meningkatkan nilai perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati dengan cara menerapkan CSR. Dengan melaksanakan aktivitas sosial seperti pengolahan limbah hasil produksi, pengurangan bahan kimia yang berbahaya dalam proses produksi batik, ikut serta kegiatan perlindungan lingkungan. Untuk aktivitas sosial karyawan, perusahaan menganggarkan sebagian laba nya untuk pemberian jaminan keselamatan kerja kakaryawan, pensiun, pendidikan, liburan gratis, bonus, perhatian pada pekerja wanita, pemberian kompensasi, sedangkan untuk aktivitas sosial komunitas masyarakat perusahaan menyisihkan sebagian laba nya untuk pemberian sumbangan kepada masyarakat, ikut berpartisipasi pada kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah, serta menjadi anggota suatu kelompok sosial.

3. Terdapat pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. Yaitu perusahaan akan mendapatkan *feedback* seperti peningkatan laba, pertumbuhan penjualan, mendapatkan pelanggan baru.

5.2 Saran

Saran yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak UKM Batik Bakaran di Kota Pati dapat menerapkan CSR dengan baik, yaitu dengan memberikan sebagian labanya pada kegiatan sosial dimasyarakat sekitar yang dinilai paling mendesak untuk diselesaikan, seperti perbaikan jalan warga yang dilalui oleh kendaraan perusahaan atau dengan memperbaiki saluran air yang terindikasi tercemar oleh limbah pabrik, agar dapat memberi manfaat bagi masyarakat sekitar dan juga perusahaan.
2. UKM Batik Bakaran di Kota Pati hendaknya meningkatkan kegiatan CSR karyawan seperti memberikan bantuan pendidikan bagi anak karyawan yang sangat membutuhkan, pemberian kompensasi bagi karyawan yang kinerjanya baik.
3. Sebaiknya pihak pemerintah kota Pati mampu memberikan kebijakan yang dapat memajukan UKM Batik Bakaran agar kelangsungan hidup UKM Batik Bakaran dapat terus terjaga demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan juga dapat mengangkat citra kota Pati sebagai penghasil Batik Bakaran yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, Ft. R. R. 2006. *“Pengaruh Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan”*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang, 23-26 Agustus.
- Ananta, A. 1987. *Landasan Ekonometrika*. Jakarta: PT Gramedia.
- Ang, Robert. 2001. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Jakarta : Media Soft Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Baron, M.J, A.D. Clare and S.H. Thomas. 2003. *“The Effect of Bond Rating Changes and News Ratings on UK Stock Returns”*. *Journal of Bussiness and Accounting*, Vol.24, No.3, pp.497-509.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: BP Undip.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, N Damor dan Dawn, C, Porter. 2010. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanke, J.E., & Reitsch, A.G. 1998. *Business Forecasting*. (6th ed). London: Prentice-Hall International Ltd.
- Husnan, Suad. 2000. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan Keputusan Jangka Panjang*. Edisi 4. Yogyakarta : BPF E.
- Jogiyanto, H.M. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi 2008. Yogyakarta: BPF E.
- Januarti, Indra dan Dini Apriyanti, 2005. *”Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal Meksi*, Vol:5, No.2, Hal 227-243. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

- Kang, J.K, Y.C. Kim. K.J.Park and R.M. Stulz. 1995. “ *An Analysis of The Wealth Effects of Jappanese Offshore Dollar-Denominated Convertible and Warrant Bond Issues*”. *Journal of Financial and Quantitative Analisis*. Vol.30,pp.257-270.
- Karyani, Etika dan Adler H. Manurung. 2006. “ *Pengaruh Pengumuman Perubahan Bond Rating terhadap Return Saham Perusahaan Bursa Efek Jakarta 2003-2005*”. *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol.9. No. 3.
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategik: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metodologi Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*.Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Lucy Sumardi. 2007. *Analisis Pengaruh Penerbitan Obligasi terhadap Abnormal Return Saham di Bursa Efek Jakarta: Periode 2000-2006*. Tesis S2 yang tidak dipublikasikan, Universitas Indonesia.
- Martel, Maria C.V, and Pardon, Yaiza Garcia. 2006. “*Debt and Informative Content: Evidence in Spanish Stock Market*”. *International Research Journal of Finance and Economics*.Issue 4.
- Michell Suharli. 2004. “*Studi Empiris terhadap Dua Faktor yang Mempengaruhi Return Saham pada Industri Food & Beverages di Bursa Efek Jakarta*”. Universitas Katolik Indonesia Atmajaya.
- Mulyadi, 2001. *Balance Scorecad. Alat Manajemen Kontemporer unuttu Pelipatgandaan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nafiah Afaf. 2008. *Analisis Pengaruh Pengumuman Penerbitan Obligasi terhadap Return Saham di Bursa Efek Jakarta*.Tesis S2 yang tidak dipublikasikan.
- Pindyk, R.S., & Rubinfeld, D.L. 1990. *Econometric Models and Econometric Forecasts*. (3rd ed). New York: McGraw-Hill.
- Prita Murdati. 2007. *Dampak Pengumuman Bond Rating terhadap Return Perusahaan di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi yang tidak dipublikasikan, Universitas Negeri Semarang.
- Sekaran, Uma. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- , 2009. *Research Methods for Business* .Jakarta : Salemba Empat.

