

**ANALISIS KOMITMEN CSR PERUSAHAAN PUBLIK SEKTOR
MANUFAKTUR**

SKRIPSI

Oleh:
MUHAMMAD FAWWAZ AZMI DZULFIKRI
NIM. G72215017



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SURABAYA
2019**

**ANALISIS KOMITMEN CSR PERUSAHAAN PUBLIK SEKTOR
MANUFAKTUR**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu
Akuntansi**

Oleh:
MUHAMMAD FAWWAZ AZMI DZULFIKRI
NIM. G72215017

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi
Surabaya
2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Muhammad Fawwaz Azmi Dzulfikri
NIM : G72215017
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Komitmen CSR Perusahaan Publik Sektor Manufaktur

Dengan benar dan kesungguhan menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang disitusi sumbernya.

Surabaya, 8 Juli 2019



Saya yang menyatakan,

Muhammad Fawwaz Azmi Dzulfikri

NIM. G72215017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "Analisis Komitmen CSR Perusahaan Publik Sektor Manufaktur" yang ditulis oleh Muhammad Fawwaz Azmi Dzulfikri / NIM. G72215017 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 8 Juli 2019

Pembimbing,



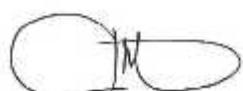
Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D
NIP. 196703111992031003

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Fawwaz Azmi Dzulfikri NIM. G72215017 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, tanggal 15 Juli 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Akuntansi.

Majelis Munaqasah Skripsi

PENGUJI I



Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin, Ph.D
NIP. 196703111992031003

PENGUJI II



Abdul Hakim, M.E.I
NIP. 1970008042005011003

PENGUJI III



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031003

PENGUJI IV



Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI
NIP. 20160311

Surabaya, 22 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel





**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD FAWWAZ AZMI DZULFIKRI
NIM : G72215017
Fakultas/Jurusan : FEBI / AKUNTANSI
E-mail address : muhfaw.cpa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Komitmen CSR Perusahaan Publik Sektor Manufaktur

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Juli 2019

Penulis

(Muhammad Fawwaz Azmi Dzulfikri)
nama terdng dan tanda tangan

ANALISIS KOMITMEN CSR PERUSAHAAN PUBLIK SEKTOR

MANUFAKTUR

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah praktik bisnis yang berkembang, mencakup pembangunan berkelanjutan menjadi model bisnis perusahaan. CSR memiliki dampak positif pada sosial, ekonomi dan lingkungan. Namun, analisis komprehensif komitmen CSR masih belum mendapat perhatian besar dari para ahli ekonomi dan manajemen khusus di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komitmen dan *concern* (perhatian) CSR perusahaan publik sektor manufaktur di Indonesia.

Metodologi yang digunakan ialah kualitatif *grounded theory*. Melalui *purposive sampling* didapatkan 149 dari 160 perusahaan (65 perusahaan sektor industri dasar dan kimiawi, 44 barang konsumen, dan 40 aneka ragam industri). Pengumpulan data dilakukan melalui akses laman web bursa efek Indonesia dengan cara mengunduh laporan tahunan periode 2017 perusahaan sampel. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan metode kualitatif *grounded theory* berbantuan perangkat lunak QSR®Nvivo.

Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa perusahaan publik sektor manufaktur memiliki enam tema yang merepresentasikan komitmen terhadap CSR, yaitu *corporate commitment to be best practice, customer orientation, corporate ethics, developing stakeholders, maximizing shareholders value*, dan *humanity*. Sedangkan penekanan perhatian CSR perusahaan sektor manufaktur mencakup penegakan *good corporate governance* (GCG) (mis., PT. Pan Brothers Tbk.); orientasi pelanggan (mis., PT. Martina Berto Tbk.); menciptakan reputasi organisasi yang baik (mis., PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk.); membangun kesejahteraan bagi pemangku kepentingan (mis., PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.); menumbuhkan profit (mis., PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.); dan mendukung aspek kemanusiaan dalam aktivitas bisnisnya (mis., PT. Argo Pantex Tbk.).

Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah melalui penyediaan data baru mengenai komitmen dan *concern* CSR perusahaan manufaktur. Penelitian selanjutnya dapat berfokus pada tema baru berkaitan dengan konsentrasi operasi bisnis dari masing-masing sektor perusahaan publik dihubungkan dengan aktivitas praktis CSRnya.

Kata Kunci: CSR, komitmen, penekanan, *grounded theory*, *purposive sampling*, QSR®Nvivo.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	4
1. Identifikasi Masalah:	4
2. Batasan Masalah:	4
3. Rumusan Masalah	5
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	5
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Hasil Penelitian	9
G. Definisi Operasional	9
H. Daftar Istilah	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KERANGKA TEORETIS	12
A. Landasan Teori	12
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	12
2. Stratejik CSR	13
a. Prosesi dalam Manajemen Stratjik	13
b. Media Publikasi	14
c. Pendekatan Stakeholders	15
3. Pernyataan Visi & Misi Merefleksikan CSR	17
a. Definisi Pernyataan Visi dan Misi	17

b. Pernyataan Visi dan Misi Merefleksikan CSR	18
4. Komitmen CSR	19
5. Kata Kunci Terkait CSR	20
a. Eksplorasi Brown dan Deegan berikut Kamal dan Deegan	20
b. Eksplorasi <i>Mansi et al</i>	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
1. Penelitian Kualitatif.....	23
2. <i>Grounded Theory</i>	23
B. Jenis Data.....	25
1. Sumber Data.....	25
2. Populasi dan Sampel	25
a. Populasi	25
b. Sampel	27
3. Teknik Pengumpulan Data	28
4. Teknik Pengolahan & Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan	55
1. <i>Corporate Commitment to be Best Practice</i>	55
2. <i>Customer Orientation</i>	57
3. <i>Corporate Ethics</i>	59
4. <i>Developing Stakeholders</i>	61
5. <i>Maximizing Shareholders Value</i>	63
6. <i>Humanity</i>	65
C. Interpretasi	67
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

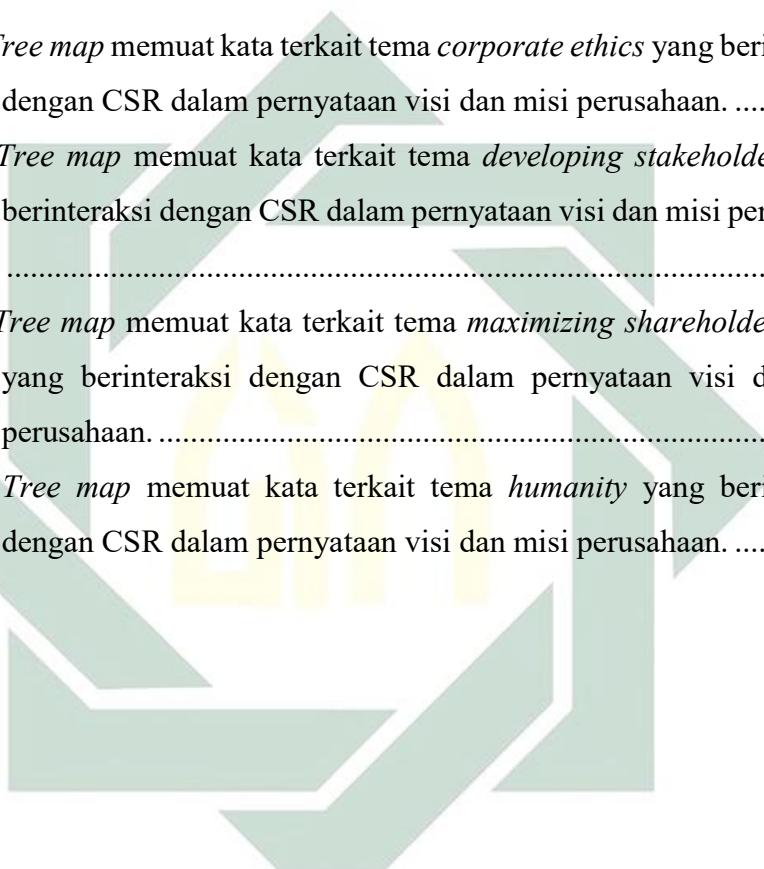
Tabel 4.1 Daftar perusahaan yang berkomitmen untuk senantiasa berkomitmen kuat untuk <i>concern</i> terhadap subtema	42
Tabel 4.2 Pernyataan visi dan misi perusahaan dengan skor teratas dari keenam tema yang diusung.	52
Tabel 4.3 Pernyataan visi dan misi PT. Pan Brothers Tbk.	57
Tabel 4.4 Pernyataan visi dan misi PT Martina Berto Tbk.....	59
Tabel 4.5 Pernyataan visi dan misi PT Tiga Pilar Sejahtera Tbk.....	61
Tabel 4.6 Pernyataan visi dan misi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	63
Tabel 4.7 Pernyataan visi dan misi PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.....	65
Tabel 4.8 Pernyataan visi dan misi PT. Argo Pantex Tbk.....	66
Tabel 4.9 Perubahan Judul dan Rumusan Masalah Penelitian.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>corporate commitment to be best practice</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.....	36
Gambar 4.2 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>customer orientation</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.....	37
Gambar 4.3 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>corporate ethics</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.....	38
Gambar 4.4 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>developing stakeholders</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.....	39
Gambar 4.5 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>maximizing shareholders value</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.....	40
Gambar 4.6 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>humanity</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.....	41
Gambar 4.7 <i>Numbers of words coded</i> berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema <i>corporate commitment to be best practice</i>	46
Gambar 4.8 <i>Numbers of words coded</i> berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema <i>customer orientation</i>	47
Gambar 4.9 <i>Numbers of words coded</i> berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema <i>corporate ethics</i>	48
Gambar 4.10 <i>Numbers of words coded</i> berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema <i>developing stakeholders</i>	49
Gambar 4.11 <i>Numbers of words coded</i> berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema <i>maximizing shareholders value</i>	50
Gambar 4.12 <i>Numbers of words coded</i> berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema <i>humanity</i>	51

Gambar 4.13 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>corporate commitment to be best practice</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.	56
Gambar 4.14 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>customer orientation</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.	58
Gambar 4.15 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>corporate ethics</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.	60
Gambar 4.16 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>developing stakeholders</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.	62
Gambar 4.17 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>maximizing shareholders value</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.	64
Gambar 4.18 <i>Tree map</i> memuat kata terkait tema <i>humanity</i> yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan kekinian semakin dituntut menyediakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena berbagai faktor seperti persaingan pasar bebas atau dikenal masyarakat ekonomi asean (MEA),¹ perdagangan internasional yang menyebabkan tensi meningkat seperti perang dagang Amerika Serikat dan China,² dan isu-isu kritis lingkungan alami.³ Kedua hal tersebut menuntut perusahaan harus semakin kompetitif,⁴ dengan membangun kepercayaan masyarakat salah satu caranya melalui komunikasi komitmen CSR,⁵ salah satunya komunikasi melalui pernyataan visi dan misi perusahaan.⁶

Teoh dan Thong menyebutkan semakin besar ukuran perusahaan mencerminkan semakin luas komitmen CSR yang dibuat perusahaan.⁷ Hal ini cukup menarik diteliti karena menurut mereka ukuran suatu perusahaan berhubungan erat dengan komitmen CSR yang dibuat perusahaan. Namun Teoh

¹ Humphrey Wangke, "Peluang Indonesia Dalam Masyarakat Ekonomi Asean 2015," *Info singkat hubungan internasional* 6, no. 10 (May 2014): 5–8.

² Novi Puji Lestari, "Perang dagang AS vs China bagi Indonesia," *Malang Post* (Malang, July 12, 2018), sec. Opini.

³ Vania Zulfa et al., "Isu-Isu Kritis Lingkungan Dan Perspektif Global," *Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan* 5, no. 1 (June 20, 2015): 29–40.

⁴ Aykan Candemir and Ali Erhan Zalluhoğlu, "Exploring the Innovativeness and Market Orientation Through Mission and Vision Statements: The Case of Istanbul Stock Exchange Companies Aykan," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99 (2013): 619–628.

⁵ William B. Werther and David Chandler, "Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance," *Business Horizons* 48, no. 4 (July 2005): 317–324.

⁶ Mansi Mansi, Rakesh Pandey, and Ehtasham Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises: Evidence from India," *Managerial Auditing Journal* 32, no. 4/5 (April 4, 2017): 356–377.

⁷ Hai-Yap Teoh and Gregory Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting: An Empirical Study in a Developing Country," *Accounting, Organizations and Society* 9, no. 2 (1984): 189–206.

dan Thong tidak menyebutkan dimana letak komitmen CSR yang dibuat perusahaan itu ditempatkan. Hal ini tentunya telah dilengkapi oleh penelitian Mansi et al mereka menyebutkan bahwa komitmen CSR itu ditempatkan pada pernyataan visi dan misi perusahaan.

Terdapat ragam definisi terkait CSR. Peneliti bersandar pada definisi CSR yang *proper* dengan penelitian ini karya Schiebel & Pöchtrager. Mereka berargumen bahwa mengelola enam kunci dimensi CSR diantaranya meliputi pelanggan, karyawan, *partner* bisnis, lingkungan, komunitas, dan investor merupakan pengertian CSR.⁸

Untuk menganalisa komitmen CSR digunakan pendekatan teori stakeholder.⁹ Stakeholder didefinisikan sebagai kelompok atau individu yang dipengaruhi oleh pencapaian suatu organisasi atau yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi.¹⁰ Penyediaan CSR tidak bisa dilepaskan dari pelayanan perusahaan pada *stakeholdersnya* mencakup karyawan, pemegang saham, kreditor, pelanggan, pemasok, kompetitor dan komunitas tempat dimana organisasi beroperasi.¹¹

⁸ Walter Schiebel and Siegi Pöchtrager, "Corporate Ethics as a Factor for Success – the Measurement Instrument of the University of Agricultural Sciences (BOKU), Vienna," *Supply Chain Management: An International Journal* 8, no. 2 (October 23, 2000), accessed January 20, 2019, <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/13598540310468715>.

⁹ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

¹⁰ R Edward Freeman, "Stakeholder Theory of the Modern Corporation," *General issues in business ethics* (1984).

¹¹ Ray H Garrison et al., *Managerial Accounting*, Canadian Edition 10 (Canada: McGraw-Hill Ryerson, 2015).

Argumentasi peneliti menggunakan laporan tahunan periode 2017 ialah untuk mengangkat momentum *Paris Climate Agreement* (PCA),¹² yang telah disepakati oleh 196 negara yang mulai efektif berlaku tahun 2017 di mana Indonesia termasuk salah-satu diantaranya yang telah turut serta sejak Nopember 2016.¹³ Terdapat ceruk berupa tahun buku periode 2017 sebagai peluang untuk diteliti. PCA bertujuan untuk melawan krisis perubahan iklim melalui rencana menjaga suhu atas *global warming* dengan baik dibawah 2°C.¹⁴ Sebagai motivasi perusahaan untuk berkomitmen terhadap CSR.

Penggunaan visi dan misi untuk mengeksplor komitmen CSR sejauh mana peran perusahaan dalam memenuhi harapan *stakeholders*. Mengikuti tradisi penelitian Mansi et al.¹⁵ dan Teoh dan Thong,¹⁶ Peneliti tertarik meneliti ragam komitmen CSR berbasis visi dan misi pada laporan tahunan periode tahun 2017 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia.

¹² WWF Foundation, “Paris Climate Agreement,” [Https://Www.Worlwide.Org/](https://www.worldwildlife.org/), <https://www.worldwildlife.org/pages/paris-climate-agreement>.

¹³ Wikipedia The Free Encyclopedia, "List of Parties to the Paris Agreement," https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_parties_to_the_Paris_Agreement.

¹⁴ Foundation, “Paris Climate Agreement.”

¹⁵ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

¹⁶ Teoh and Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting."

B. Identifikasi Dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah:

Kompetisi pada dunia usaha menimbulkan efek industrialisasi yang menyebabkan *global warming*. Tercermin pada inisiatif negara perserikatan uni eropa untuk mengadakan langkah strategis melalui *Paris summit* guna setiap negara berkomitmen untuk mereduksi efek negatif *global warming*.

Indonesia sebagai salah satu diantara beragam negara di dunia yang turut serta mendukung program tersebut. Hal ini membuat *inherent effect* terhadap perusahaan yang ada di Indonesia, terkhusus perusahaan publik yang bergerak di sektor pabrikasi atau *manufacturing*.

Inherent effect tersebut menciptakan motivasi perusahaan publik secara umum dan perusahaan manufaktur secara khusus untuk mengkomunikasikan komitmen CSRnya. Berupa perefleksian komitmen perusahaan untuk implementasi CSR dalam pernyataan visi dan misi pada laporan tahunan perusahaan.

2. Batasan Masalah:

1. Analisis dilakukan terhadap komitmen CSR perusahaan terbatas pada pernyataan visi dan misi dalam laporan tahunan periode 2017 per 30 November 2018 sampel perusahaan manufaktur dalam penelitian ini.

