

Bab V

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah diperoleh melalui pengolahan data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan untuk pertanyaan – pertanyaan yang hendak dijawab melalui penelitian ini. Pertanyaan penelitian pertama yang hendak dijawab melalui penelitian ini adalah, **apakah terdapat hubungan / pengaruh antara performa CSR dengan profitabilitas perusahaan (performa finansial)?** Jawaban untuk penelitian tersebut dilakukan dengan melihat kepada regresi dari 3 variabel sebagai tolak ukur performa finansial yang dijadikan variabel dependen dengan variabel total nilai / skor kuesioner CSR perusahaan sebagai indikator performa CSR. Dalam penelitian ini digunakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₀ : Tidak terdapat hubungan antara performa CSR perusahaan dengan performa finansialnya (H₀, $u = 0$)

H_a : Perusahaan yang memiliki performa CSR yang baik akan memiliki performa finansial yang baik (H_a, $u > 0$)

Adapun berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan hasil analisa statistik **bahwa terdapat kecenderungan bahwa faktor - faktor yang ada mendukung diterimanya H₀**, yang berarti bahwa tidak terdapat hubungan diantara **performa CSR perusahaan dengan profitabilitasnya**.

Hal ini menimbulkan beberapa pertanyaan, mengapa terdapat variasi hasil dengan penelitian rujukan yang dilakukan di luar negeri, dan mengapa perusahaan terus melakukan program CSR meskipun tidak terdapat hubungan diantara performa CSR dan performa finansial perusahaan, terlebih lagi hal ini dilakukan oleh

perusahaan – perusahaan tambang yang akhir – akhir ini menunjukkan adanya kenaikan kinerja dari sisi keuangan.⁶³Terdapat beberapa kemungkinan terhadap masalah ini, yakni:

1. Bahwa konsep CSR sendiri sudah mengakar lama dalam masyarakat Indonesia, sehingga ketika konsep dari luar ini diadopsi di sini masyarakat tidak memberikan respon dikarenakan hal tersebut sudah merupakan suatu kewajaran. Fenomena ini mirip dengan apa yang disebut dengan *hygiene factors*⁶⁴ dari teori motivasi Herzberg, dimana pelaksanaan CSR tidak akan memberikan suatu kepuasan tambahan kepada masyarakat, namun ketiadaannya akan menimbulkan ketidakpuasan. Sebagai contoh adalah kebiasaan dari perusahaan untuk membantu pembangunan masyarakat di sekitar tempat ia beroperasi, semisal melalui pembangunan tempat ibadah, sekolah, dll, maupun kebiasaan untuk merekrut pekerja dari daerah di sekitar pabrik perusahaan yang kesemuanya bertujuan untuk membangun relasi dengan masyarakat sekitar dan memperoleh "izin beroperasi".
2. Bahwa pandangan mengenai performa perusahaan yang hanya melihat dari sudut pandang finansial saja sudah tidak tertinggal dan tidak tepat. Saat ini telah berkembang konsep yang dikenal dengan *triple bottom line (people, planet, profit)* yang memandang performa perusahaan tidak hanya dari sisi finansial saja (*profit*), melainkan juga melalui sisi performa lingkungan (*planet*) dan praktek

⁶³ Dapat dilihat pada laporan keuangan perusahaan tambang (Antam, Freeport, Newmont, dan Pertamina) terutama pada bagian net incomenya yang terus mengalami peningkatan

⁶⁴ Faktor – faktor yang menghilangkan ketidakpuasan kerja, namun tidak memotivasi pegawai (Management 7th edition, Coulter – Robbins)

ketenagakerjaan yang adil dan menguntungkan bagi pegawai dimana perusahaan tersebut beroperasi (*people*).⁶⁵ Lebih lanjut lagi konsep *profit* tidak hanya berarti *profit* internal perusahaan, namun juga dampak ekonomi secara keseluruhan yang diterima oleh masyarakat ditempat perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan yang beroperasi dengan memperhatikan aspek lingkungan lebih memperoleh keuntungan pada jangka waktu yang panjang (*long run*) semisal bagi perusahaan – perusahaan kayu dengan melakukan sistim tebang pilih, dimana hanya kayu dengan umur tertentu saja yang boleh ditebang dan harus segera diganti dengan bibit pohon baru. Praktek semacam ini memastikan adanya keuntungan maksimum yang dapat diperoleh oleh perusahaan dari setiap pohon yang ditebangnya, dikarenakan pohon yang digunakan berada pada usia yang paling baik, dan pada jangka panjang praktek ini akan memastikan bahwa perusahaan selalu memiliki sumber daya untuk diolah sehingga menjamin *survivality* dari perusahaan. Keuntungan – keuntungan semacam itu tidak dapat ditangkap hanya dengan melihat kepada aspek performa finansial dari suatu perusahaan saja.

3. Indikator performa finansial (profitabilitas) yang digunakan tidaklah tepat. Mengingat sifat dari program – program CSR perusahaan yang lebih serupa dengan bentuk investasi perusahaan maka kiranya lebih tepat jika menggunakan pengukuran yang bersifat *forward looking* dibandingkan dengan pengukuran menggunakan rasio –

⁶⁵ www.wikipedia.org, keyword: triple bottom line

rasio keuangan yang lebih melihat kepada performa perusahaan yang sudah berlalu.