Siaran Pers BAPEPAM-LK Departemen Keuangan Republik Indonesia 31 Desember 2009.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabeta.

Suluh Pramastuti. 2007. Analisis Kebijakan Dividen: Pengujian Deviden Signaling Theory

dan Rent Extraction Hypothesis. Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada : Yogyakarta.

Sumodiningrat, G., & Kuncoro, M. 2001. Ekonomi Pertanian di Indonesia: Perkembangan dan Peranan Modeling. Jakarta: Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia.

Tariq, Ali Arsalan.2004.*Managing Financial Risks of Sukuk Structures*.Tesis S2 yang dipublikasikan.



Lampiran 1

Instrumen Penelitian

Data Responden

1. Nama UKM :
2. Status UKM : 1) Perorangan
2) CV
3) PT
3. Lama Usaha :
4. Modal Awal :
5. Modal saat ini :
6. Laba/tahun :
7. Jumlah Karyawan :

Petunjuk pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan/ Pernyataan berikut, saya mohon kesediaan Anda untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian ini.
2. Dimohon untuk mengisi jawaban pada tempat yang sudah disediakan.
3. Isilah rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan dan biaya sosial untuk setiap aktivitas sosial yang dilakukan oleh UKM yang anda miliki.
4. Isilah pertanyaan yang berkaitan dengan nilai perusahaan yang sesuai dengan yang dialami oleh UKM batik yang anda miliki.
5. Coret yang tidak perlu.

CSR (aktivitas sosial) untuk lingkungan

1. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pengurangan bahan kimia berbahaya dalam proses produksi batik yang Anda miliki?
.....

.....

2. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pengolahan limbah sisa hasil produksi?

.....

.....

3. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam ikut serta kegiatan perlindungan lingkungan?

.....

.....

4. Berikan alasan Anda melaksanakan/tidak melaksanakan aktivitas sosial yang berkaitan dengan lingkungan!

.....

.....

CSR (aktivitas sosial) untuk karyawan

1. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian jaminan keselamatan kerja karyawan?

.....

.....

2. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian jaminan keselamatan kerja karyawan?

.....

.....

3. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian dana pensiun kepada karyawan?

.....

.....

4. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian kompensasi kepada karyawan?

.....
.....

5. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian liburan kepada karyawan?

.....
.....

6. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian bonus kepada karyawan?

.....
.....

7. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam perhatian pada pekerja wanita?

.....
.....

8. Berikan alasan Anda melaksanakan/tidak melaksanakan aktivitas sosial yang berkaitan dengan karyawan!

.....
.....

CSR (aktivitas sosial) untuk Komunitas Masyarakat

1. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam pemberian sumbangan kepada masyarakat?

.....
.....

2. Berapa rupiah (Rp) porsi laba yang dianggarkan untuk biaya aktivitas sosial dalam partisipasi pada kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah?

.....
.....

3. Berapa rupiah (Rp) porsi laba biaya sosial yang dianggarkan untuk menjadi anggota suatu kelompok sosial?

.....
.....

4. Berikan alasan Anda melaksanakan/tidak melaksanakan aktivitas sosial yang berkaitan dengan komunitas masyarakat!

.....
.....

Nilai Perusahaan

1. Berapa rupiah (Rp) pertumbuhan penjualan yang Anda dapatkan setelah melakukan aktivitas sosial?

.....

2. Berapa rupiah (Rp) penurunan penjualan yang Anda dapatkan setelah melakukan aktivitas sosial?

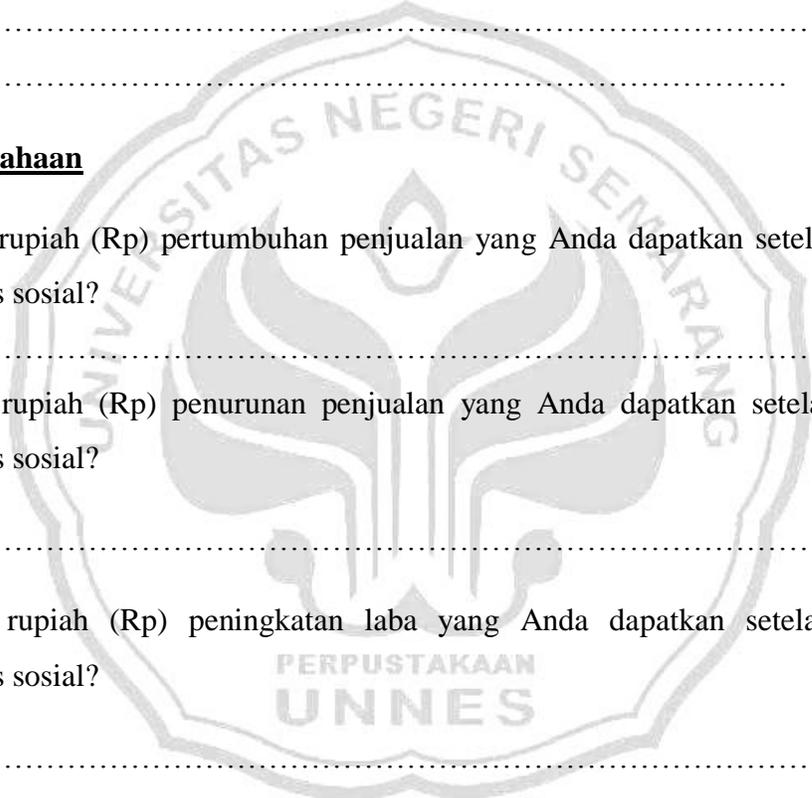
.....