2. Analisis dilakukan terbatas lingkungan teoretis pada pernyataan visi dan misi perusahaan dalam laporan tahunan periode 2017 berbantuan alat analisis QSR®Nvivo.

3. Rumusan Masalah

- 
 1. Apa tujuan perusahaan publik manufaktur periode tahun 2017 berkomitmen untuk melaksanakan CSR?
 2. Bagaimana penekanan perusahaan publik manufaktur periode tahun 2017 berkomitmen untuk melaksanakan CSR?

D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Prof. Dr. Walter Schiebel bersama DI Siegi Pöchtrager berhasil mengkonstruksi sebuah teori *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui karya mereka *Corporate Ethics as a Factor for Success – the Measurement Instrument of the University of Agricultural Sciences (BOKU) Vienna*,¹⁷ pada Oktober tahun 2000. Karya ini menjadi landasan teori CSR dalam skripsi ini.

Mansi Mansi, Rakesh Pandey, dan Ehtasham Ghauri melakukan penelitian pada BUMN India dimana mereka mengintegrasikan aktivitas CSR perusahaan tersebut dengan komitmen pernyataan visi & misi yang tertulis dalam laporan tahunannya. Penelitian mereka termuat dalam jurnal Emerald Insight tahun 2017 dengan judul *CSR focus in the mission and vision*

¹⁷ Schiebel and Pöchtrager, "Corporate Ethics as a Factor for Success – the Measurement Instrument of the University of Agricultural Sciences (BOKU), Vienna."

*statements of public sector enterprises: evidence from India.*¹⁸ Karya ini menjadi jurnal acuan dalam skripsi ini.

Samuel O. Idowu & Celine Louche sebagai penulis sekaligus editor dari kumpulan jurnal yang menjadi buku berjudul *Theory and Practice of Corporate Social Responsibility*,¹⁹ terbitan Springer, Berlin. Di dalam buku ini terdapat 14 artikel jurnal dengan penulis dan pendekatan berbeda. Karya ini menjadi landasan pendukung teori CSR Prof. Dr. Walter Schiebel & DI Siegi Pöchtrager.

R. Edward Freeman berhasil mengembangkan teori stakeholder yang ia tuangkan dalam karyanya *Stakeholder theory of the modern corporation*,²⁰ pada tahun 1984. Karya ini tidak dijadikan landasan teori, melainkan instrumen teori CSR dalam skripsi ini.

R. Edward Freeman & John McVea pada tahun 2006 tengah mengembangkan teori stakeholder berupa menghubungkan teori tersebut dengan manajemen strategik dalam *A Stakeholder Approach to Strategic Management*.²¹ Karya ini merupakan pendukung instrumen teori CSR dalam penelitian ini.

¹⁸ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

¹⁹ Samuel O. Idowu and Céline Louche, "Corporate Social Responsibility: Concluding Remarks," in *Theory and Practice of Corporate Social Responsibility*, ed. Samuel O. Idowu and Céline Louche (Berlin: Springer, 2011).

²⁰ Freeman, "Stakeholder Theory of the Modern Corporation."

²¹ R. Edward Freeman and John McVea, "A Stakeholder Approach to Strategic Management," in *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, ed. Michael A. Hitt, R. Edward Freeman, and Jeffrey S. Harrison (Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd, 2017), 183–201, accessed January 20, 2019, <http://doi.wiley.com/10.1111/b.9780631218616.2006.00007.x>.

Ray H Garrison; Theresa Libby; Alan Webb; Eric W Noreen; Peter C Brewer mereka merupakan penulis buku *Managerial Accounting*,²² yang menjadi salah satu referensi perkuliahan oleh mahasiswa Akuntansi dan Manajemen.

Pearce & David pada tahun 1987 mengkonstruksi definisi pernyataan misi dari lini bawah melalui karya mereka *Corporate Mission Statements: The Bottom Line*.²³ Peneliti menggunakan ini sebagai referensi pernyataan visi & misi.

Neal Thornberry seorang Ph.D yang berfokus pada keilmuan entrepreneurship menuliskan pandangannya mengenai pernyataan visi dalam karya nya *A View About Vision*.²⁴ Dimana satu tahun kemudian disempurnakan oleh James R. Lucas melalui pembuatan anatomi sebuah visi yang tertuang dalam karya-nya *Anatomy of Vision Statement*,²⁵ tepatnya pada tahun 1998. Kedua karya ini menjadi referensi peneliti tentang pernyataan visi dan misi.

Azaddin Salem Khalifa mengembangkan penelitian Pearce & David melalui karya nya *Three Fs for the Mission Statement: What's Next?*.²⁶ Peneliti menggunakan ini sebagai referensi pernyataan visi & misi.

²² Garrison et al., Managerial Accounting.

²³ John A. Pearce and Fred David, "Corporate Mission Statements: The Bottom Line," *Academy of Management Executive* 1, no. 2 (May 1987): 109–115.

²⁴ Neal Thornberry, "A View About Vision," *European Management Journal* 15, no. 1 (February 1, 1997): 28–34.

²⁵ James R Lucas, "Anatomy of a Vision Statement," *Management Review* (February 1998).

²⁶ Azaddin Salem Khalifa, "Three Fs for the Mission Statement: What's Next?," *Journal of Strategy and Management* 4, no. 1 (February 22, 2011): 25–43.

Andrew Santoso dalam tesisnya *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating*,²⁷ dalam menentukan ukuran perusahaan menggunakan proksi variabel total aset. Dengan landasan tesis ini, peneliti turut menggunakan total aset sebagai penentu ukuran perusahaan.

Omar Gharaibeh dalam karya nya *Interaction of Size and Momentum Effects in Jordan Firms: 2005-2014*,²⁸ berhasil mengkategorikan ukuran perusahaan menjadi tiga kategori, kecil, menengah, dan besar. Dengan landasan jurnal ini, peneliti turut menggunakan pengkategorian ukuran perusahaan berupa kecil, menengah, dan besar.

Werther dan Chandler dalam karyanya *Strategic corporate social responsibility as global brand insurance*.²⁹ Dalam karya ini memiliki *result* berupa pimpinan perusahaan yang menciptakan komitmen kepada CSR akan berdampak positif pada *profit maximization* perusahaan tersebut dalam jangka panjang.

Atas dasar penelitian terdahulu diatas, penulis memposisikan penelitian ini sebagai penelitian yang memperkuat penelitian Werther dan Chandler sekaligus menciptakan teori baru melalui enam tema CSR. Penelitian ini

²⁷ Andrew Santoso, "Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan tingkat pertumbuhan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Indonesia dengan struktur modal sebagai variabel moderating" (Management, Universitas Kristen Petra, 2015), accessed November 26, 2018, <https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detail?id=33083>.

²⁸ Omar Gharaibeh, "Interaction of Size and Momentum Effects in Jordan Firms: 2005-2014," *International Review of Management and Business Research* 4, no. 1 (2015): 121-136.

²⁹ Werther and Chandler, "Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance."

memperkuat penelitian Werther dan Chandler dengan cara membangun teori baru berupa enam tema CSR yang salah satunya ialah *profit maximization*.

E. Tujuan Penelitian

1. Secara teoretis, untuk mengeksplorasi tujuan perusahaan publik sektor manufaktur periode tahun 2017 dalam komitmennya terhadap CSR.
 2. Secara teoretis, untuk mengetahui *concern* masing-masing perusahaan publik sektor manufaktur periode tahun 2017 dalam melaksanakan CSR.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Secara teoretis, untuk mendukung atau memperlemah penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mansi et al.³⁰ dan Teoh & Thong.³¹
 2. Secara teoretis, untuk berkontribusi dalam 38 kategori CSR yang telah dilakukan penelitian sebelumnya oleh Mansi et al.³² serta Teoh & Thong.³³

G. Definisi Operasional

Komitmen CSR merupakan bentuk komunikasi strategik perusahaan yang tertuang dalam pernyataan visi dan misi perusahaan sebagai tujuan perusahaan untuk melaksanakan aktivitas CSR di masa akan datang.

³⁰ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

³¹ Teoh and Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting."

³² Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

³³ Teoh and Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting."

H. Daftar Istilah

1. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah tanggungjawab sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan atas aktivitas suatu perusahaan.
2. *Stakeholder* adalah pemangku kepentingan. Individu atau kelompok baik yang terdampak secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas suatu perusahaan.
3. Pernyataan visi & misi adalah sebuah komitmen suatu perusahaan yang menjadi pedoman dalam kebijakan strategisnya.
4. Laporan tahunan adalah ringkasan aktivitas empiris suatu perusahaan yang memuat laporan aktivitas umum hingga laporan keuangan perusahaan dalam periode satu tahun.
5. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah lembaga yang bertanggungjawab atas segala aktivitas jual-beli emisi efek di wilayah Republik Indonesia.
6. Perusahaan publik sektor manufaktur ialah badan usaha perseroan terbatas terbuka yang melaksanakan kegiatan pabrikasi sebagai *core* aktivitas bisnis.
7. NVivo adalah perangkat lunak. Yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data kualitatif.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Membahas pendahuluan yang memuat uraian tentang latar belakang, identifikasi dan Batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional.

Bab II Kajian Pustaka

Membahas kajian pustaka yang berisi landasan teori, penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian

Membahas metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, jenis data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Menguraikan hasil analisis berbantuan perangkat lunak QSR®Nvivo beserta paragraf deskripsiannya.

Bab V Penutup

Membahas kesimpulan hasil penelitian dan saran penelitian berikutnya.

BAB II

KERANGKA TEORETIS

A. Landasan Teori

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Walter Schiebel.³⁴ CSR adalah bagaimana untuk mengelola enam kunci dimensi CSR berikut diantaranya pelanggan, karyawan, *partner bisnis*, lingkungan, komunitas dan *investor*.

Menurut temuan Žukauskas et al.³⁵ Pertama, CSR adalah upaya sukarela bisnis untuk memasukkan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam keseluruhan kegiatan dan hubungan organisasi dengan para pemangku kepentingan. Kedua, CSR adalah strategi bisnis perubahan cepat yang merupakan respons terhadap globalisasi dan ekspansi global perusahaan multinasional. Ketiga, CSR adalah bagian dari budaya organisasi serta nilai-nilai yang ada dalam organisasi, CSR telah merealisasikan komitmen normatif, nilai, dan kewajiban. CSR mensyaratkan inovasi berkelanjutan dan penciptaan nilai yang mana menyediakan peluang untuk berbagi pengetahuan.

³⁴ Schiebel and Pöchtrager, "Corporate Ethics as a Factor for Success – the Measurement Instrument of the University of Agricultural Sciences (BOKU), Vienna."

³⁵ Pranas Žukauskas, Jolita Vveinhardt, and Regina Andriukaitienė, "Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders," *Management culture and corporate social responsibility* 3 (2018).

2. Stratejik CSR

Menurut Yusuf Wibisono dalam bukunya,³⁶ perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang strategik dan keberlanjutan akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Prosesi dalam manajemen stratejik menjelaskan tentang penempatan stratejik CSR ke dalam bagian proses perumusan strategi perusahaan. Media publikasi berbicara tentang media dimana CSR di komunikasikan dengan *stakeholders* perusahaan. Berikut diuraikan dalam paragraf-paragraf di bawah ini.

a. Prosesi dalam Manajemen Stratjik

Dalam proses perencanaan strategis, organisasi menetapkan tolok ukur, peta jalan, dan tujuan sementara mereka atau sebuah status yang di cita-citakan untuk diraih. Untuk membuat aspirasi tersebut jelas dan selaras dengan kebutuhan pemangku kepentingan sambil memberikan arahan di masa depan, organisasi membuat pengungkapan sukarela dalam pernyataan visi dan misinya.³⁷

³⁶ Yusuf Wibisono, *Membedah konsep dan aplikasi Corporate Social Responsibility* (Gresik: Fascho Publishing, 2007).

³⁷ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

Dalam buku Manajemen Stratejik diurakan, ahli strategi harus menguji masalah sosial dalam hal potensi biaya-biaya yang akan timbul beserta manfaatnya bagi perusahaan dan fokus pada isu-isu sosial yang paling menguntungkan perusahaan.³⁸ Salah satu informasi yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan perusahaan adalah informasi tentang CSR.³⁹

Misalnya melalui *Sustainability Report* atau Laporan Keberlanjutan, dalam laporan ini diungkapkan kepada pemegang saham bagaimana operasi perusahaan berdampak pada lingkungan alami. Laporan Keberlanjutan memuat informasi tentang ketenagakerjaan perusahaan, sumber daya produk, efisiensi energi, dampak lingkungan, dan praktik etika bisnis.⁴⁰ Berikutnya diutarakan media apa yang dipakai untuk pengungkapan CSR. Laporan keberlanjutan adalah *add-on* dari laporan utama berupa *Annual report* atau laporan tahunan.

b. Media Publikasi

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan

³⁸ Fred R. David and Forest R. David, *Strategic Management. A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, 16th ed., Global Edition (Pearson, 2017).

³⁹ Nadiah Lutfi Wakid, Iwan Triyuwono, and Prihat Assih, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi* 4, no. 1 (September 12, 2013), accessed January 24, 2019, <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/el-muhasaba/article/view/2329>.

⁴⁰ David and David, *Strategic Management*.

adalah melalui Laporan Tahunan perusahaan yang diterbitkan oleh perusahaan.⁴¹

Hal ini di amanatkan oleh dua regulasi, pertama sebagaimana diatur dalam Pasal 74, Bab V, Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT).⁴² Kedua, diurakan dalam Peraturan Pemerintah (PP) No.47 Tahun 2012.⁴³

Dalam UU PT dideskripsikan secara garis besar kemudian melalui PP 47 Tahun 2012 diurakan secara detail tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

Khususnya bagi industri, faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.⁴⁴

c. Pendekatan Stakeholders

Kemudian dalam buku Esensi Manajemen Stratejik diurakan CSR dengan suatu pendekatan bernama *Stakeholders*, bagian penting dari prosesi perumusan strategi adalah memastikan bahwa perusahaan memelihara dukungan dari kunci

⁴¹ Wakid, Triuwono, and Assih, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia."

⁴² Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, n.d.

⁴³ Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012, n.d.

⁴⁴ Wakid, Triuwono, and Assih, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia."

konstituensi atau pemangku kepentingan yang padanya itu bergantung pada fungsinya dan utamanya kelangsungan hidup.⁴⁵

Pada kalimat berikutnya dilanjutkan pengertian *A Company's Stakeholders* atau pemangku kepentingan perusahaan.

Pemangku kepentingan perusahaan merupakan individual atau sekelompok orang dengan kepentingan, klaim, atau pertaruhan di dalam perusahaan, dalam apa yang dilakukan perusahaan, maupun seberapa baik kinerja perusahaan. Pemangku kepentingan dibagi menjadi dua, pemangku kepentingan internal dan pemangku kepentingan eksternal.⁴⁶

Pemangku kepentingan internal merupakan para pemegang saham dan para pekerja termasuk eksekutif perusahaan, manajer lainnya, dan dewan direksi dan komisaris. Sedangkan pemangku kepentingan eksternal merupakan semua individual dan sekelompok orang yang mempunyai klaim dalam perusahaan. Sekelompok orang yang dimaksud adalah pelanggan, pemasok, kreditur termasuk bank dan pemilik obligasi, pemerintah, serikat pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat umum.⁴⁷

⁴⁵ Charles W L Hill and Gareth R Jones, *Essentials of Strategic Management*, 3rd ed. (Mason: Cengage Learning, 2012).

46 Ibid.

47 Ibid.

3. Pernyataan Visi & Misi Merefleksikan CSR

a. Definisi Pernyataan Visi dan Misi

Sedikitnya terdapat dua definisi pernyataan visi, pertama adalah gambaran atau pandangan masa depan, sesuatu yang belum nyata, tapi diimajinasikan.⁴⁸ Kedua, adalah anggaran dasar organisasi, nilai-nilai inti dan prinsip-prinsip hulu untuk prioritas organisasi, perencanaan dan tujuan, penarik ke masa depan, tekad dan publikasi unifikasi identitas, dan deklarasi saling ketergantungan.⁴⁹

Dengan dua landasan definisi diatas dan keterbatasan ilmu, peneliti mencoba merangkumnya sebagai pernyataan visi merupakan deklarasi komitmen meraih masa depan, prioritasasi tujuan, dan aktualisasi tekad yang sedang diimajinasikan saat ini.

Berikutnya adalah pernyataan misi. Ringkasnya terdapat tiga definisi pernyataan misi, pertama adalah milestone menuju realisasi sebuah visi.⁵⁰ Kedua, adalah pernyataan tujuan yang bertahan lama yang membedakan satu bisnis dari bisnis sejenis lainnya. Pernyataan misi mengidentifikasi ruang lingkup operasi perusahaan dalam hal ketentuan produk dan pasar.⁵¹ Ketiga, memiliki cakupan luas, ini menyajikan generasi dan

⁴⁸ Thornberry, “A View About Vision.”

⁴⁹ Lucas, "Anatomy of a Vision Statement."

⁵⁰ Thornberry, "A View About Vision."