Sedangkan secara statistik, penolakan hipotesis tersebut dapat disebabkan oleh faktor – faktor berikut:

1. Segi teknis penelitian, dalam hal ini jumlah sampel dan rentang waktu penelitian (jumlah sampel yang terlalu kecil dan rentang penelitian yang terlalu pendek)
2. Arah hubungan yang diteliti yang mungkin kurang tepat

5.2 Saran

Penulis berdasarkan hasil penelitian ini menyarankan bahwa perusahaan – perusahaan yang ada, dimana dalam hal ini perusahaan tambang di Indonesia untuk mengevaluasi kembali program – program CSR yang telah dilakukannya selama ini, mengingat bahwa hasil penelitian ini menunjukkan ketiadaan manfaat dari program – program semacam ini bagi perusahaan terutama dalam segi finansial secara langsung. Hal – hal yang mungkin menjadi sebab dari hal ini telah disebutkan diatas meskipun masih pula memerlukan studi lebih lanjut. Dengan demikian perusahaan hendaknya cermat dalam pengalokasian dana CSR mereka.

Meskipun demikian perusahaan tetap tidak boleh menutup mata terhadap manfaat – manfaat lain dari CSR selain aspek *competitiveness* dan *market positioning* serta efisiensi operasional. Seperti yang diungkapkan oleh Matthew Brine, Rebecca Brown and Greg Hackett bahwa aspek - aspek tersebut berbeda – beda bagi masing – masing perusahaan dan ada aspek – aspek tertentu yang lebih menonjol dalam sektor industri tertentu atau dalam perusahaan tertentu.⁶⁶ Ada baiknya perusahaan

⁶⁶ Matthew Brine, Rebecca Brown and Greg Hackett, *Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context*, Corporations and Financial Services Division, the Australian Treasury, tahun publikasi tidak diketahui

melakukan penelitian lebih lanjut mengenai aspek apa yang lebih menonjol pada perusahaannya masing – masing dan berusaha untuk memaksimalkan aspek tersebut.

Hal lain yang berkaitan dengan CSR yang perlu menjadi perhatian perusahaan adalah tingkat *awareness* masyarakat (Indonesia) mengenai isu dan manfaat CSR yang mungkin masih rendah, meskipun hal ini masih perlu diteliti lebih jauh⁶⁷. Namun jika memang demikian sebaiknya perusahaan – perusahaan melakukan reorientasi program CSR mereka, dimana sebaiknya program – program semacam ini tidak hanya ditujukan semata dalam kerangka pembangunan sarana – sarana sosial, pemberian bantuan atau infrastruktur fisik bagi masyarakat di sekitar area tambang melainkan lebih ditujukan kepada *pendidikan masyarakat luas* mengenai isu – isu CSR dan dampaknya bagi mereka. Hal ini diperlukan guna meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai pentingnya hasil – hasil yang dapat dicapai melalui program – program CSR semacam ini, sehingga dengan demikian akan terbentuk kepedulian masyarakat.

Peningkatan *awareness* dari masyarakat ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, semisal dengan mengadakan seminar – seminar atau kegiatan – kegiatan bertema CSR yang melibatkan masyarakat, iklan – iklan layanan masyarakat yang bekerjasama dengan pemerintah maupun pihak media massa. Kerjasama dengan pihak media massa menjadi penting mengingat luasnya jaringan penyebaran informasi yang dimiliki oleh media massa, baik cetak maupun elektronik.

Awareness masyarakat dapat menghasilkan preferensi terhadap perusahaan berdasarkan performa CSR mereka, dimana hal ini adalah salah satu argumentasi dari pihak – pihak yang pro dengan CSR. Dalam hal perusahaan tambang preferensi masyarakat ini mungkin tidak akan berpengaruh secara langsung, mengingat produk

⁶⁷ Penelitian mengenai hal ini sudah dilakukan oleh TNS, dimana sebagian dari hasil penelitian ini dipublikasikan oleh Jakarta Post (January 31, 2008). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 86% masyarakat Indonesia tidak mengerti mengenai konsep CSR.

dari hasil tambang tidak berhubungan langsung dengan konsumen akhir (masyarakat luas). Meskipun demikian hal ini membuka potensi bagi hal lain, yakni berkurangnya resistensi masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Tentunya hal ini dapat dicapai jika perusahaan secara pro aktif memberikan keterbukaan informasi mengenai apa – apa saja yang terkait dengan aspek – aspek CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Keuntungan lain yang dapat diperoleh perusahaan dengan langkah tersebut adalah kemudahan dalam aspek finansial maupun operasional, dimana perusahaan dapat lebih mudah menemukan investor lokal yang mau menanamkan modalnya guna pengembangan kegiatan operasi perusahaan, serta kemudahan pemberian izin operasi baik oleh pemerintah maupun masyarakat setempat.