3. Berapa rupiah (Rp) peningkatan laba yang Anda dapatkan setelah melakukan aktivitas sosial?

.....

4. Berapa rupiah (Rp) penurunan laba yang Anda dapatkan setelah melakukan aktivitas sosial?

.....



5. Berapakah jumlah pelanggan baru yang Anda dapatkan setelah melakukan aktivitas sosial?

.....

6. Berapakah jumlah pelanggan loyal yang Anda dapatkan?

.....

7. Berapakah jumlah jenis produk lama yang Anda produksi?

.....

8. Berapakah jumlah produk baru yang Anda produksi setelah anda melakukan aktivitas sosial?

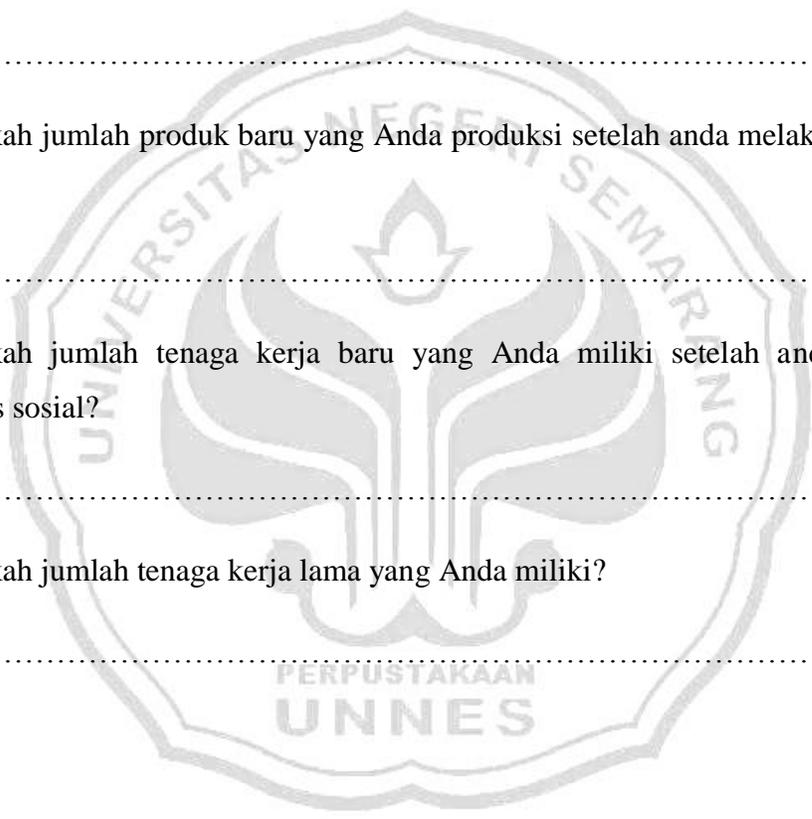
.....

9. Berapakah jumlah tenaga kerja baru yang Anda miliki setelah anda melakukan aktivitas sosial?

.....

10. Berapakah jumlah tenaga kerja lama yang Anda miliki?

.....