⁵¹ David and David, *Strategic Management*.

pertimbangan berbagai tujuan dan strategi alternatif karena tidak terlalu menghambat kreativitas manajemen.⁵² Atas dasar tiga landasan definisi misi diatas dan kerendahan ilmu yang dimiliki, peneliti merangkum tiga definisi tersebut menjadi pernyataan misi sebagai jalan untuk meraih visi yang memiliki *value-added* dan langkah taktis menuju orientasi masa depan.

b. Pernyataan Visi dan Misi Merefleksikan CSR

Sebagaimana penelitian-penelitian sebelumnya seperti Werther dan Chandler,⁵³ Mansi et al.⁵⁴ dan Teoh dan Thong,⁵⁵ yang berhasil mengintegrasikan CSR dengan strategik perusahaan,⁵⁶ kemudian pengkomunikasian CSR memengaruhi *brand* perusahaan,⁵⁷ hingga besar-kecilnya perusahaan mencerminkan keluasan komitmen CSR perusahaan.⁵⁸ Penelitian ini bermaksud untuk melestarikan budaya penelitian-penelitian sebelumnya berupa mengintegrasikan besar-kecilnya perusahaan dengan komitmen CSR dalam strategik pernyataan visi dan misi perusahaan.

⁵² Pearce and David, "Corporate Mission Statements."

⁵³ Werther and Chandler, "Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance."

⁵⁴ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

⁵⁵ Teoh and Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting."

⁵⁶ Werther and Chandler, "Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance."

⁵⁷ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

⁵⁸ Teoh and Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting."

Point of the linenya ialah pernyataan visi dan misi sebagai cerminan strategi dan aspirasi organisasi yang paling terlihat yang dapat membuat para *stakeholders* memvisualisasikan komitmen organisasi terhadap masyarakat dan lingkungan.⁵⁹ Sejalan dengan penelitian Pearce dan David,⁶⁰ karena pernyataan visi dan misi merupakan cerminan organisasi yang paling terlihat, membuat penelitian *Mansi et al* menitikkan pentingnya pernyataan visi dan misi untuk di berikan kepada komitmen CSR dalam proses perumusan stratejik.⁶¹

4. Komitmen CSR

CSR terdiri dari beragam aktivitas, meliputi praktik etis dan transparansi bisnis, kondisi kerja yang aman, peduli kepada lingkungan, kesejahteraan lingkungan, kepatuhan terhadap hak asasi manusia, membangkitkan kesadaran tentang pengembangan dan mendukung isu-isu sosial dan lingkungan.⁶²

Wakid et al menuturkan,⁶³ sejauh ini terdapat tiga cara perusahaan memandang CSR. Pertama, sebagai strategi perusahaan yang pada akhirnya mendatangkan keuntungan. Kedua, sebagai

⁵⁹ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

⁶⁰ Pearce and David, "Corporate Mission Statements."

⁶¹ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

62 Ibid.

⁶³ Wakid, Triuwono, and Assih, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia."

compliance atau kepatutan karena nantinya ada hukum yang memaksa penerapannya. Ketiga, *beyond compliance* atau yang melakukannya karena perusahaan merasa sebagai bagian dari komunitas.

5. Kata Kunci Terkait CSR

a. Eksplorasi Brown dan Deegan berikut Kamal dan Deegan

Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Craig Deegan dalam Mansi et al,⁶⁴ berhasil mengumpulkan dua puluh kata kunci CSR yang secara luas mencakup beragam praktik CSR, diantaranya *sustainable* termasuk *sustainable development, social responsibility, environment, conservation* termasuk *energy, nature, resources* atau yang terkait, *safety* termasuk *safe working conditions, moral, ethical, best practices* atau *good practices, protection* termasuk *environment, natural resources, responsibility, stakeholders, corporate citizenship, green* termasuk *energy* dan *production, people* termasuk *employees, community* termasuk *society* atau yang terkait, *governance, health* termasuk *employees, consumers, suppliers, diversity, dan rights* termasuk *human rights, employee rights.*

⁶⁴ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

b. Eksplorasi *Mansi et al*

Mansi mansi bersama kedua peneliti berhasil menemukan 74 kata kunci terkait CSR,⁶⁵ diantaranya *environment, growth of the community, renewable energy, clean development, community, environment friendly, eco-friendly, sustainable growth, safety, conservation, environmentally, stakeholders, employees, social sector initiatives, sustainable, sustainable future development, customers, shareholders, environmental responsibility, socially responsible, social responsibilities, best engineering practices, ethics, ecology, habitat development, best practices, renewable sources, economic status, backward classes, self-employment, diversity, social conditions, social, poverty, backward sections amongst minorities, depressed social condition, to fight poverty, health, solar energy, social importance, transparent, people, society, socio-economic development, green, corporate governance, ecological, preservation, water resources, sustainable contribution, environmentally, societal building, lives of employees, best of services, clean, safe working conditions, standards of excellence, flora and fauna, heritage, social commitments, human resources, corporate social responsibility, care for employees, environment conscience, pollution free, social values, ecological balance, mutual benefit, mutual trust,*

⁶⁵ Ibid.

wealth from waste, respected corporate citizen, excellence in all its activities, nurture human resource.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Penelitian Kualitatif

Dalam penelitian ini, metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Bazeley dalam bukunya,⁶⁶

“Qualitative research focuses on the latter by covering term for a variety of approaches to research that tend to focus on qualities of things more than their quantity.”

Meliputi kualitatif deskriptif, komparatif, analisis pola, *grounded theory* serta evaluasi.⁶⁷ Penulis menggunakan penelitian *grounded theory*.

2. *Grounded Theory*

Kathy Charmaz mendefinisikan metode *grounded theory* sebagai,⁶⁸

“Grounded theory methods consist of systematic, yet flexible guidelines for collecting and analyzing qualitative data to construct theories ‘grounded’ in the data themselves.”

⁶⁶ Pat Bazeley, *Qualitative Data Analysis. Practical Strategies*, First Edition. (Chennai: Sage Publications, 2013).

⁶⁷ Pat Bazeley and Kristi Jackson, *Qualitative Data Analysis with NVivo*, Second edition. (London: Sage Publications, 2013).

⁶⁸ Kathy Charmaz, in *Constructing Grounded Theory* (London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006), p.2.

Charmaz menambahkan, metode *grounded theory* akan membantu penulis untuk memulai, terlibat dalam penelitian, dan menyelesaikan sebuah penelitian. Dengan cara mengadaptasi metode *grounded theory*, Charmaz berargumentasi bahwa penulis dapat mengelola dan mempersingkat pengumpulan data secara langsung serta bagaimanapun penulis dapat mengkonstruksi sebuah analisis orisinal atas data.

Charmaz berpandangan, metode *grounded theory* merupakan sebuah set prinsipal dan praktis, Ia juga menekankan garis pedoman penelitian yang fleksibel. Maka dari itu, Charmaz berpendapat bahwa metode *grounded theory* dapat menyempurnakan sebuah penelitian meskipun terdapat pendekatan lainnya dalam analisis data kualitatif.⁶⁹

Dalam rangka mengkonstruksi *grounded theory*, Charmaz memulainya dengan pengumpulan data dan diakhiri dengan menulisis analisis dengan cara merefleksikan seluruh proses ke dalam penelitian. Ia menilai metode *grounded theory* sebagai pendirian sebuah *craft*.⁷⁰ Charmaz paling tidak merangkum proses *grounded theory* atas tujuh langkah, diantaranya, 1) *gathering rich data*; 2) *coding*; 3) *memo-*

⁶⁹ Kathy Charmaz, in *Constructing Grounded Theory* (London; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006), p.9.

⁷⁰ Kathy Charmaz, in *Constructing Grounded Theory* (London; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006), p.10.

writing; 5) theoretical sampling; 6) reconstructing theory; dan 7) reflecting on the process.⁷¹

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan periode tahun 2017 perusahaan publik sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1. Sumber Data

Data dalam penelitian ini didapat melalui rilis laman resmi Bursa Efek Indonesia <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa perusahaan manufaktur. Bursa Efek Indonesia mengkategorikan perusahaan manufaktur ke dalam tiga sektor. Ketiga sektor tersebut diantaranya, sektor industri dasar dan industri kimiawi, sektor industri barang konsumen, dan sektor aneka ragam industri. Total populasi dari ketiga sektor tersebut berjumlah 160 perusahaan.

Melansir laman web resmi BEI,⁷² pengertian klasifikasi dari ketiga sektor tersebut diantaranya, pertama, industri dasar dan kimia mencakup usaha pengubahan material dasar menjadi barang

⁷¹ Kathy Charmaz, *Constructing Grounded Theory* (London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006).

⁷² Bursa Efek Indonesia, "Klasifikasi sektor dan sub sektor emiten di BEI," Diakses pukul 21.00 5 Juli 2019, <https://idx.co.id/produk/saham/>.

setengah jadi atau barang jadi yang masih akan diproses di sektor perekonomian selanjutnya, sedangkan industri kimia mencakup usaha pengolahan bahan-bahan terkait kimia dasar yang akan digunakan pada proses produksi selanjutnya dan industri farmasi. Sektor kedua, industri barang konsumen ialah usaha pengolahan yang mengubah bahan dasar atau setengah jadi menjadi barang jadi yang umumnya dapat dikonsumsi pribadi atau rumah tangga. Sektor ketiga, aneka ragam industri meliputi usaha pembuatan mesin-mesin berat maupun ringan termasuk komponen penunjangnya.

Tetap pada lansiran laman web resmi BEI, masing-masing sektor memiliki sub sektor. Sektor pertama industri dasar dan kimiawi dengan cakupan sub sektor meliputi semen, keramik dan kaca dan porselin, logam dan sejenisnya, zat kimiawi, plastik dan pengemasan, pakan ternak, industri perkayuan, kertas dan bubur kertas. Kedua sub sektor industri barang konsumen meliputi makanan dan minuman, pabrik rokok, farmasi, kosmetik dan rumah tangga, peralatan rumah tangga. Sub sektor ketiga dari sektor aneka ragam industri mencakup produsen mesin dan peralatan berat, otomatif dan komponennya, tekstil dan garmen, alas kaki, kabel, serta elektronik.

Sebagian populasi telah dieliminasi dengan kriteria apabila sebuah perusahaan manufaktur terkait tidak menyajikan informasi pernyataan visi dan misi dalam laporan tahunan periode tahun 2017.

b. Sampel

Purposive Sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga didapat total sampel sebanyak 149 perusahaan. Dengan sebaran 65 perusahaan sektor industri dasar dan kimiawi, 44 perusahaan sektor industri barang konsumen, serta 40 perusahaan sektor aneka ragam industri. Berikut ketiga *highlighted companies* yang diangkat menjadi percontohan dari total sampel penelitian.

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. satu dari enam puluh lima perusahaan sektor industri dasar dan kimiawi bergerak di sub sektor semen. Perusahaan pelat merah ini berkedudukan dan beroperasi di daerah Jawa Timur kota Gresik yang telah menjadi perusahaan publik sejak tahun 1991.⁷³

PT. Martina Berto Tbk. merupakan satu dari empat puluh empat perusahaan sektor industri barang konsumen yang bergerak di sub sektor kosmetik ini berkedudukan di Kawasan Industri Pulo Gadung kota Jakarta Timur telah terdaftar sebagai perusahaan publik sejak 2011.⁷⁴

⁷³ Bursa Efek Indonesia, "Detail profil perusahaan tercatat - PT Semen Indonesia (Persero) Tbk," Diakses pukul 22.13 5 Juli 2019, <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/detail-profile-perusahaan-tercatat/?kodeEmiten=SMGR>.

⁷⁴ Bursa Efek Indonesia, "Detail profil perusahaan tercatat - PT Martina Berto Tbk," Diakses pukul 22.22 5 Juli 2019, <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/detail-profile-perusahaan-tercatat/?kodeEmiten=MBTO>.

Serta PT. Pan Brothers Tbk. mewakili empat puluh perusahaan sektor aneka ragam industri dengan sub sektor tekstil yang berkedudukan di kota Tangerang daerah Jawa Barat ini telah menjadi perusahaan publik sejak 1990,⁷⁵ paling senior diantara kedua perusahaan diatas.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui sumber data sekunder yang telah disebutkan. Pengumpulan data yang dimaksud ialah menggunakan teknik mengunduh data terkait melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia. Data yang telah terunduh kemudian disiapkan dengan format yang *compatible* untuk selanjutnya diolah dengan aplikasi perangkat lunak QSR[®]Nvivo.

4. Teknik Pengolahan & Analisis Data

Penulis menggabung teknik pengolahan dan analisis data dengan argumentasi berikut, serangkaian prosedur pengolahan data berbantuan perangkat lunak QSR®Nvivo tak dapat terlepas dari analisis data secara langsung disetiap prosedurnya sehingga pemisahan diantara keduanya berpotensi untuk *misinterpreting*. Maka penulis berpendapat, pengkosolidasian teknik pengolahan dan analisis data menjadi satu bagian dinilai tepat.

⁷⁵ Bursa Efek Indonesia, "Detail profil perusahaan tercatat - PT Pan Brothers Tbk," Diakses pukul 22.28 5 Juli 2019, <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/detail-profile-perusahaan-tercatat/?kodeEmiten=PBRX>.

Bazeley & Jackson menyarankan, apabila seorang peneliti kualitatif ingin menganalisis data dapat menggunakan QSR®Nvivo sebagai alat bantu penelitian analisis data kualitatif karena dengan menggunakan QSR®Nvivo peneliti banyak terbantu oleh *tools* yang tersedia dalam aplikasi perangkat lunak ini. Beragam fitur tersedia seperti fungsi *query* dan *explore*. Dalam *query* terdapat *text search* dan *word frequency search* sedangkan *explore* menghasilkan visualisasi atas *queries* tersebut sehingga dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan QSR®Nvivo. Penulis menggunakan perangkat lunak ini didasarkan pada dua argumentasi, pertama, QSR®Nvivo sebagai alat bantu analisis data kualitatif. Kedua, QSR®Nvivo memiliki kedua fitur tersebut sebagai penunjang analisis data.

Selama masa pengolahan sekaligus analisis data menggunakan perangkat lunak QSR®Nvivo, penulis paling tidak menjalani tujuh prosedur praktis. Tujuh prosedur tersebut diantaranya, 1) konversi dokumen; 2) *import & classify* data; 3) *text mining*; 4) *coding*; 5) *building new themes*; 6) *theme mining*; dan 7) *export the outputs*.

Berikut penulis uraikan penjelasan dari masing-masing langkah.

Konversi dokumen adalah mengubah bentuk format dokumen menjadi format yang *proper* sehingga *be able to fit* diolah ke dalam perangkat QSR®Nvivo. Dalam hal ini dokumen di konversikan menjadi format *.txt* dimana sebelumnya berformat *.pdf*. Dokumen

yang dimaksud adalah dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan publik sektor manufaktur terkait.

Import data ialah langkah memasukkan dokumen berformat .txt ke dalam perangkat lunak QSR®Nvivo. Sedangkan *classify* data adalah memilah kedua jenis dokumen yang memuat ukuran perusahaan dan pernyataan visi dan misi perusahaan ke dalam ruang tersendiri. Dalam hal ini perangkat lunak QSR®Nvivo memiliki fitur *file classification* untuk melakukan hal tersebut. Yang mana dokumen yang memuat ukuran perusahaan memiliki kode A pada nama dokumen sedangkan dokumen yang memuat pernyataan visi dan misi perusahaan bernuansa kode B pada nama dokumennya.

Text mining terdapat dua jenis *query* yaitu *word frequency query* & *text search query*. Menambang atau mengeksplorasi data merupakan kegiatan untuk mencari kata kunci terkait CSR yang ada dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Mulanya, mencari tahu terlebih dahulu kata apa saja yang termuat dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan, dalam hal ini menggunakan fitur *word frequency query*. Ketika telah diketahui kata kunci terkait CSR di dalam *query*, maka selanjutnya penulis melaraskan kata kunci terkait CSR dengan kriteria seperti apa yang relevan. Hal ini dilakukan dengan cara melihat kata kunci terkait CSR dalam penelitian terdahulu yakni penelitian Mansi et al dan Teoh & Thong. Setelah diketahui kata kunci terkait CSR yang dituju,

kemudian melaksanakan *text search query* untuk memastikan apakah kata kunci terkait CSR yang dituju tersebut benar-benar termuat dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Hal ini sebagai salah satu alternatif pendukung validitas data secara qualitatif.

Coding adalah langkah untuk mengintegrasikan temuan kata kunci terkait CSR dengan potensi tema baru yang tercipta atasnya. Ini dinamakan *nodes*. Berikutnya agar tercipta kesempurnaan atas ratusan *nodes* maka diperlukan membangun sebuah tema baru.

Building new themes ialah langkah membangun sebuah tema baru yang bertujuan untuk mengeneralisasi kata kunci terkait CSR sesuai dengan koridornya. Ini didapat dari kumpulan *nodes* yang kemudian *nodes* tersebut diatribusikan satu-per-satunya ke dalam sebuah tema baru. Setiap tema setidaknya memiliki aspek yang berbeda satu dengan lainnya.

Theme mining terdapat dua *exploration* yakni *tree map* & *numbers of words coded*. Keduanya merupakan langkah untuk menjawab kedua rumusan masalah penelitian. Yaitu dengan cara menelusuri kata kunci terkait CSR yang seringkali muncul dan relevan pada tiap tema, ini terdapat dalam *tree map* yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah pertama. Enam tema tersebut melahirkan sebuah subtema baru disetiap temanya. Fungsi dari

subtema ini adalah untuk mendukung landasan validitas rumusan masalah kedua. Untuk menjawab rumusan masalah kedua diperlukan eksplorasi penekanan suatu kata kunci terkait CSR yang terdapat dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Ini dilakukan dengan cara eksplorasi *numbers of words coded*.

Perbedaan mendasarnya ialah untuk menjawab rumusan masalah pertama, penulis menggunakan sebaran kata kunci terkait CSR pada tiap tema sehingga muncul beragam kata kunci terkait CSR yang terangkum dalam *tree map* sedangkan untuk menjawab rumusan masalah kedua, penulis mengambil penekanan kata kunci terkait CSR pada tiap tema sehingga terlihat deretan perusahaan berurutan dimulai dengan penekanan kata kunci terkait CSR terendah hingga tertinggi pada tiap tema yang tercitrakan dalam *numbers of words coded*.

Export the outputs atau disebut visualisasi adalah cara menyimpan *tree map* dan *numbers of words coded* ke dalam format *.jpg* sehingga dapat diakses tanpa perlu memiliki perangkat lunak QSR®Nvivo terlebih dahulu.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam eksplorasi data berbantuan perangkat lunak QSR®Nvivo, peneliti berhasil menemukan 331 kata kunci terkait CSR, misalnya *contribution, innovation, support, satisfy, good corporate governance, respect, welfare, love, growth, prosperity, participate* dan *benefit*. Lebih lengkap mengenai kata kunci yang dihasilkan dari analisis dilampirkan (Lampiran 4.1). Semua kata kunci ini dapat dikategorisasikan menjadi paling tidak enam tema yang berkaitan erat dengan komitmen perusahaan pada CSR, yaitu *corporate commitment to be best practice, customer orientation, corporate ethics, developing stakeholders, maximizing shareholders value, dan humanity*.

Kategorisasi tersebut lalu divisualisasikan ke dalam 2 bentuk, *tree map* dan *numbers of words coded*. Dalam visuliasi ke dalam bentuk *tree map*, data tersaji hingga menciptakan sub tema atas masing-masing tema. Secara berurutan, sub tema terdiri atas *good corporate governance (GCG)*, *customer orientation*, *organization's reputation*, *building welfare*, *profit growth*, dan *support manpower*.

Dari kedua bentuk visualisasi, *tree map* dan *numbers of words coded* memiliki tujuan tersendiri. *Tree map* bertujuan untuk menjawab rumusan masalah pertama dengan cara mencitrakan kata terkait tema yang berinteraksi

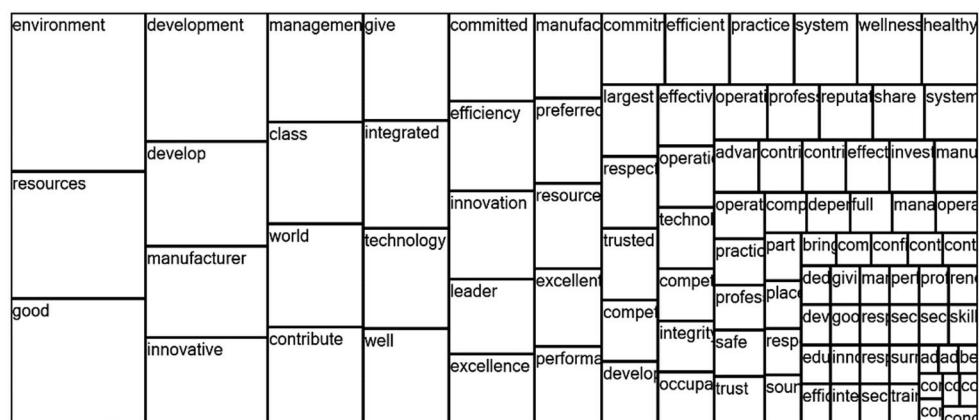
dengan CSR yang sering disitasi oleh perusahaan dalam pernyataan visi dan misinya. Sedangkan *numbers of words coded* bertujuan untuk menjawab rumusan masalah kedua dengan cara menggambarkan penekanan penggunaan kata-kata terkait tema yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan yang secara otomatis tersaji sebanyak dua puluh sampel terbanyak secara frekuensi dalam satu grafik, berurutan dari yang teratas hingga terbawah.

Melihat pada grafik pertama, *tree map*. Indikasi interaksi tema dengan CSR terlihat dengan memakai keenam tema yang telah disebutkan. Kata kunci terkait tema yang paling sering disitasi ialah 1) *contribution*; 2) *innovation*; 3) *support*; 4) *satisfy*; 5) *good corporate governance*; 6) *respect*; 7) *welfare*; 8) *love*; 9) *growth*; 10) *prosperity*; 11) *participate* dan 12) *benefit*. Selengkapnya dapat diperhatikan melalui gambar-gambar berikut ini.

Gambar 4.1 memuat kata kunci terkait CSR dalam tema *corporate commitment to be best practice*. Melihat lebih detail, terdapat kata dengan ukuran persegi yang berbeda diantara satu dengan lainnya ini memiliki arti semakin besar ukuran persegi maka semakin banyak perusahaan yang memuat kata tersebut dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Paling tidak terdapat 141 kata kunci terkait CSR yang sering dimuat perusahaan dengan urutan teratas hingga terbawah dimulai kata ‘*environment*’, hingga ‘*trusts*’. Kata kunci ‘*environment*’ ini dimuat 33 perusahaan sedangkan kata kunci terkait CSR yang terakhir ini ‘*trust*’ hanya dimuat satu perusahaan serta tidak nampak pada gambar 4.1 karena begitu

banyaknya kata kunci terkait CSR dalam tema *corporate commitment to be best practice* sehingga untuk mengetahuinya, diperlukan membuka QSR®Nvivo terlebih dahulu. Untuk memudahkan akses kesana, penulis melampirkan daftar kata kunci terkait CSR pada tema ini (Lampiran 4.2).

Gambar 4.1
Tree map memuat kata terkait tema *corporate commitment to be best practice* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



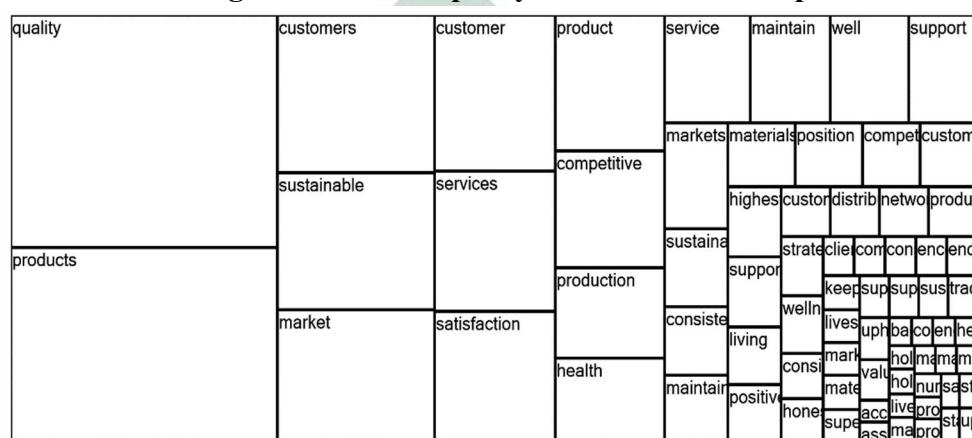
Catatan: Kata kunci terkait CSR pada tema *corporate commitment to be best practice*.

Gambar 4.2 memuat kata kunci terkait CSR dalam tema *customer orientation*. Melihat lebih detail, jika pada tema sebelumnya terdapat 141 kata kunci terkait CSR, maka dalam tema ini paling tidak terdapat 73 kata kunci terkait CSR yang sering dimuat perusahaan dengan urutan teratas hingga terbawah dimulai ‘*quality*’, hingga ‘*uphold*’. Kata kunci ‘*quality*’ ini dimuat 101 perusahaan sedangkan kata kunci terkait CSR yang terakhir ini ‘*uphold*’ hanya dimuat satu perusahaan serta tidak nampak pada gambar 4.2 karena begitu banyaknya kata kunci terkait CSR dalam tema *customer orientation*.

sehingga untuk mengetahuinya, diperlukan membuka QSR®Nvivo terlebih dahulu. Untuk memudahkan akses kesana, penulis melampirkan daftar kata kunci terkait CSR pada tema ini (Lampiran 4.2).

Gambar 4.2

Tree map memuat kata terkait tema *customer orientation* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.

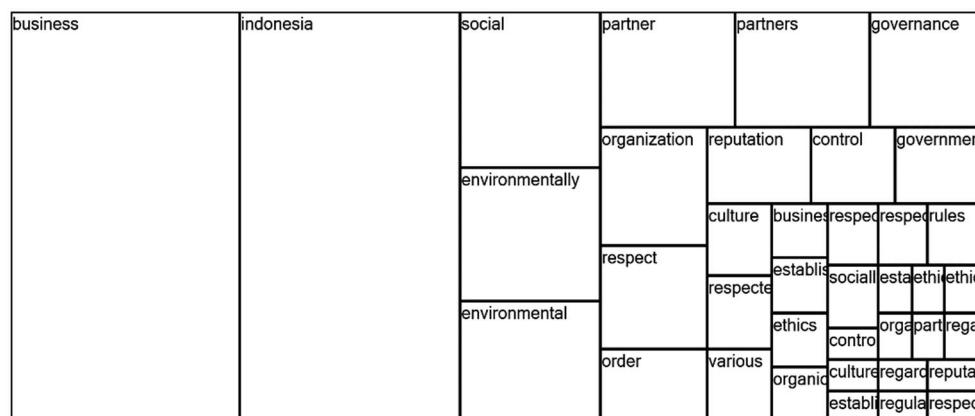


Catatan: Kata kunci terkait CSR pada tema *customer orientation*.

Gambar 4.3 memuat kata kunci terkait CSR dalam tema *corporate ethics*. Melihat lebih detail, jika pada tema sebelumnya terdapat 73 kata kunci terkait CSR, maka dalam tema ini paling tidak terdapat 38 kata kunci terkait CSR yang sering dimuat perusahaan dengan urutan teratas hingga terbawah dimulai kata ‘*business*’, hingga ‘*respectful*’. Kata kunci ‘*business*’ ini dimuat 60 perusahaan sedangkan kata kunci terkait CSR yang terakhir ini ‘*respectful*’ hanya dimuat satu perusahaan serta tidak nampak pada gambar 4.3 karena begitu banyaknya kata kunci terkait CSR dalam tema *corporate ethics* sehingga untuk mengetahuinya, diperlukan membuka QSR®Nvivo terlebih dahulu. Untuk memudahkan akses kesana, penulis melampirkan daftar kata kunci terkait CSR pada tema ini (Lampiran 4.3).

Gambar 4.3

Tree map memuat kata terkait tema ***corporate ethics*** yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.

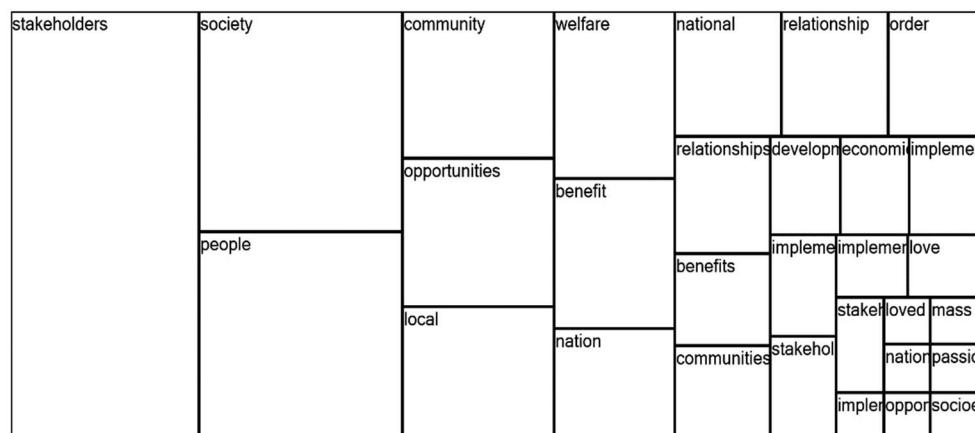


Catatan: Kata kunci terkait CSR pada tema *corporate ethics*.

Gambar 4.4 memuat kata kunci terkait CSR dalam tema *developing stakeholders*. Melihat lebih detail, jika pada tema sebelumnya terdapat 38 kata kunci terkait CSR, maka dalam tema ini paling tidak terdapat 31 kata kunci terkait CSR yang sering dimuat perusahaan dengan urutan teratas hingga terbawah dimulai kata ‘*stakeholders*’, hingga ‘*socioeconomic*’. Kata kunci ‘*stakeholders*’ ini dimuat 36 perusahaan sedangkan kata kunci terkait CSR yang terakhir ini ‘*socioeconomic*’ hanya dimuat satu perusahaan serta tidak nampak pada gambar 4.4 karena begitu banyaknya kata kunci terkait CSR dalam tema *developing stakeholders* sehingga untuk mengetahuinya, diperlukan membuka QSR®Nvivo terlebih dahulu. Untuk memudahkan akses kesana, penulis melampirkan daftar kata kunci terkait CSR pada tema ini (Lampiran 4.4).

Gambar 4.4

Tree map memuat kata terkait tema *developing stakeholders* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.

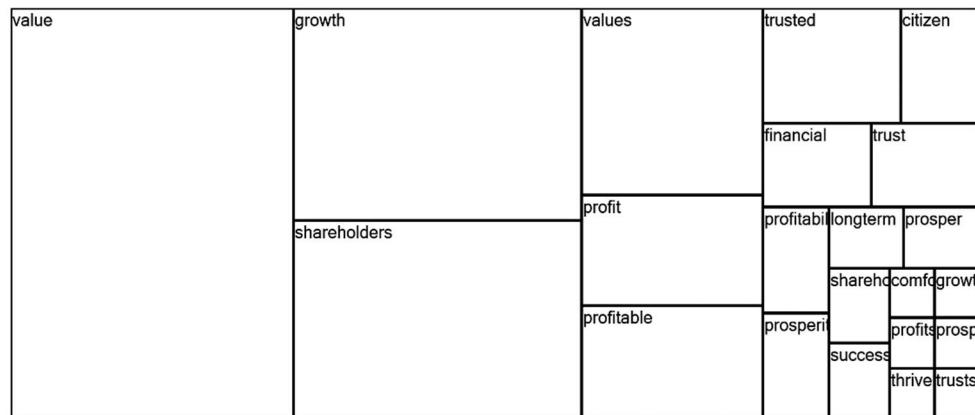


Catatan: Kata kunci terkait CSR pada tema *developing stakeholders*.

Gambar 4.5 memuat kata kunci terkait CSR dalam tema *maximizing shareholders value*. Melihat lebih detail, jika pada tema sebelumnya terdapat 31 kata kunci terkait CSR, maka dalam tema ini paling tidak terdapat 22 kata kunci terkait CSR yang sering dimuat perusahaan dengan urutan teratas hingga terbawah dimulai kata ‘*value*’, hingga ‘*thrive*’. Kata kunci ‘*value*’ ini dimuat 51 perusahaan sedangkan kata kunci terkait CSR yang terakhir ini ‘*respectful*’ hanya dimuat satu perusahaan serta tidak nampak pada gambar 4.5 karena begitu banyaknya kata kunci terkait CSR dalam tema *maximizing shareholders value* sehingga untuk mengetahuinya, diperlukan membuka QSR®Nvivo terlebih dahulu. Untuk memudahkan akses kesana, penulis melampirkan daftar kata kunci terkait CSR pada tema ini (Lampiran 4.5).

Gambar 4.5

Tree map memuat kata terkait tema *maximizing shareholders value* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR pada tema *maximizing shareholders value*.

Gambar 4.6 memuat kata kunci terkait CSR dalam tema *humanity*.

Melihat lebih detail, jika pada tema sebelumnya terdapat 22 kata kunci terkait CSR, maka dalam tema ini paling tidak terdapat 27 kata kunci terkait CSR yang sering dimuat perusahaan dengan urutan teratas hingga terbawah dimulai kata ‘*employees*’, hingga ‘*workforce*’. Kata kunci ‘*employees*’ ini dimuat 25 perusahaan sedangkan kata kunci terkait CSR yang terakhir ini ‘*workforce*’ hanya dimuat satu perusahaan serta tidak nampak pada gambar 4.6 karena begitu banyaknya kata kunci terkait CSR dalam tema *maximizing shareholders value* sehingga untuk mengetahuinya, diperlukan membuka QSR®Nvivo terlebih dahulu. Untuk memudahkan akses kesana, penulis melampirkan daftar kata kunci terkait CSR pada tema ini (Lampiran 4.6).