Tabulasi modal Perusahaan

No	Kode per	Modal awal	pertumbuhan modal baru	modal saat ini	laba per tahun
1	P-1	Rp79,000,000.00	5.00%	Rp42,000,000.00	Rp20,000,000.00
2	P-2	Rp15,000,000.00	29.00%	Rp115,700,000.00	Rp48,000,000.00
3	P-3	Rp15,000,000.00	8.00%	Rp60,500,000.00	Rp33,000,000.00
4	P-4	Rp130,000,000.00	7.00%	Rp73,000,000.00	Rp27,000,000.00
5	P-5	Rp5,000,000.00	14.00%	Rp48,000,000.00	Rp19,700,000.00
6	P-6	Rp35,000,000.00	2.00%	Rp54,000,000.00	Rp33,600,000.00
7	P-7	Rp50,000,000.00	42.00%	Rp144,560,000.00	Rp19,000,000.00
8	P-8	Rp75,000,000.00	41.00%	Rp120,000,000.00	Rp36,000,000.00
9	P-9	Rp90,000,000.00	-2.00%	Rp63,000,000.00	Rp12,000,000.00
10	P-10	Rp2,000,000.00	-7.00%	Rp70,000,000.00	Rp26,800,000.00
11	P-11	Rp60,000,000.00	38.00%	Rp106,000,000.00	Rp28,000,000.00
12	P-12	Rp137,000,000.00	4.00%	Rp100,000,000.00	Rp30,000,000.00
13	P-13	Rp95,000,000.00	-6.00%	Rp58,000,000.00	Rp26,500,000.00
14	P-14	Rp200,000,000.00	18.00%	Rp136,000,000.00	Rp42,000,000.00
15	P-15	Rp180,000,000.00	8.00%	Rp70,000,000.00	Rp27,000,000.00
16	P-16	Rp150,000,000.00	-10.00%	Rp66,000,000.00	Rp30,000,000.00
17	P-17	Rp250,000,000.00	37.00%	Rp140,000,000.00	Rp35,000,000.00
18	P-18	Rp70,000,000.00	-25.00%	Rp30,000,000.00	Rp12,000,000.00
19	P-19	Rp165,000,000.00	7.00%	Rp92,000,000.00	Rp48,000,000.00
20	P-20	Rp80,000,000.00	10.00%	Rp60,000,000.00	Rp20,000,000.00
21	P-21	Rp160,000,000.00	4.00%	Rp62,400,000.00	Rp33,600,000.00
22	P-22	Rp100,000.00	9.00%	Rp80,000,000.00	Rp45,000,000.00
23	P-23	Rp250,000,000.00	12.00%	Rp100,000,000.00	Rp36,000,000.00
24	P-24	Rp160,000,000.00	-20.00%	Rp56,000,000.00	Rp22,000,000.00
25	P-25	Rp65,000,000.00	35.00%	Rp135,400,000.00	Rp31,000,000.00
26	P-26	Rp85,000,000.00	10.00%	Rp105,500,000.00	Rp50,000,000.00
27	P-27	Rp40,000,000.00	12.00%	Rp280,000,000.00	Rp52,750,000.00
28	P-28	Rp27,000,000.00	25.00%	Rp138,200,000.00	Rp25,800,000.00
Maksimum		Rp250,000,000.00	42.00%	Rp280,000,000.00	Rp52,750,000.00
Minimum		Rp100,000.00	-25.00%	Rp30,000,000.00	Rp12,000,000.00
Rata-rata		Rp95,360,714.29	10.96%	Rp93,080,714.29	Rp31,062,500.00
Simpangan baku		Rp72,327,794.66	17.40%	Rp49,531,957.95	Rp10,949,535.97

Lampiran 4

Tabulasi Biaya CSR

No	Kode per	biaya lingkungan	% porsi laba biaya lingkungan	biaya karyawan	% porsi laba biaya karyawan	biaya komunitas masyarakat	% porsi laba biaya lingkungan
1	P-1	Rp 200,000.00	1.0%	Rp 2,000,000.00	10.0%	Rp 400,000.00	2.0%
2	P-2	Rp 720,000.00	1.5%	Rp 4,000,000.00	8.3%	Rp 600,000.00	1.3%
3	P-3	Rp 165,000.00	0.5%	Rp 1,320,000.00	4.0%	Rp 320,000.00	1.0%
4	P-4	Rp 270,000.00	1.0%	Rp 2,700,000.00	10.0%	Rp 229,000.00	0.8%
5	P-5	Rp 100,000.00	0.5%	Rp 1,182,000.00	6.0%	Rp 324,000.00	1.6%
6	P-6	Rp 504,000.00	1.5%	Rp 1,344,000.00	4.0%	Rp 314,000.00	0.9%
7	P-7	Rp 380,000.00	2.0%	Rp 1,580,000.00	8.3%	Rp 295,000.00	1.6%
8	P-8	Rp 360,000.00	1.0%	Rp 1,000,000.00	2.8%	Rp 360,000.00	1.0%
9	P-9	Rp 120,000.00	1.0%	Rp 1,200,000.00	10.0%	Rp 245,000.00	2.0%
10	P-10	Rp 134,000.00	0.5%	Rp 2,600,000.00	9.7%	Rp 360,000.00	1.3%
11	P-11	Rp 140,000.00	0.5%	Rp 1,400,000.00	5.0%	Rp 265,000.00	0.9%
12	P-12	Rp 750,000.00	2.5%	Rp 1,200,000.00	4.0%	Rp 900,000.00	3.0%
13	P-13	Rp 530,000.00	2.0%	Rp 1,000,000.00	3.8%	Rp 995,000.00	3.8%
14	P-14	Rp 420,000.00	1.0%	Rp 1,680,000.00	4.0%	Rp 540,000.00	1.3%
15	P-15	Rp 405,000.00	1.5%	Rp 2,200,000.00	8.1%	Rp 300,000.00	1.1%
16	P-16	Rp 750,000.00	2.5%	Rp 1,240,000.00	4.1%	Rp 200,000.00	0.7%
17	P-17	Rp 350,000.00	1.0%	Rp 2,500,000.00	7.1%	Rp 500,000.00	1.4%
18	P-18	Rp 120,000.00	1.0%	Rp 3,165,000.00	26.4%	Rp 540,000.00	4.5%