Gambar 4.6

Tree map memuat kata terkait tema *humanity* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR pada tema *humanity*.

Keenam tema yang telah diurakan diatas menciptakan sebuah subtema atas tiap temanya. Menyajikan kembali keenam subtema tersebut berturut-turut meliputi *good corporate governance (GCG)*, *customer orientation*, *organization's reputation*, *building welfare*, *profit growth*, dan *support manpower*. Adapun fungsi dari penciptaan subtema ini sebagai landasan atas *output* kedua berupa *numbers of words coded* seperti pemunculan perusahaan-perusahaan terkait dengan konsentrasinya masing-masing yang terkategori menjadi subtema.

Sebagai gambaran, Tabel 4.1 menyajikan daftar perusahaan yang memuat subtema dalam pernyataan visi dan misinya.

Tabel 4.1
**Daftar perusahaan yang berkomitmen untuk senantiasa
berkomitmen kuat untuk *concern* terhadap subtema.**

No .	Tema terkait yang berinteraksi dengan CSR (Tema)					
	Corporate commitment to be best practice	Customer Orientation	Corporate Ethics	Developing stakeholder	Maximizing Shareholders Value	Humanity
Kata terkait tema yang berinteraksi dengan CSR (Sub-tema)						
	Good Corporate Governance	Customer Satisfaction	Organization's Reputation	Building Welfare	Profit Growth	Support Manager
1	PT. Aneka Gas Industry Tbk.	PT. Astra Otoparts Tbk.	PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk.	PT. Japfa Comfeed Tbk.	PT. Asia Plast Industries Tbk.	PT. Delta Djakarta Tbk.
2	PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk.	PT. Campina Ice Cream Tbk.	PT. Gajah Tunggal Tbk.	PT. Goodyear Indonesia Tbk.	PT. Astra International Tbk.	PT. Intikeramik Alamasri Tbk.
3	PT. Argo Pantes Tbk.	PT. Chitose International Tbk.	PT. Jembo Cable Company Tbk.	PT. Duta Pertiwi Nusantara Tbk.	PT. Indo Kordsa Tbk.	PT. Martina Berto Tbk.
4	PT. Saranacetal Bajatama Tbk.	PT. Citra Tubindo Tbk.	PT. Martina Berto Tbk.	PT. Semen ID (Persero) Tbk.	PT. Berlinia Tbk.	PT. Emdeki Utama Tbk.
5	PT. Wilmar Cahaya	PT. Ever Shine Textile Tbk.	PT. Prasidha Aneka Niaga Tbk.	PT. Solusi Bangun ID Tbk.	PT. Barito Pacific Tbk.	PT. Merck Tbk.

	Indonesia Tbk.					
6	PT. Goodyear Indonesia Tbk.	PT. Malindo Feed Mill Tbk.	PT. Supreme Cable Tbk.	PT. Indofood Makmur S Tbk.	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	PT. Panca Budi Idaman Tbk.
7	PT. Impack Pratama Industry Tbk.	PT. Emdeki Utama Tbk.	PT. Sri Rejeki Isman Tbk.	PT. Astra International Tbk.	PT. Chitose International Tbk.	
8	PT. Jembo Cable Company Tbk.	PT. Prima Alloy Steel Tbk.	PT. Tempo Scan Pasific Tbk.		PT. Delta Djakarta Tbk.	
9	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk.	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.			PT. Goodyear Indonesia Tbk.	
10	PT. KMI Wire & Cable Tbk.	PT. Ultra Jaya Milk Tbk.			PT. Sumi Indo Kabel Tbk.	
11	PT. Lion Metal Works Tbk.				PT. Impack Pratama Industry Tbk.	
12	PT. Mark Dynamics Tbk.				PT. Indofarma (Persero) Tbk.	
13	PT. Martina Berto Tbk.				PT. Indo Komoditi Korpora Tbk.	
14	PT. Pan Brothers Tbk.				PT. Toba Pulp Lestari Tbk.	
15	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk.				PT. Indopoly Swakarsa Industri Tbk.	

16	PT. Sekar Laut Tbk.				PT. Jembo Cable Company Tbk.	
17	PT. Siantar Top Tbk.				PT. Kabel Murni Tbk.	
18	PT. Tempo Scan Pasific Tbk.				PT. Keramika Indonesia Asosiasi Tbk.	
19	PT. Wismilak Inti Makmur Tbk.				PT. Lionmesh Prima Tbk.	
20	PT. Integra Cabinet Tbk.				PT. Martina Berto Tbk.	
21					PT. Merck Tbk.	
22					PT. Mayora Indah Tbk.	
23					PT. Bentoel International Tbk	
24					PT. Sierad Produce Tbk.	
25					PT. Sri Rejeki Isman Tbk.	
26					PT. Indo Acidatama Tbk.	
27					PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk.	
28					PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk.	

29					PT. Trisula International Tbk.	
30					PT. Trias Sentosa Tbk.	
31					PT. Voksel Electric Tbk.	

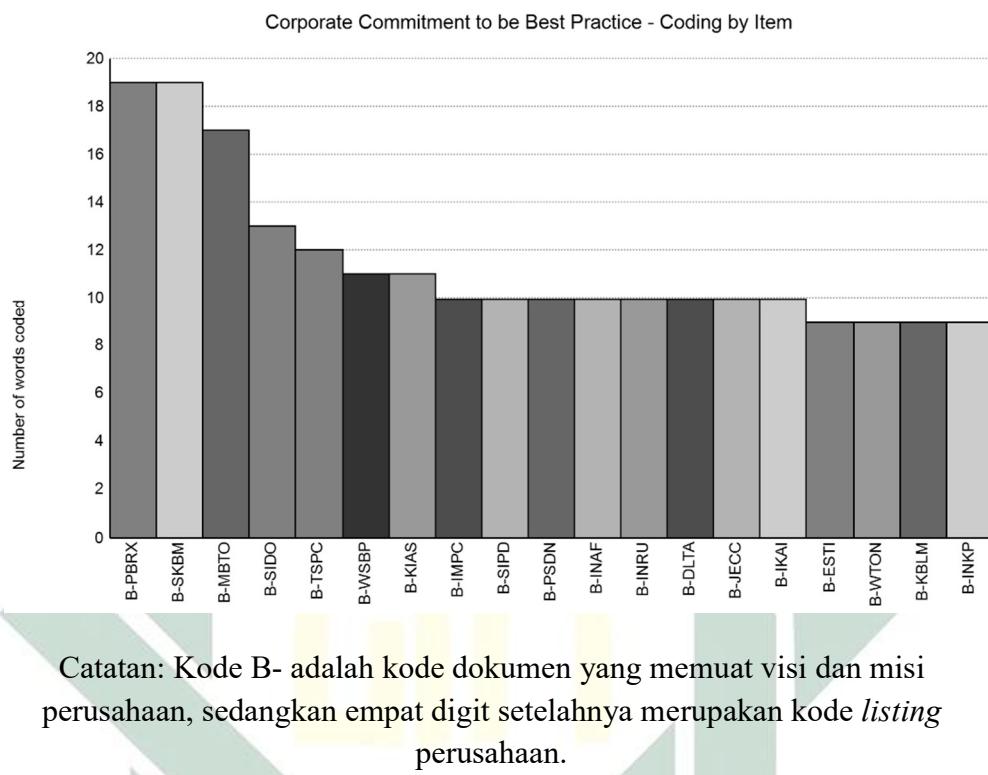
Catatan: Daftar perusahaan yang mensponsori ragam kata kunci terkait CSR atas masing-masing sub tema.

Melihat pada grafik kedua, *numbers of words coded* (Gambar 4.7 sampai dengan gambar 4.x). *Concern* satu perusahaan dengan perusahaan lain terindikasi atas penekanan suatu kata kunci terkait CSR secara frekuensi pada sebaran tema-tema.

Gambar 4.7 memuat deretan perusahaan yang berisi penekanan kata kunci terkait CSR dalam tema *corporate commitment to be best practice* berurutan dimulai terbawah hingga teratas dari dua puluh perusahaan yang secara otomatis tersaji berbantuan perangkat lunak QSR®Nvivo. Urutan yang dimaksud bergantung pada frekuensi penekanan yang ada dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Dalam tema ini ‘B-PBRX’ dan ‘B-INKP’ atau PT. Pan Brothers Tbk. dan PT. Indah Kiat Pulp Tbk. merupakan perusahaan teratas dan terbawah dalam tema *corporate commitment to be best practice*. PT. Pan Brothers Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor anekaragam industri yang bergerak di bidang tekstil sedangkan PT. Indah Kiat Pulp Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri dasar ini bergerak di bidang produsen kertas.

Gambar 4.7

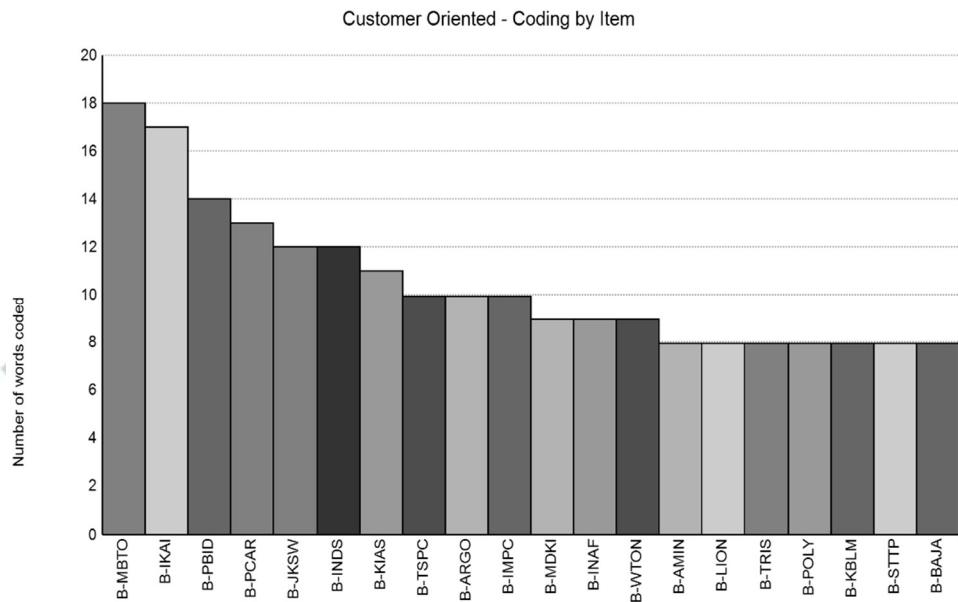
Numbers of words coded berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema corporate commitment to be best practice.



Gambar 4.8 memuat deretan perusahaan yang berisi penekanan kata kunci terkait CSR dalam tema *customer orientation* berurutan dimulai terbawah hingga teratas dari dua puluh perusahaan yang secara otomatis tersaji. Urutan yang dimaksud bergantung pada frekuensi penekanan yang ada dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Dalam tema ini ‘B-MBTO’ dan ‘B-BAJA’ atau PT. Martina Berto Tbk. dan PT. Saranacentral Bajatama Tbk. merupakan perusahaan teratas dan terbawah dalam tema *customer orientation*. PT. Martina Berto Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri barang konsumen yang bergerak di

bidang kosmetik sedangkan PT. Saranacentral Bajatama Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri dasar ini bergerak di bidang baja.

Gambar 4.8
Numbers of words coded berisi penekanan penggunaan kata kunci terkait CSR dalam tema *customer orientation*.

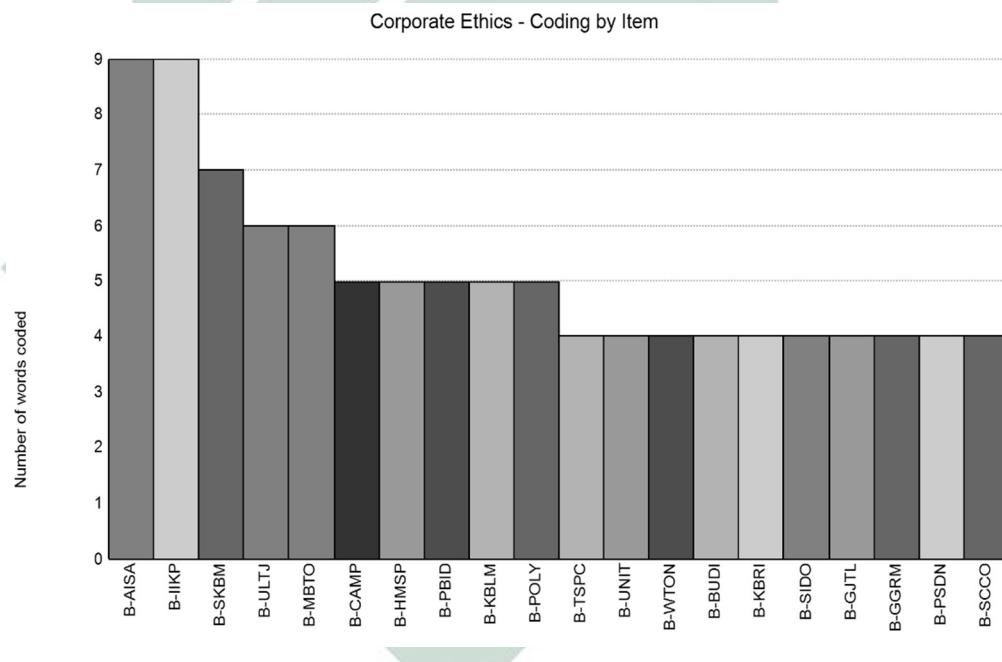


Catatan: Kode B- adalah kode dokumen yang memuat visi dan misi perusahaan, sedangkan empat digit setelahnya merupakan kode *listing* perusahaan.

Gambar 4.9 memuat deretan perusahaan yang berisi penekanan kata kunci terkait CSR dalam tema *corporate ethics* berurutan dimulai terbawah hingga teratas dari dua puluh perusahaan yang secara otomatis tersaji. Urutan yang dimaksud bergantung pada frekuensi penekanan yang ada dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Dalam tema ini ‘B-AISA’ dan ‘B-SCCO’ atau PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. dan PT. Supreme Cable Tbk.

merupakan perusahaan teratas dan terbaik dalam tema *corporate ethics*. PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri barang konsumen yang bergerak di bidang makanan sedangkan PT. Supreme Cable Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri dasar ini bergerak di bidang kabel.

Gambar 4.9

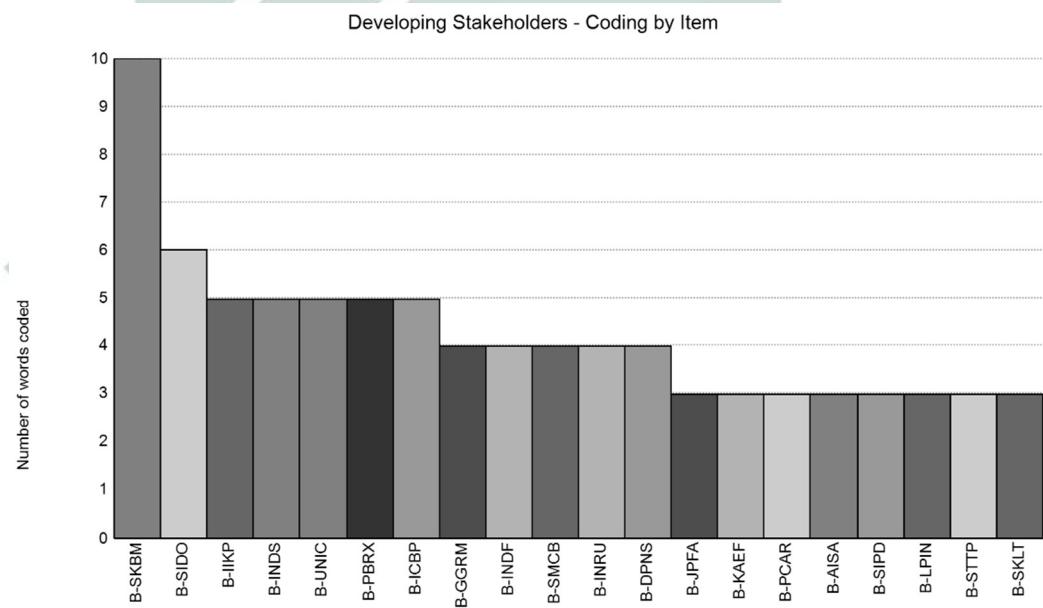


Catatan: Kode B- adalah kode dokumen yang memuat visi dan misi perusahaan, sedangkan empat digit setelahnya merupakan kode *listing* perusahaan.