19	P-19	Rp 240,000.00	0.5%	Rp 1,032,000.00	2.2%	Rp 320,000.00	0.7%
20	P-20	Rp 200,000.00	1.0%	Rp 2,600,000.00	13.0%	Rp 450,000.00	2.3%
21	P-21	Rp 840,000.00	2.5%	Rp 2,640,000.00	7.9%	Rp 360,000.00	1.1%
22	P-22	Rp 900,000.00	2.0%	Rp 3,165,000.00	7.0%	Rp 440,000.00	1.0%
23	P-23	Rp 360,000.00	1.0%	Rp 1,032,000.00	2.9%	Rp 360,000.00	1.0%
24	P-24	Rp 110,000.00	0.5%	Rp 1,440,000.00	6.5%	Rp 440,000.00	2.0%
25	P-25	Rp 620,000.00	2.0%	Rp 2,300,000.00	7.4%	Rp 310,000.00	1.0%
26	P-26	Rp 500,000.00	1.0%	Rp 1,000,000.00	2.0%	Rp 500,000.00	1.0%
27	P-27	Rp 527,000.00	1.0%	Rp 1,240,000.00	2.4%	Rp 1,055,000.00	2.0%
28	P-28	Rp 129,000.00	0.5%	Rp 2,500,000.00	9.7%	Rp 258,000.00	1.0%
Maksimum		Rp 900,000.00	2.5%	Rp 4,000,000.00	26.4%	Rp 1,055,000.00	4.5%
Minimum		Rp 100,000.00	0.5%	Rp 1,000,000.00	2.0%	Rp 200,000.00	0.7%
Rata-rata		Rp 387,285.71	1.2%	Rp 1,866,428.57	7.0%	Rp 435,000.00	1.5%
Simpangan baku		Rp 244,621.08	0.7%	Rp 823,002.65	4.8%	Rp 219,156.80	0.9%



Lampiran 5

Tabulasi nilai perusahaan

No	lama usaha	pelanggan baru	pelanggan tetap/loyal	produk baru	produk lama	karyawan baru	karyawan lama	% Penurunan laba
1	10	2	7	0	4	2	42	13.0%
2	13	8	21	1	3	12	55	11.1%
3	15	5	11	0	3	0	20	5.5%
4	34	0	11	0	3	5	30	11.8%
5	25	0	12	1	3	1	21	8.2%
6	20	3	18	0	2	0	20	6.4%
7	11	5	11	0	3	4	21	11.9%
8	24	1	7	0	1	0	20	4.8%
9	22	4	10	0	2	1	19	13.0%
10	17	3	16	2	4	8	52	11.5%
11	41	0	18	1	4	5	70	6.4%
12	39	5	14	0	1	3	52	9.5%
13	12	2	7	1	2	0	37	9.5%
14	12	0	9	0	1	1	27	6.3%
15	26	4	13	0	3	0	23	10.8%
16	30	2	18	0	2	4	31	7.3%
17	18	3	16	3	5	5	105	9.6%
18	27	1	7	0	1	0	23	31.9%
19	11	2	22	0	1	2	23	3.3%
20	14	1	11	0	4	0	36	16.3%
21	22	2	13	0	2	1	27	11.4%
22	33	1	25	2	3	3	77	10.0%
23	19	3	10	0	3	3	27	4.9%
24	39	1	17	0	1	0	33	9.0%
25	10	4	21	0	2	9	21	10.4%
26	9	2	29	0	2	0	43	4.0%
27	24	2	20	0	4	11	39	5.3%
28	19	5	14	0	1	1	27	11.2%

Lampiran 6

No	Kode sampel	CSR	Nilai Perusahaan
1	Batik Bu Yayuk	Rp2,600,000	Rp20,000,000
2	Batik Bu Juwiati	Rp5,320,000	Rp48,000,000
3	Batik Gading	Rp1,805,000	Rp23,000,000
4	Batik Purnomo	Rp3,199,000	Rp37,000,000
5	Batik Bu Darmi	Rp1,604,500	Rp19,700,000
6	Batik Bu Tatik	Rp2,162,000	Rp23,600,000
7	Batik Bu Karti	Rp2,255,000	Rp19,000,000
8	Batik Bu Narti	Rp1,720,000	Rp26,000,000
9	Batik Bu Sular	Rp1,565,000	Rp12,000,000
10	Batik Bu Wati	Rp3,094,000	Rp32,800,000
11	Batik Dewi	Rp1,805,000	Rp28,000,000
12	Batik Bu Herni	Rp2,850,000	Rp38,000,000
13	Batik Bu Sayem	Rp2,525,000	Rp21,500,000
14	Batik Bu Ronggo	Rp2,640,000	Rp32,000,000
23	Batik Sekar Melati	Rp1,752,000	Rp28,000,000
15	Batik Bu Nani	Rp2,905,000	Rp37,000,000
16	Batik Bu Sutar	Rp2,190,000	Rp30,000,000
17	Batik Bu Suyar	Rp3,350,000	Rp35,000,000
20	Batik Tjokro	Rp3,250,000	Rp20,000,000
18	Batik Suwarni	Rp3,825,000	Rp32,000,000
19	Batik Ngaminah	Rp1,592,000	Rp28,000,000
21	Abbida Collection	Rp3,840,000	Rp33,600,000
22	Batik Herutomo	Rp4,505,000	Rp45,000,000
24	Batik Wito	Rp1,990,000	Rp22,000,000
25	Batik Yayuk	Rp3,230,000	Rp31,000,000
26	Batik Kasiyem	Rp2,000,000	Rp39,000,000
27	Batik Arimbi	Rp2,822,000	Rp52,750,000
28	Batik Arimbi	Rp2,887,000	Rp25,800,000
Maksimum		Rp5,320,000	Rp52,750,000
Minimum		Rp1,565,000	Rp12,000,000
Rata-rata		Rp2,688,661	Rp29,991,071
Simpangan baku		Rp926,395	Rp9,403,113