Gambar 4.10 memuat deretan perusahaan yang berisi penekanan kata kunci terkait CSR dalam tema *developing stakeholders* berurutan dimulai terbawah hingga teratas dari dua puluh perusahaan yang secara otomatis tersaji. Urutan yang dimaksud bergantung pada frekuensi penekanan yang ada dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Dalam tema ini ‘B-

SKBM' dan 'B-SKLT' atau PT. Sekar Bumi Tbk. dan PT. Sekar Laut Tbk. merupakan perusahaan teratas dan terbawah dalam tema *developing stakeholders*. Kedua perusahaan publik ini sama-sama bergerak sektor manufaktur subsektor industri barang konsumen yang bergerak di bidang makanan.

Gambar 4.10

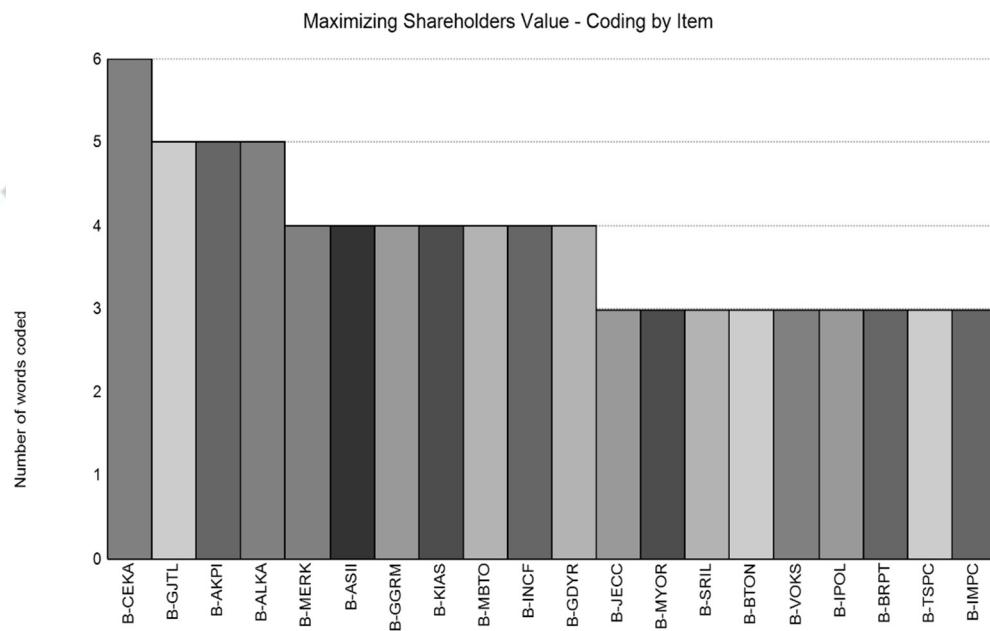


Catatan: Kode B- adalah kode dokumen yang memuat visi dan misi perusahaan, sedangkan empat digit setelahnya merupakan kode *listing* perusahaan.

Gambar 4.11 memuat deretan perusahaan yang berisi penekanan kata kunci terkait CSR dalam tema *maximizing shareholders value* berurutan dimulai terbawah hingga teratas dari dua puluh perusahaan yang secara otomatis tersaji. Urutan yang dimaksud bergantung pada frekuensi penekanan yang ada dalam dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan. Dalam tema ini ‘B-CEKA’ dan ‘B-IMPC’ atau PT. Wilmar Cahaya Sakti Tbk. dan PT.

Impack Pratama Industri Tbk. merupakan perusahaan teratas dan terbaik dalam tema *maximizing shareholders value*. PT. Wilmar Cahaya Sakti Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri barang konsumen yang bergerak di bidang pengolahan sawit sedangkan PT. Impack Pratama Industri Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri dasar ini bergerak di bidang atap bangunan.

Gambar 4.11

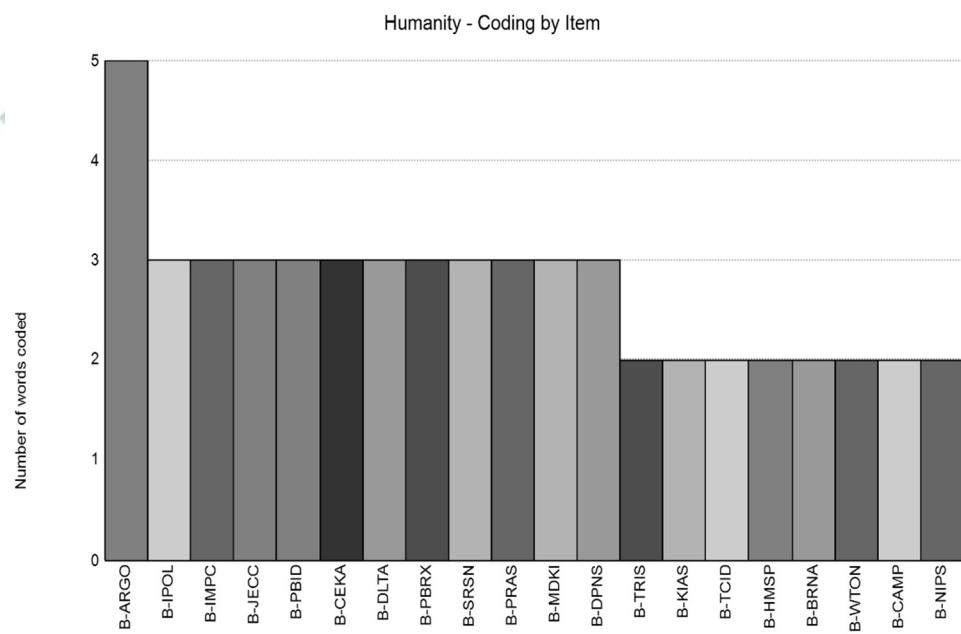


Catatan: Kode B- adalah kode dokumen yang memuat visi dan misi perusahaan, sedangkan empat digit setelahnya merupakan kode *listing* perusahaan.

Gambar 4.12 memuat deretan perusahaan yang berisi penekanan kata kunci terkait CSR dalam tema *humanity* berurutan dimulai terbawah hingga teratas dari dua puluh perusahaan yang secara otomatis tersaji. Urutan yang dimaksud bergantung pada frekuensi penekanan yang ada dalam dokumen

pernyataan visi dan misi perusahaan. Dalam tema ini ‘B-ARGO’ dan ‘B-NIPS’ atau PT. Argo Pantes Tbk. dan PT. Nipress Tbk. merupakan perusahaan teratas dan terbawah dalam tema *humanity*. PT. Argo Pantes Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor anekaragam industri yang bergerak di bidang pengolahan sawit sedangkan PT. Nipress Tbk. merupakan perusahaan publik sektor manufaktur subsektor industri dasar dan kimiawi ini bergerak di bidang produsen battery lithium.

Gambar 4.12



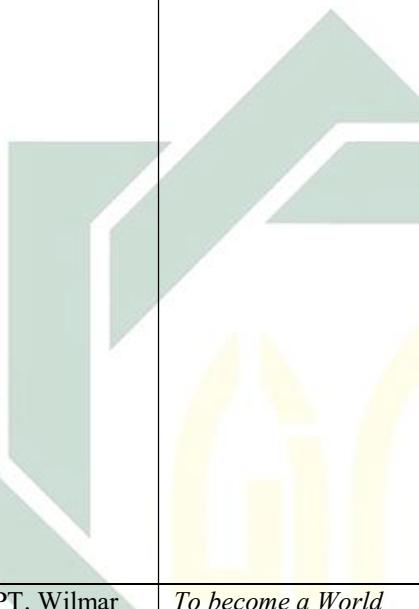
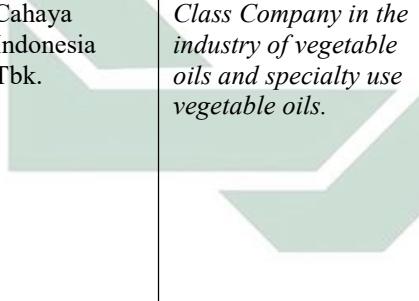
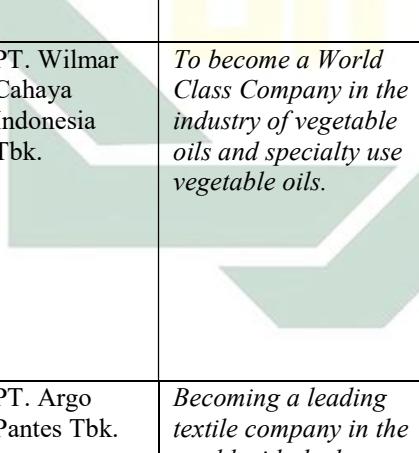
Catatan: Kode B- adalah kode dokumen yang memuat visi dan misi perusahaan, sedangkan empat digit setelahnya merupakan kode *listing* perusahaan.

Sebagai gambaran, Tabel 4.2 menyediakan pernyataan visi dan misi perusahaan skor teratas dari masing-masing tema.

Tabel 4.2
Pernyataan visi dan misi perusahaan dengan skor teratas dari keenam tema yang diusung.

Tema	Perusahaan	Visi	Misi
Corporate commitment to be best practice	PT. Pan Brothers Tbk.	<i>To be an integrated and worldwide apparel supplier Company.</i>	<p><i>Improve the performance and products of the Company by continuously improving the best management skills.</i></p> <p><i>1) To improve Company's performance and products by applying the best management practice continuously.</i></p> <p><i>2) To create the best opportunities for our employees to develop and achieve their full potential.</i></p> <p><i>3) To maximize shareholders' value and provide attractive opportunities.</i></p> <p><i>4) To enhance Good Corporate Governance and continually strive for excellence.</i></p> <p><i>5) To utilize our financial resources efficiently.</i></p> <p><i>6) To be the leader in apparel supply chain and supply fine quality of apparel products.</i></p> <p><i>7) To be the leader in apparel supply chain with maximum customer satisfaction.</i></p> <p><i>8) To be a socially responsible and environment friendly Company. of Stakeholders, Management, and Employees.</i></p> <p><i>9) To actively contribute to Indonesia's economic development.</i></p>

Customer Orientation	PT. Martina Berto Tbk.	<p><i>To become one of the world's leading companies in beauty care and spa industry with natural nuances and eastern value, through modern technology, research and development to optimize added value to the consumers and other stakeholders.</i></p>	<p>1) To develop, manufacture, and market beauty care and spa products with natural & eastern nuances and international quality standards to meet the consumer needs in various market segments with a healthy portfolio capable to achieve a top three rank in every segment in Indonesia;</p> <p>2) To provide excellent customer service to all customers in balanced proportion, including consumer and trade customers;</p> <p>3) To maintain healthy financial condition and sustainable growth;</p> <p>4) To recruit, train, and maintain competent and productive manpower as part of the Company's assets;</p> <p>5) To maintain efficient and effective methods of operation, system, and technology throughout the organization and business unit;</p> <p>6) To apply Good Corporate Governance consistently for the interest of all stakeholders;</p> <p>7) To give a fair return on investment to the shareholders;</p> <p>8) To expand the international markets of cosmetics, spa and herbal products with medium term focus on the Asia Pacific Region and long term focus on the global market with selected products and brands.</p>
Corporate Ethics	PT. Tiga Pilar Sejahtera	<p><i>Became nationally insightful company that build Indonesia, great, and considered reputation in food and related business and contribute increasing society welfare.</i></p>	<p>1) To serve innovative and high quality products and services in food and related business be able to create our customers value added;</p> <p>2) To became great corporation in a way build dual paths systems instead our organization;</p> <p>3) To build neither discipline culture nor human research learner to maximize labour strength and our organization;</p> <p>4) Having power like multinational enterprise thus small enterprise agilities;</p> <p>5) To uphold professionalism values and good corporate governance;</p> <p>6) Consistently gave gains above similar sectors standards upon shareholders' equities.</p>

Developing Stakeholders	PT. Sekar Bumi Tbk.	<p><i>We aim to be the market leader in the frozen food industry, while building our business on the cornerstone of quality.</i></p> 	<p><i>1) Social Responsibility At Sekar Bumi, we are committed to Corporate Social Responsibility (CSR). Our CSR initiatives are philanthropic, environmental and ethical in nature. From volunteering and making donations to local charities to implementing “greener” business operations, we strive to do our part to give back to the society and environment.</i></p> <p><i>2) Key Stakeholders People are our greatest asset. We value our key stakeholders and protecting their interests is of utmost importance to us. We build long-term relationships with both our customers and suppliers; ensure the well-being of our employees, and provide maximum returns for our shareholders.</i></p> <p><i>3) Best Practice When it comes to quality, we do not compromise. We adhere to best practice guidelines and hygiene standards. We recognize that food safety is non-negotiable, and measures are put in place to identify, assess and control food-related risks. A secure traceability system is also implemented to mitigate the risks of potential food safety hazards.</i></p>
Maximizing Shareholders Value	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	<p><i>To become a World Class Company in the industry of vegetable oils and specialty use vegetable oils.</i></p> 	<p><i>PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. has missions, to produce high quality products and provide the best services to all customers; to improve employees competence and engagement in achieving its vision; to achieve profitable and sustainable business growth as well as to provide longterm values for shareholders and employees; to build trust and develop good relationships with agents, suppliers, communities and governments.</i></p>
Humanity	PT. Argo Pantex Tbk.	<p><i>Becoming a leading textile company in the world with the best technology and human capital in providing good quality products and services.</i></p> 	<p><i>1) Creating quality products and environment friendly with competitive costs and providing the best service for customer satisfaction;</i></p>

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan.

B. Pembahasan

Keenam tema yang digunakan dalam *tree map* setidaknya menciptakan masing-masing satu sub tema dari tema-tema utama. Kegunaan dari sub tema tersebut untuk mengetahui suatu *concern* yang ditarik dari tema utama. Didapatkan delapan puluh dua perusahaan dengan sebaran enam sub tema. Diantaranya, dua puluh perusahaan memiliki *concern* dengan sub tema GCG, sepuluh perusahaan berorientasi pada sub tema *customer satisfaction*, delapan perusahaan berfokus pada *organization's reputation*, tujuh perusahaan berkomitmen *building welfare*, tiga puluh satu perusahaan bertekad untuk *profit growth*, dan enam perusahaan lainnya menggarap aspek kemanusiaan melalui langkah *support manpower*.

Kemudian melihat grafik berikutnya *numbers of words coded*, mencitrakan bahwa setiap perusahaan sampel dalam penelitian ini memiliki *concern* masing-masing dalam aktivitas operasi bisnisnya jika ditinjau dari frekuensi penekanan suatu kata terkait CSR, sebagian perusahaan berkomitmen untuk menjalankan praktek terbaik, sebagian yang lain mengedepankan etika korporasi, terdapat pula yang berorientasi pelanggan, juga pengembangan pemangku kepentingan, ada juga yang berorientasi profit untuk pemaksimalan nilai pemegang saham, tidak lupa sebagian lainnya berfokus pada aspek kemanusiaan. Lebih detailnya dipaparkan dibawah ini.

1. *Corporate Commitment to be Best Practice*

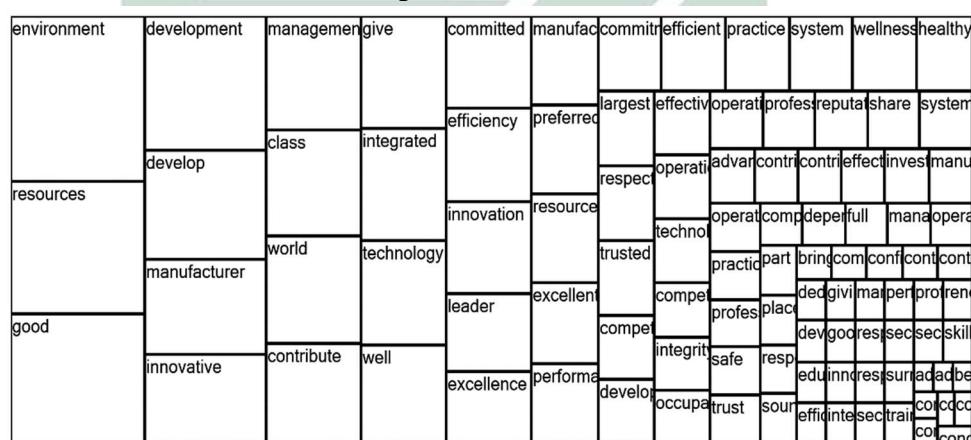
Perusahaan manufaktur yang terbuka, sampel dalam penelitian ini memiliki komitmen kuat untuk menjadi perusahaan kelas dunia dengan

praktek terbaik di bidangnya. Perusahaan mengimplementasikan tema ini melalui GCG misalnya, perusahaan berupaya untuk menjaga lingkungan sekitar, mengelola sumber daya dengan bijak, menjalankan bisnis dengan manajemen yang baik, mengembangkan teknologi inovatif, serta beroperasi secara efektif dan efisien. Berikut PT. Pan Brothers Tbk. merupakan salah satu contoh dari sekian banyak perusahaan yang memiliki komitmen kuat untuk menjadi perusahaan kelas dunia dengan praktek terbaik.

Gambar dan tabel 4.13 menyajikan kembali visualisasi untuk mendukung validitas paragraf diatas. Sedangkan tabel 4.3 mendistribusikan pernyataan visi dan misi perusahaan.

Gambar 4.13

Tree map memuat kata terkait tema *corporate commitment to be best practice* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR *innovation & contribution* pada tema *corporate commitment to be best practice*.

Tabel 4.3
Pernyataan visi dan misi PT. Pan Brothers Tbk.

PT. Pan Brothers Tbk.	
Visi	<i>To be an integrated and worldwide apparel supplier Company.</i>
Misi	<p><i>Improve the performance and products of the Company by continuously improving the best management skills.</i></p> <p>1) <i>To improve Company's performance and products by applying the best management practice continuously.</i></p> <p>2) <i>To create the best opportunities for our employees to develop and achieve their full potential.</i></p> <p>3) <i>To maximize shareholders' value and provide attractive opportunities.</i></p> <p>4) <i>To enhance Good Corporate Governance and continually strive for excellence.</i></p> <p>5) <i>To utilize our financial resources effeciently.</i></p> <p>6) <i>To be the leader in apparel supply chain and supply fine quality of apparel products.</i></p> <p>7) <i>To be the leader in apparel supply chain with maximum customer satisfaction.</i></p> <p>8) <i>To be a socially responsible and environment friendly Company. of Stakeholders, Management, and Employees.</i></p> <p>9) <i>To actively contribute to Indonesia's economic development.</i></p>

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi.

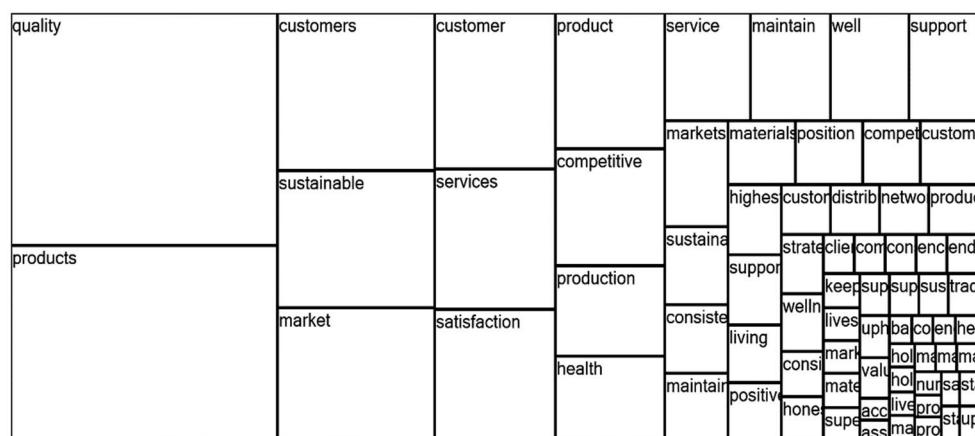
2. Customer Orientation

Perusahaan juga memiliki orientasi yang besar pada pelanggan.

Hal ini ditunjukkan oleh sepuluh perusahaan yang simultan muncul dalam analisis kata *customer satisfaction*. Gambar 4.14 menunjukkan sejumlah kata yang saling berinteraksi dan muncul berkaitan dengan *customer orientation*.

Gambar 4.14

Tree map memuat kata terkait tema *customer orientation* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR *support & satisfy* pada tema *customer orientation*.

Perusahaan sampel dalam penelitian ini tidak hanya berkomitmen untuk memproduksi produk yang berkualitas, melainkan secara konsisten mempertahankan kepuasan pelanggan dalam pasar kompetitif untuk terus mempertahankan operasi bisnisnya secara berkelanjutan. Berikut satu contoh dari kesepuluh perusahaan yang simultan muncul dalam tema *customer orientation*, ialah PT. Martina Berto Tbk. Berikut disajikan dokumen pernyataan visi dan misi PT. Martina Berto Tbk. dalam tabel 4.4.

Tabel 4.4
Pernyataan visi dan misi PT Martina Berto Tbk.

PT. Martina Berto Tbk.	
Visi	<i>To become one of the world's leading companies in beauty care and spa industry with natural nuances and eastern value, through modern technology, research and development to optimize added value to the consumers and other stakeholders.</i>
Misi	<p>1) To develop, manufacture, and market beauty care and spa products with natural & eastern nuances and international quality standards to meet the consumer needs in various market segments with a healthy portfolio capable to achieve a top three rank in every segment in Indonesia;</p> <p>2) To provide excellent customer service to all customers in balanced proportion, including consumer and trade customers;</p> <p>3) To maintain healthy financial condition and sustainable growth;</p> <p>4) To recruit, train, and maintain competent and productive manpower as part of the Company's assets;</p> <p>5) To maintain efficient and effective methods of operation, system, and technology throughout the organization and business unit;</p> <p>6) To apply Good Corporate Governance consistently for the interest of all stakeholders;</p> <p>7) To give a fair return on investment to the shareholders;</p> <p>8) To expand the international markets of cosmetics, spa and herbal products with medium term focus on the Asia Pacific Region and long term focus on the global market with selected products and brands.</p>

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi.

Perusahaan berkomitmen kuat untuk berorientasi pelanggan melalui ambisi meraih *brand* produk urutan teratas dari masing-masing segmennya merupakan aktualisasi orientasi pelanggan oleh PT. Martina Berto Tbk. sejatinya tidak hanya satu perusahaan ini saja yang berorientasi pelanggan, melainkan setidaknya sepuluh perusahaan yang simultan lainnya.

3. Corporate Ethics

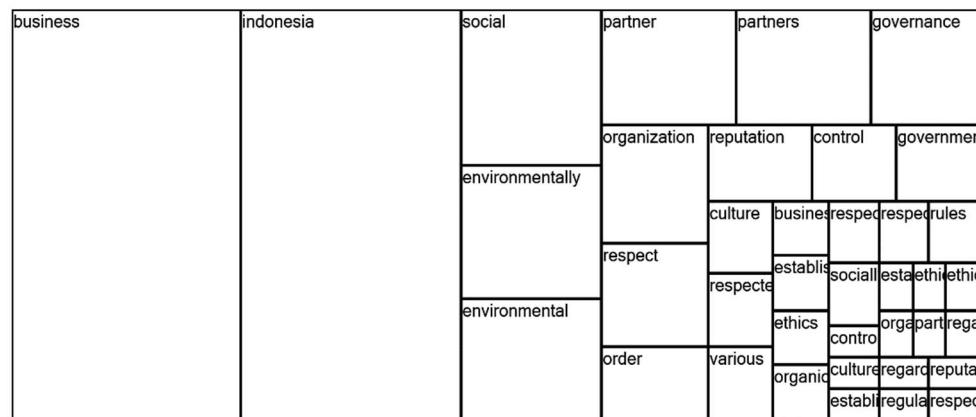
Tema yang ketiga ialah etika korporasi. Etika korporasi dimuat dalam GCG atau tata kelola korporasi. Sebagaimana tema pertama yang telah berbicara GCG sebagai alat untuk mengimplementasikan praktek

terbaik, pada tema ketiga ini GCG mengusung kepatuhan perusahaan terhadap tata kelola korporasi yang masing-masing mereka buat. Perusahaan sampel dalam penelitian ini berkomitmen, mewujudkan tata kelola korporasi dengan langkah membangun budaya organisasi, menghargai *partner* bisnis, mematuhi beragam aturan, hingga terciptanya reputasi organisasi.

Gambar 4.15 menunjukkan sejumlah kata yang saling berinteraksi dan muncul berkaitan dengan tema *corporate ethics*.

Gambar 4.15

Tree map memuat kata terkait tema *corporate ethics* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR *governance & respect* pada tema *corporate ethics*.

Sebagai contoh, PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. merupakan perusahaan yang melakukan penekanan kata kunci yang berinteraksi dengan CSR berulang kali. Selengkapnya disajikan dalam tabel 4.5.

Tabel 4.5

PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk.	
Visi	<i>Became nationally insightful company that build Indonesia, great, and considered repation in food and related business and contribute increasing society welfare</i>
Misi	<p>1) To serve innovative and high quality products and services in food and related business be able to create our customers value added;</p> <p>2) To became great corporation in a way build dual paths systems instead our organization;</p> <p>3) To build neither discipline culture nor human research learner to maximize labour strength and our organization;</p> <p>4) Having power like multinational enterprise thus small enterprise agilities;</p> <p>5) To uphold professionalism values and good corporate governance;</p> <p>6) Consistently gave gains above similar sectors standards upon shareholders' equities.</p>

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi.

Pernyataan visi dan misi PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. terlihat bahwa perusahaan ini berkomitmen kuat untuk membangun budaya disiplin terhadap *human capital*nya. Tidak terbatas pada itu, pada poin kelima disebutkan bahwa perusahaan menjunjung tinggi nilai profesionalitas dan GCG.

4. Developing Stakeholders

Jika dalam tema-tema sebelumnya mengusung menjalankan praktik yang baik, berorientasi pelanggan, tata kelola perusahaan yang baik, maka itu semua diatribusikan untuk menciptakan kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan sebagaimana yang dikatakan Schiebel dan Pöchtrager,⁷⁶ CSR adalah bagaimana untuk mengelola enam kunci

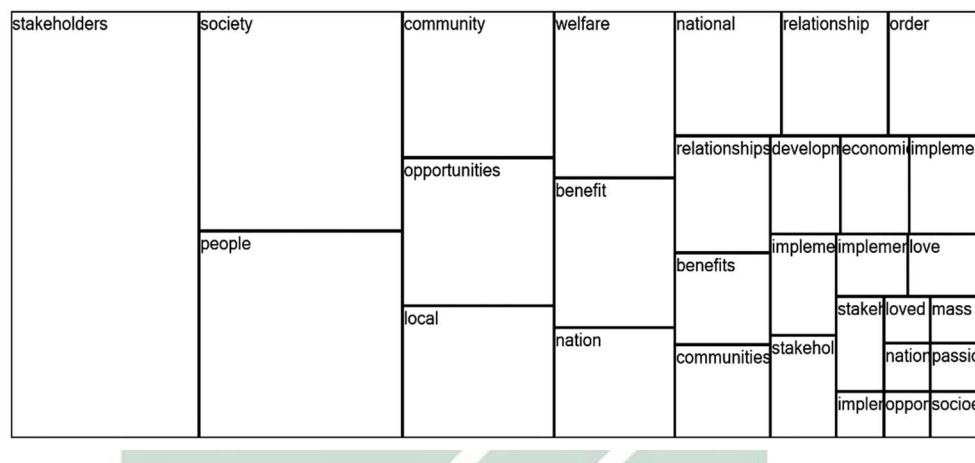
⁷⁶ Walter Schiebel and Pöchtrager DI Siegi, "Corporate Ethics as a Factor for Success," in *Empowering the Consumer to Make Responsible Choices* (presented at the The Ethics of Consumption, BOKU Vienna: University of Agricultural Sciences, 2000).

dimensi CSR berikut diantaranya pelanggan, karyawan, *partner* bisnis, lingkungan, komunitas dan *investor*. Enam kunci dimensi CSR tersebut merupakan para pemangku kepentingan.

Menyajikan kembali gambar 4.16, dalam gambar ini menceritakan bagaimana perusahaan berkontribusi pada pemangku kepentingannya.

Gambar 4.16

Tree map memuat kata terkait tema *developing stakeholders* yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR *welfare & love* pada tema *developing stakeholders*.

Perusahaan publik sektor manufaktur menjalankan tema ini dengan cinta, perusahaan berkomitmen untuk mensejahterakan pemangku kepentingan melalui penciptaan peluang baru yang dapat memberi benefit kepada masyarakat luas misalnya melalui komunitas lokal dalam rangka implementasi hubungan pemangku kepentingan dengan perusahaan.

Perusahaan menempatkan CSR sebagai program untuk menyentuh pemangku kepentingan. Sebagaimana komitmen perusahaan pelat merah ini dari seratus empat puluh delapan perusahaan sampel dalam penelitian ini yang secara tegas menyebut CSR dalam pernyataan visi dan misinya. Selengkapnya tabel 4.6 mendistribusikan dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan.

Tabel 4.6
Pernyataan visi dan misi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.	
Visi	<i>Became south asia leading international cement company.</i>
Misi	<p>1) To develop cement and related business oriented on customers' satisfy;</p> <p>2) To realize international standards company with competition power excellences and synergy to increase sustainable value-added;</p> <p>3) To realize corporate social responsibility (CSR) and eco-friendly;</p> <p>4) To provide most best values to stakeholders;</p> <p>5) To build competencies through human resource developments.</p>

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi.

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. bergerak dalam bidang industri semen. Perseroan ini merupakan contoh perusahaan yang memiliki *strong intention* untuk menjalankan program CSR kepada pemangku kepentingan, hal ini dibuktikan melalui pernyataan visi dan misi perusahaan tersebut.

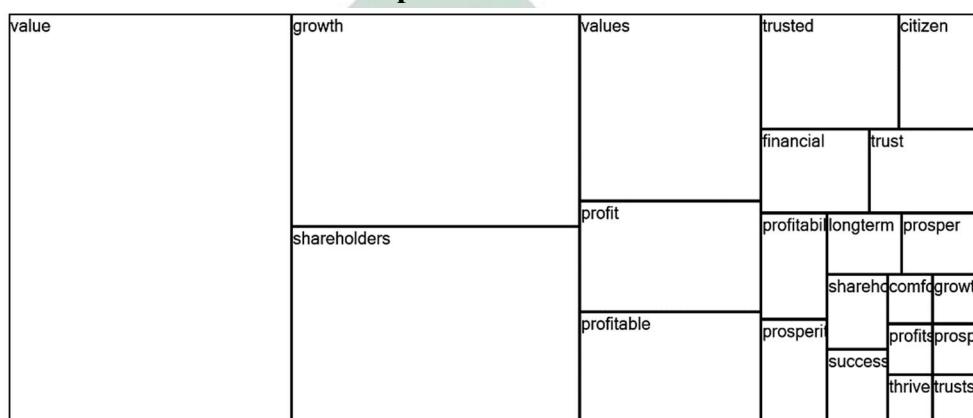
5. Maximizing Shareholders Value

Untuk menciptakan *growth* dan *sustainable profit* jangka panjang, perusahaan merlu memiliki kepercayaan bagi pemegang saham.

Meningkatkan nilai pemegang saham dilakukan melalui penciptaan *growth* dan *sustainable profit*. Gambar berikut menceritakan bagaimana perusahaan berkomitmen kuat untuk meraih profit.

Gambar 4.17

Tree map memuat kata terkait tema ***maximizing shareholders value*** yang berinteraksi dengan CSR dalam pernyataan visi dan misi perusahaan.



Catatan: Kata kunci terkait CSR *growth & prosperity* pada tema *maximizing shareholders value*.

PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi minyak nabati berbahan baku sawit dimana perusahaan ini sering melakukan penekanan komitmennya terhadap pemaksimalan nilai pemegang saham dalam pernyataan visi dan misinya.

Tabel 4.7 menyajikan dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan.

Tabel 4.7
Pernyataan visi dan misi PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.

PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	
Visi	<i>To become a World Class Company in the industry of vegetable oils and specialty use vegetable oils.</i>
Misi	<i>PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. has missions, to produce high quality products and provide the best services to all customers; to improve employees competence and engagement in achieving it's vision; to achieve profitable and sustainable business growth as well as to provide longterm values for shareholders and employees; to build trust and develop good relationships with agents, suppliers, communities and goverments.</i>

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi.

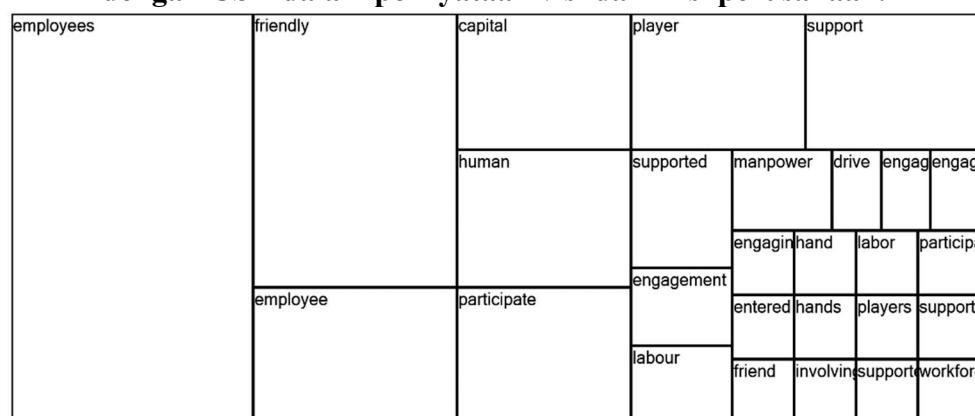
Selain PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk., terdapat deretan perusahaan paling tidak tiga puluh satu perusahaan (lihat: gambar x.x) yang mengutamakan pemaksimalan nilai pemegang saham melalui sub tema *profit growth*.

6. *Humanity*

Berfokus pada aspek kemanusiaan merupakan tema terakhir dari analisis penelitian ini. *Human capital* adalah fokus utama sejumlah perusahaan. Seperti PT. Agro Pantes Tbk. misalnya, dalam pernyataan visi dan misinya mengungkapkan komitmen tinggi untuk membangun sumber daya manusianya.