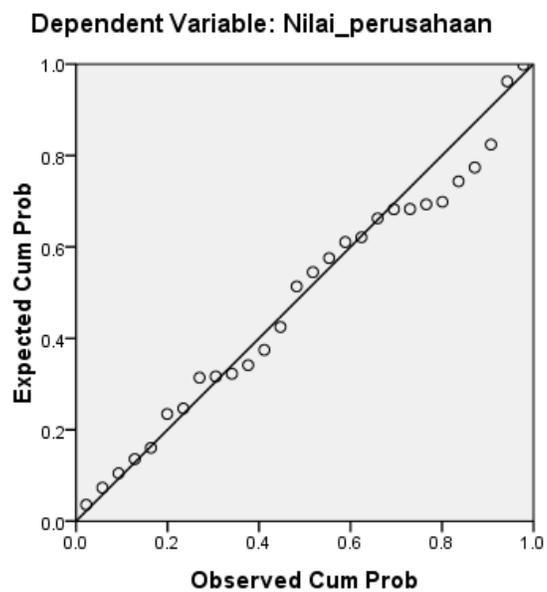
Lampiran7

Deskripsi

		Statistics	
		CSR	Nilai_perusahaa n
N	Valid	28	28
	Missing	0	0
Mean		2.68876	2.99917
Std. Deviation		9.263955	9.403116
Minimum		1.566	1200000.00
Maximum		5.326	5275000.00

Uji Normalitas data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.372903026
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.632
Asymp. Sig. (2-tailed)		.820
a. Test distribution is Normal.		

Uji Asumsi Klasik

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai_perusahaan * CSR	Between	(Combined)	2.37515	26	9.13413	7.307	.286
	Groups	Linearity	9.19614	1	9.19614	73.567	.074
		Deviation from Linearity	1.45515	25	5.82113	4.657	.353
	Within Groups		1.25013	1	1.25013		
	Total		2.38715	27			

Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.1846	2.8216		2.547	.017
	CSR	-.606	.994	-.119	-.610	.547

a. Dependent Variable: Abs_res

Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.3057	4.4306		2.946	.007
	CSR	6.300	1.561	.621	4.036	.000

a. Dependent Variable: Nilai_perusahaan

Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.385	.362	7.513356

a. Predictors: (Constant), CSR

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.19614	1	9.19614	16.290	.000 ^a
	Residual	1.46815	26	5.64513		
	Total	2.38715	27			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Nilai_perusahaan

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.3057	4.4306		2.946	.007
	CSR	6.300	1.561	.621	4.036	.000

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.3057	4.4306		2.946	.007
	CSR	6.300	1.561	.621	4.036	.000

4.4 Dependent Variable: Nilai_perusahaan



Deskriptif

Modal awal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	100000	1	3.6	3.6	3.6
	2000000	1	3.6	3.6	7.1
	5000000	1	3.6	3.6	10.7
	15000000	2	7.1	7.1	17.9
	27000000	1	3.6	3.6	21.4
	35000000	1	3.6	3.6	25.0
	40000000	1	3.6	3.6	28.6
	50000000	1	3.6	3.6	32.1
	60000000	1	3.6	3.6	35.7
	65000000	1	3.6	3.6	39.3
	70000000	1	3.6	3.6	42.9
	75000000	1	3.6	3.6	46.4
	79000000	1	3.6	3.6	50.0
	80000000	1	3.6	3.6	53.6
	85000000	1	3.6	3.6	57.1
	90000000	1	3.6	3.6	60.7
	95000000	1	3.6	3.6	64.3
	130000000	1	3.6	3.6	67.9
	137000000	1	3.6	3.6	71.4
	150000000	1	3.6	3.6	75.0
	160000000	2	7.1	7.1	82.1
	165000000	1	3.6	3.6	85.7
	180000000	1	3.6	3.6	89.3
	200000000	1	3.6	3.6	92.9
	250000000	2	7.1	7.1	100.0

Modal awal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	100000	1	3.6	3.6	3.6
	2000000	1	3.6	3.6	7.1
	5000000	1	3.6	3.6	10.7
	15000000	2	7.1	7.1	17.9
	27000000	1	3.6	3.6	21.4
	35000000	1	3.6	3.6	25.0
	40000000	1	3.6	3.6	28.6
	50000000	1	3.6	3.6	32.1
	60000000	1	3.6	3.6	35.7
	65000000	1	3.6	3.6	39.3
	70000000	1	3.6	3.6	42.9
	75000000	1	3.6	3.6	46.4
	79000000	1	3.6	3.6	50.0
	80000000	1	3.6	3.6	53.6
	85000000	1	3.6	3.6	57.1
	90000000	1	3.6	3.6	60.7
	95000000	1	3.6	3.6	64.3
	130000000	1	3.6	3.6	67.9
	137000000	1	3.6	3.6	71.4
	150000000	1	3.6	3.6	75.0
	160000000	2	7.1	7.1	82.1
	165000000	1	3.6	3.6	85.7
	180000000	1	3.6	3.6	89.3
	200000000	1	3.6	3.6	92.9
	250000000	2	7.1	7.1	100.0
Total		28	100.0	100.0	

pertumbuhan modal baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-0.25	1	3.6	3.6	3.6
	-0.2	1	3.6	3.6	7.1
	-0.1	1	3.6	3.6	10.7
	-0.07	1	3.6	3.6	14.3
	-0.06	1	3.6	3.6	17.9
	-0.02	1	3.6	3.6	21.4
	0.02	1	3.6	3.6	25.0
	0.04	2	7.1	7.1	32.1
	0.05	1	3.6	3.6	35.7
	0.07	2	7.1	7.1	42.9
	0.08	2	7.1	7.1	50.0
	0.09	1	3.6	3.6	53.6
	0.1	2	7.1	7.1	60.7
	0.12	2	7.1	7.1	67.9
	0.14	1	3.6	3.6	71.4
	0.18	1	3.6	3.6	75.0
	0.25	1	3.6	3.6	78.6
	0.29	1	3.6	3.6	82.1
	0.35	1	3.6	3.6	85.7
	0.37	1	3.6	3.6	89.3
	0.38	1	3.6	3.6	92.9
	0.41	1	3.6	3.6	96.4
	0.42	1	3.6	3.6	100.0
Total		28	100.0	100.0	

modal saatini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30000000	1	3.6	3.6	3.6
	42000000	1	3.6	3.6	7.1
	48000000	1	3.6	3.6	10.7
	54000000	1	3.6	3.6	14.3
	56000000	1	3.6	3.6	17.9
	58000000	1	3.6	3.6	21.4
	60000000	1	3.6	3.6	25.0
	60500000	1	3.6	3.6	28.6
	62400000	1	3.6	3.6	32.1
	63000000	1	3.6	3.6	35.7
	66000000	1	3.6	3.6	39.3
	70000000	2	7.1	7.1	46.4
	73000000	1	3.6	3.6	50.0
	80000000	1	3.6	3.6	53.6
	92000000	1	3.6	3.6	57.1
	100000000	2	7.1	7.1	64.3
	105500000	1	3.6	3.6	67.9
	106000000	1	3.6	3.6	71.4
	115700000	1	3.6	3.6	75.0
	120000000	1	3.6	3.6	78.6
	135400000	1	3.6	3.6	82.1
	136000000	1	3.6	3.6	85.7
	138200000	1	3.6	3.6	89.3
	140000000	1	3.6	3.6	92.9
	144560000	1	3.6	3.6	96.4
	280000000	1	3.6	3.6	100.0

modal saatini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30000000	1	3.6	3.6	3.6
	42000000	1	3.6	3.6	7.1
	48000000	1	3.6	3.6	10.7
	54000000	1	3.6	3.6	14.3
	56000000	1	3.6	3.6	17.9
	58000000	1	3.6	3.6	21.4
	60000000	1	3.6	3.6	25.0
	60500000	1	3.6	3.6	28.6
	62400000	1	3.6	3.6	32.1
	63000000	1	3.6	3.6	35.7
	66000000	1	3.6	3.6	39.3
	70000000	2	7.1	7.1	46.4
	73000000	1	3.6	3.6	50.0
	80000000	1	3.6	3.6	53.6
	92000000	1	3.6	3.6	57.1
	100000000	2	7.1	7.1	64.3
	105500000	1	3.6	3.6	67.9
	106000000	1	3.6	3.6	71.4
	115700000	1	3.6	3.6	75.0
	120000000	1	3.6	3.6	78.6
	135400000	1	3.6	3.6	82.1
	136000000	1	3.6	3.6	85.7
	138200000	1	3.6	3.6	89.3
	140000000	1	3.6	3.6	92.9
	144560000	1	3.6	3.6	96.4
	280000000	1	3.6	3.6	100.0
Total		28	100.0	100.0	

laba per tahun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12000000	2	7.1	7.1	7.1
	19000000	1	3.6	3.6	10.7
	19700000	1	3.6	3.6	14.3
	20000000	2	7.1	7.1	21.4
	22000000	1	3.6	3.6	25.0
	25800000	1	3.6	3.6	28.6
	26500000	1	3.6	3.6	32.1
	26800000	1	3.6	3.6	35.7
	27000000	2	7.1	7.1	42.9
	28000000	1	3.6	3.6	46.4
	30000000	2	7.1	7.1	53.6
	31000000	1	3.6	3.6	57.1
	33000000	1	3.6	3.6	60.7
	33600000	2	7.1	7.1	67.9
	35000000	1	3.6	3.6	71.4
	36000000	2	7.1	7.1	78.6
	42000000	1	3.6	3.6	82.1
	45000000	1	3.6	3.6	85.7
	48000000	2	7.1	7.1	92.9
	50000000	1	3.6	3.6	96.4
	52750000	1	3.6	3.6	100.0
Total		28	100.0	100.0	