Gambar 4.18 menyajikan kembali visualisasi *tree map* untuk mendukung validitas paragraf diatas.

Gambar 4.18



Catatan: Kata kunci terkait CSR *participate & support* pada tema *humanity*.

Tabel 4.8 menyajikan dokumen pernyataan visi dan misi perusahaan.

Tabel 4.8

Visi	<i>Becoming a leading textile company in the world with the best technology and human capital in providing good quality products and services.</i>
Misi	<ol style="list-style-type: none"> 1) Creating quality products and environment friendly with competitive costs and providing the best service for customer satisfaction; 2) Establish good partnership with customer; 3) A place for human capital to grow and obtain the knowledge, career, and prosperity with harmonious atmosphere; 4) Contribute to the environment.

Catatan: Dokumen pernyataan visi dan misi.

Perusahaan yang bergerak di bidang tekstil ini memiliki komitmen yang tidak hanya berorientasi pelanggan, namun juga

memposisikan dirinya sebagai tempat dimana sumber daya manusia dapat berkembang serta menghasilkan pengetahuan darinya, berkarir, dan mendapatkan kemakmuran dengannya, hal ini tercermin pada pernyataan visi dan misi PT. Argo Pantes Tbk.

C. Interpretasi

Peneliti mengikutsertakan seratus empat puluh delapan perusahaan dalam sampel penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui tujuan dan penekanan suatu *concern* CSR dari masing-masing perusahaan jika ditinjau dari segi komitmennya melalui pernyataan visi dan misi perusahaan yang dimuat dalam *annual report* oleh masing-masing perusahaan periode tahun 2017.

Berbeda perusahaan, berbeda pula penekanan *concern* serta CSR diantara perusahaan. Menurut grafik *numbers of words coded* pada gambar 2.1 hingga gambar 2.6, dapat diartikan bahwa masing-masing tema memiliki pion perusahaan tersendiri. Penyandingan ini tidak ditujukan untuk membandingkan, akan tetapi untuk mengetahui perusahaan mana yang relevan dengan suatu tema, serta perusahaan mana yang tidak relevan terhadap suatu tema. Tersedia enam tema dan seratus empat puluh delapan perusahaan yang telah disandingkan. Masing-masing tema tersebut diantaranya, *corporate commitment to be best practice, customer orientation, corporate ethics, developing stakeholders, maximizing shareholders value, dan humanity.*

Penyandingan ini membawakan hasil berupa terdapat enam dari seratus empat puluh delapan perusahaan yang menekankan suatu kata kunci yang berinteraksi dengan CSR berulang kali pada masing-masing tema sehingga mendapatkan skor kualitatif tertinggi. Berikut merupakan enam tema dengan perusahaan teratas dan terbawah pada masing-masing tema.

PT. Pan Brothers Tbk. menduduki posisi teratas dalam tema *corporate commitment to be best practice* dengan langkah berkomitmen untuk mengimplementasikan GCG, diikuti PT. Sekar Bumi Tbk. dengan skor sama. PT. Pan Brothers Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garment memproduksi sejumlah *brand* terkenal seperti Adidas, Uniqlo, Calvin Klein, H&M, dan masih banyak lagi. Sedangkan PT. Sekar Bumi Tbk. bergerak di bidang makanan olahan beku dengan *brand* Finna. Kemudian pada posisi terakhir dalam tema ini terdapat PT. Indomobil Sukses International Tbk. Perusahaan ini bergerak di bidang produsen kendaraan niaga maupun keluarga dengan *brand* Hino, Suzuki, dan lain sebagainya.

Pion tema kedua *customer orientation* ialah PT. Martina Berto Tbk. perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan dan produk herbal dengan *brand* Martha Tilaar. Diakhiri oleh PT. Saranacentral Bajatama Tbk. Perusahaan ini bergerak di bidang produsen beton dan baja. Keduanya merupakan perusahaan yang *concern* berorientasi pada pelanggan.

PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. serta PT. Inti Agri Resources keduanya menduduki sebagai pion tema ketiga *corporate ethics* dengan skor yang sama.

PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. bergerak di sektor *consumer goods industry* dengan tiga divisi yang menopang bisnis ini diantaranya divisi makanan, divisi beras, dan divisi kelapa sawit dengan *brand* makanan ringan Taro, Lays, beras Maknyuss, dan masih banyak lagi. Sedangkan PT. Inti Agri Resources bergerak dalam bidang produsen ikan Arowana merah dengan *brand* shelookRED. Kemudian ditutup oleh PT. Supreme Cable Tbk. pada urutan terakhir. Perusahaan ini bergerak di bidang produsen kabel listrik.

Pion tema keempat *developing stakeholders* diisi oleh PT. Sekar Bumi Tbk. perusahaan ini bergerak di bidang makanan olahan beku dengan *brand* Finna. Menariknya posisi terakhir dalam tema ini juga diisi oleh grup Sekar yaitu PT. Sekar Laut Tbk. sama seperti pion tema ini, perusahaan ini bergerak di bidang makanan olahan seperti krupuk udang dengan *brand* Finna.

PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. mengisi tema *maximizing shareholders value* sebagai pion. Perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan hasil perkebunan kelapa sawit ini memiliki komitmen kuat untuk pemaksimalan nilai pemegang sahamnya. Pada posisi terakhir dalam tema ini terdapat PT. Impack Pratama Industri. Perusahaan ini bergerak di bidang produsen beragam model atap bangunan dengan *brand* SolarTuff dan lain sebagainya.

Tema terakhir *humanity* dipimpin oleh PT. Argo Pantex Tbk. sebagai pion. Perseroan ini bergerak dalam bidang industri tekstil produsen benang katun serta kain *fabric*. Kemudian PT. Nipress Tbk. mengisi posisi terakhir

dalam tema ini. Perseroan ini bergerak di bidang produsen baterai meliputi aki hingga penyimpanan energi *solar system* dengan *brand* NS battery.

Sehubungan dengan penelitian Mansi et al,⁷⁷ dan Teoh dan Thong,⁷⁸ menghubungkan ukuran perusahaan dengan komitmen CSR merupakan keterbatasan dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena dua hal. Pertama, QSR®Nvivo adalah perangkat lunak eksplorasi data kualitatif yang tidak dapat menghubungkan variabel satu dengan variabel lain. Kedua, karena mencari hubungan keterkaitan merupakan *scope* penelitian kuantitatif sehingga judul dan rumusan masalah penelitian kualitatif ini mengalami perubahan cukup signifikan dibanding proposal skripsi yang diseminarkan.

Tabel 4.9 mengkomunikasikan perubahan judul yang dimaksud.

⁷⁷ Mansi, Pandey, and Ghauri, "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises."

⁷⁸ Teoh and Thong, "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting."

Tabel 4.9
Perubahan Judul dan Rumusan Masalah Penelitian.

	Sebelum Perubahan	Setelah Perubahan
Judul	Analisis Hubungan Ukuran Perusahaan Dengan Praktek CSR. (Studi Empiris Pada Pernyataan Visi Dan Misi Dalam Laporan Tahunan Periode 2017 Perusahaan Manufaktur Di Indonesia)	Analisis Komitmen Csr Perusahaan Publik Sektor Manufaktur
Rumusan Masalah	1. Apakah terdapat variasi praktek CSR di perusahaan besar, menengah, dan kecil pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia?	1. Apa tujuan perusahaan publik manufaktur periode tahun 2017 berkomitmen untuk melaksanakan CSR?
(Lanjutan)	2. Apakah ada hubungan pernyataan visi & misi dengan perusahaan berukuran besar, menengah, dan kecil dalam hal praktek CSR?	2. Bagaimana penekanan perusahaan publik manufaktur periode tahun 2017 berkomitmen untuk melaksanakan CSR?

Catatan: Sebelum perubahan merupakan judul beserta rumusan masalah ketika seminar proposal sedangkan setelah perubahan adalah judul beserta rumusan masalah ketika sidang munaqasah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perusahaan publik manufaktur dari ketiga sektor baik sektor industri dasar dan kimiawi, industri barang konsumen, maupun aneka ragam industri secara simultan memiliki paling tidak enam tujuan xx. Keenam tujuan tersebut meliputi menegakkan *good corporate governance* (GCG), berorientasi pelanggan, menciptakan reputasi organisasi yang baik, membangun kesejahteraan bagi pemangku kepentingan, menumbuhkan profit, serta mendukung aspek kemanusiaan dalam aktivitas bisnisnya yang tercantum dalam enam tema besar seperti *corporate commitment to be best practice, customer orientation, corporate ethics, developing stakeholders, maximizing shareholders value, dan humanity.*

Dengan keenam tujuan, perusahaan publik manufaktur masing-masing memiliki *concern* tersendiri. Pada tema pertama *corporate commitment to be best practice*, PT. Pan Brothers Tbk. sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang tekstil yang memiliki tekad kuat menjalankan GCG. Kemudian tema kedua *customer orientation*, PT. Martina Berto Tbk. sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan yang berorientasi pelanggan dengan menjunjung kepuasan pelanggan. Lalu tema ketiga *corporate ethics*, PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk. sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang berkomitmen untuk menciptakan reputasi organisasi yang baik. Kemudian tema keempat *developing stakeholders*, PT.

Sekar Bumi Tbk. sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan olahan yang memiliki niat untuk membangun kesejahteraan bagi pemangku kepentingan. Lalu tema kelima *maximizing shareholders value*, PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan minyak nabati yang memiliki tekad untuk memaksimalkan nilai pemegang saham dengan langkah menumbuhkan profit. Kemudian tema terakhir *humanity*, PT. Argo Pantes Tbk. sebuah perusahaan di bidang tekstil yang mendukung aspek kemanusiaan dalam operasional bisnisnya.

B. Saran

Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan beragam tema baru dengan mencari tahu konsentrasi operasi bisnis dari masing-masing sektor perusahaan publik dihubungkan dengan praktis CSRnya. Untuk menggapai itu dilakukan dengan mengambil data sekunder seluruh sektor perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek Indonesia menggunakan QSR®Nvivo dalam efektifitas mengolah data kualitatif.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini terdapat beragam keterbatasan dan kekurangan, atas segala keterbatasan dan kekurangan peneliti berharap kesediaan pembaca untuk mengirimkan suatu saran yang membangun melalui surat elektronik peneliti muhfaw.cpa@gmail.com. Terima Kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Bazeley, Pat. *Qualitative Data Analysis. Practical Strategies*. First Edition. Chennai: Sage Publications, 2013.

Bazeley, Pat, and Kristi Jackson. *Qualitative Data Analysis with NVivo*. Second edition. London: Sage Publications, 2013.

Candemir, Aykan, and Ali Erhan Zalluhoglu. “Exploring the Innovativeness and Market Orientation Through Mission and Vision Statements: The Case of Istanbul Stock Exchange Companies Aykan.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99 (2013): 619–628.

Charmaz, Kathy. *Constructing Grounded Theory*. London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006.

———. In *Constructing Grounded Theory*, p.2. London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006.

———. In *Constructing Grounded Theory*, p.9. London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006.

———. In *Constructing Grounded Theory*, p.10. London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, 2006.

David, Fred R., and Forest R. David. *Strategic Management. A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. 16th ed. Global Edition. Pearson, 2017.

Foundation, WWF. “Paris Climate Agreement.” [Https://Www.Worldwildlife.Org/](https://www.worldwildlife.org/). <https://www.worldwildlife.org/pages/paris-climate-agreement>.

Freeman, R Edward. “Stakeholder Theory of the Modern Corporation.” *General issues in business ethics* (1984).

Freeman, R. Edward, and John McVea. “A Stakeholder Approach to Strategic Management.” In *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, edited by Michael A. Hitt, R. Edward Freeman, and Jeffrey S. Harrison, 183–201. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd, 2017. Accessed January 20, 2019. <http://doi.wiley.com/10.1111/b.9780631218616.2006.00007.x>.

Garrison, Ray H, Eric W Noreen, Theresa Libby, Peter C Brewer, and Alan Webb. *Managerial Accounting*. Canadian Edition 10. Canada: McGraw-Hill Ryerson, 2015.

- Gharaibeh, Omar. "Interaction of Size and Momentum Effects in Jordan Firms: 2005-2014." *International Review of Management and Business Research* 4, no. 1 (2015): 121–136.
- Hill, Charles W L, and Gareth R Jones. *Essentials of Strategic Management*. 3rd ed. Mason: Cengage Learning, 2012.
- Idowu, Samuel O., and Céline Louche. "Corporate Social Responsibility: Concluding Remarks." In *Theory and Practice of Corporate Social Responsibility*, edited by Samuel O. Idowu and Céline Louche. Berlin: Springer, 2011.
- Indonesia, Bursa Efek. "Detail profil perusahaan tercatat - PT Martina Berto Tbk." Diakses pukul 22.22 5 Juli 2019. <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/detail-profile-perusahaan-tercatat/?kodeEmiten=MBTO>.
- . "Detail profil perusahaan tercatat - PT Pan Brothers Tbk." Diakses pukul 22.28 5 Juli 2019. <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/detail-profile-perusahaan-tercatat/?kodeEmiten=PBRX>.
- . "Detail profil perusahaan tercatat - PT Semen Indonesia (Persero) Tbk." Diakses pukul 22.13 5 Juli 2019. <https://idx.co.id/perusahaan-tercatat/profil-perusahaan-tercatat/detail-profile-perusahaan-tercatat/?kodeEmiten=SMGR>.
- . "Klasifikasi sektor dan sub sektor emiten di BEI." Diakses pukul 21.00 5 Juli 2019. <https://idx.co.id/produk/saham/>.
- Lestari, Novi Puji. "Perang dagang AS vs China bagi Indonesia." *Malang Post*. Malang, July 12, 2018, sec. Opini.
- Lucas, James R. "Anatomy of a Vision Statement." *Management Review* (February 1998).
- Mansi, Mansi, Rakesh Pandey, and Ehtasham Ghauri. "CSR Focus in the Mission and Vision Statements of Public Sector Enterprises: Evidence from India." *Managerial Auditing Journal* 32, no. 4/5 (April 4, 2017): 356–377.
- Pearce, John A., and Fred David. "Corporate Mission Statements: The Bottom Line." *Academy of Management Executive* 1, no. 2 (May 1987): 109–115.
- Salem Khalifa, Azaddin. "Three Fs for the Mission Statement: What's Next?" *Journal of Strategy and Management* 4, no. 1 (February 22, 2011): 25–43.
- Santoso, Andrew. "Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan tingkat pertumbuhan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Indonesia dengan struktur modal sebagai variabel moderating." *Management*, Universitas

Kristen Petra, 2015. Accessed November 26, 2018.
<https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detail?id=33083>.

Schiebel, Walter, and Pöchtrager DI Siegi. "Corporate Ethics as a Factor for Success." In *Empowering the Consumer to Make Responsible Choices*. BOKU Vienna: University of Agricultural Sciences, 2000.

Schiebel, Walter, and Siegi Pöchtrager. "Corporate Ethics as a Factor for Success – the Measurement Instrument of the University of Agricultural Sciences (BOKU), Vienna." *Supply Chain Management: An International Journal* 8, no. 2 (October 23, 2000). Accessed January 20, 2019. <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/13598540310468715>.

Schreier, Margrit. In *Qualitative Content Analysis in Practice*, 8. First Edition. London: Sage Publications, 2012.

Teoh, Hai-Yap, and Gregory Thong. "Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting: An Empirical Study in a Developing Country." *Accounting, Organizations and Society* 9, no. 2 (1984): 189–206.

The Free Encyclopedia, Wikipedia. "List of Parties to the Paris Agreement." [Https://Www.En.Wikipedia.Org/](https://www.en.wikipedia.org/). https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_parties_to_the_Paris_Agreement.

Thornberry, Neal. "A View About Vision." *European Management Journal* 15, no. 1 (February 1, 1997): 28–34.

Wakid, Nadiah Lutfi, Iwan Triyuwono, and Prihat Assih. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi* 4, no. 1 (September 12, 2013). Accessed January 24, 2019. <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/el-muhasaba/article/view/2329>.

Wangke, Humphrey. "Peluang Indonesia Dalam Masyarakat Ekonomi Asean 2015." *Info singkat hubungan internasional* 6, no. 10 (May 2014): 5–8.

Werther, William B., and David Chandler. "Strategic Corporate Social Responsibility as Global Brand Insurance." *Business Horizons* 48, no. 4 (July 2005): 317–324.

Wibisono, Yusuf. *Membedah konsep dan aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing, 2007.

Žukauskas, Pranas, Jolita Vveinhardt, and Regina Andriukaitienė. "Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against

Stakeholders.” *Management culture and corporate social responsibility* 3 (2018).

Zulfa, Vania, Milson Max, Iskar Hukum, and Irfan Ilyas. "Isu-Isu Kritis Lingkungan Dan Perspektif Global." *Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan* 5, no. 1 (June 20, 2015): 29–40.

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012, n.d.

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, n.d.