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)

Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang, Telp. (024)8508015,
Fax. 8508015, e mail : fe@unnes.ac.id

Nomor : 1737/UN37.1.7/PP/2012
Hal. : Ijin observasi

13 September 2012

**Yth. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pati -
Jl. P Sudirman KM 3 Pati**

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

Nama : Budi Kumala Dewi
NIM : 7350408045
Prodi/Jur. : Manajemen/Manajemen Keuangan, S1
Semester : Genap, 2011/2012
Tema : "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati"

Bermaksud akan menyusun skripsi, berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diijinkan untuk dapat melakukan observasi di perusahaan yang Saudara pimpin.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih



Tembusan Yth.
Pembantu Dekan Bid. Akademik
FE UNNES

Dr. G. Martono, M. Si
NIP. 196603081989011001

FM-05-AKD-24

Lampiran 9



**PEMERINTAH KABUPATEN PATI
KANTOR PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

Jalan Panglima Sudirman Nomor 26 Kode Pos 59113 P A T I

Telp (0295) 381127

http :// www.litbangpatikab.go.id

Fax (0295) 386014

e-mail : sekretariat@litbangpatikab.go.id

SURAT REKOMENDASI

PENELITIAN / RESEARCH / KEGIATAN SEJENISNYA

Nomor: R/070 /368/2012

- I. DASAR HUKUM** : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
2. Peraturan Bupati Pati Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pedoman Penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan di Kabupaten Pati.
- II. MENUNJUK SURAT DARI** : Universitas Negeri Semarang Fakultas Ekonomi.
Nomor : 1737/UN37.1.7/PP/ 2012
Tanggal : 13 September 2012
Perihal : Permohonan Izin Penelitian
- III.** Kepala Kantor Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Pati menyatakan TIDAK KEBERATAN atas pelaksanaan penelitian / *research* / kegiatan sejenisnya dalam wilayah Kabupaten Pati yang akan dilaksanakan oleh :
1. Nama : **BUDI KUMALA DEWI.**
 2. Alamat : Desa Sarirejo RT 14/VII Pati.
 3. Pekerjaan : Mahasiswa
 4. Bermaksud melaksanakan : penelitian dengan judul :

“ IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PENGARUHNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA UKM BATIK BAKARAN DI KOTA PATI.”
 5. Penanggung Jawab : Dr. S. Martono, M.Si.
 6. Lokasi : DISPERINDAG Kab. Pati.
- IV.** Dengan ketentuan sebagai berikut :
- a. Yang bersangkutan wajib menaati tata tertib dan norma-norma yang berlaku di daerah setempat.
 - b. Sebelum melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus terlebih dahulu melaporkan diri kepada Kepala Wilayah / Desa setempat.
 - c. Setelah selesai melaksanakan penelitian **wajib** menyerahkan hasilnya 1 eksemplar kepada Kepala Kantor Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Pati.
- V.** Surat Rekomendasi ini berlaku dari : tanggal **17 September s.d. 17 Oktober 2012.**

Dikeluarkan di : P A T I

Pada Tanggal : 17 September 2012

An. BUPATI PATI

KEPALA KANTOR PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

KABUPATEN PATI

u.b.

Kasir Janggan Penelitian



PARYADI

Penata Tingkat I

NIP.19690303 199803 1 005

TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Bupati Pati (sebagai laporan);
2. Kepala DISPERINDAG Kab. Pati.

Lampiran 10



PEMERINTAH KABUPATEN PATI
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
 Jalan P. Sudirman Km. 3 Telepon / Faks. (0295) 381473
P A T I

Kode Pos 59163

Pati, 18 September 2012

Nomor : 530/1644
 Lampiran :
 Perihal : PEMBERIAN REKOMENDASI

Kepada :
 Yth. **UKM Batik Bakaran**
 di
JUWANA

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor : 1740/UN37.1.7/PP/2012 tanggal 14 September 2012 perihal Ijin Penelitian dengan ini diberikan rekomendasi kepada:

Nama : **Budi Kumala Dewi**
 NIM : 735040845
 Prodi/Jur. : Manajemen/Manajemen Keuangan, SI
 Semester : Genap, 2011/2012

Untuk melakukan penelitian di UKM Batik di Wilayah Kabupaten Pati dengan tema :

” Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati.”

Demikian Surat Rekomendasi ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Tembusan Kepada Yth.
Dekan Bid. Akademik FE UNNES

An.Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan
 Kabupaten Pati
 Sekretaris



Muh. Ziaeni, SH,MM
 Pembina Tk. I
 NIP. 19580104 198003 1 009