Dengan kesemuanya itu, tetaplah penting kiranya bagi perusahaan untuk mengingat tujuan utamanya yaitu untuk terus bertahan hidup. Apapun yang dilakukan oleh perusahaan tidaklah boleh kiranya untuk bertentangan dengan prinsip utama tersebut.

5.3 Penelitian- penelitian lanjutan

Mengingat batasan – batasan dalam penelitian ini, terutama dalam hal jumlah perusahaan yang menjadi responden, serta luasan bidang industri yang diambil maka dikhawatirkan bahwa apa menjadi hasil penelitian ini belum mencerminkan kenyataan yang sesungguhnya. Karena itu perlu diadakan perbaikan – perbaikan pada penelitian lanjutan yang mungkin didasarkan pada penelitian ini. Penelitian lanjutan yang dilakukan dapat melihat kepada beberapa hal berikut:

1. Aspek batasan yang telah disebutkan diatas. Dimana penelitian lanjutan yang dilakukan dapat mencari jawaban atas pertanyaan

- yang sama, namun dengan jumlah responden yang lebih luas dan dalam jangka waktu yang lebih lama (mis: diatas 1 tahun)
2. Aspek metode: Seperti yang telah disebutkan pada bagian awal dari penelitian ini bahwa terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk melakukan penilaian performa CSR, dimana masing – masing memiliki kelebihan dan kekurangan masing – masing. Hasil yang didapatkan dari penggunaan metode yang berbeda bisa jadi berbeda
 3. Aspek pengukuran performa finansial: Dalam penelitian ini performa finansial difokuskan kepada profitabilitas perusahaan, dengan menggunakan rasio – rasio keuangan, yang melihat performa perusahaan yang telah lalu. Penelitian – penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan metode pengukuran performa finansial yang bersifat *forward looking*. Salah satu contoh penelitian yang mencoba menggunakan metode pengukuran bersifat forward looking ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Xueming dan Bhattacharya (2006) yang menggunakan metode pengukuran dengan stock return dan Tobin's Q.⁶⁸
 4. Aspek Variabel Perantara / *Moderated Variable* / *Control Variable - Intervening*⁶⁹: Penelitian selanjutnya dapat mencoba untuk melihat lebih jauh mengenai aspek – aspek ini, karena seperti apa yang diungkapkan oleh Xueming dan Bhattacharya bahwa pengaruh antara performa CSR dengan performa finansial perusahaan

⁶⁸ Luo, Xueming & Bhattacharya C.B, “Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value”, *Journal of Marketing* Vol.70 (October 2006)

⁶⁹ Merupakan jenis variabel kontrol yang berada di antara variabel dependen dan independen dengan fungsi untuk menjembatani keduanya (Siregar (2006))

mungkin tidaklah bersifat langsung, tetapi melalui variabel perantara. Pemunculan variabel ini diperlukan jika terdapat hubungan kausal diantara variabel independen dan dependen⁷⁰.

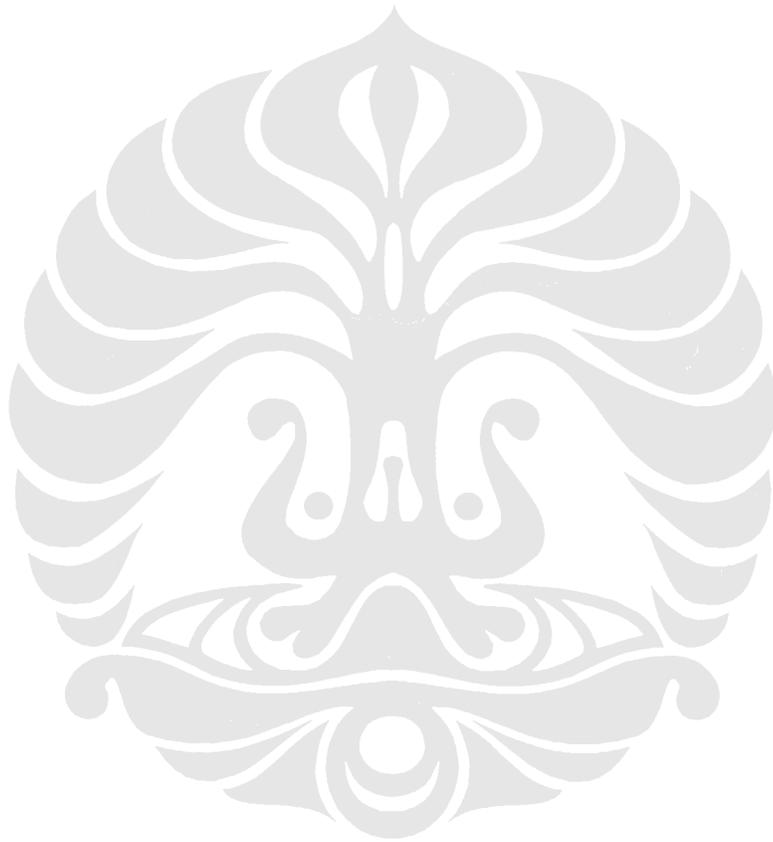
Dalam hal ini variabel ini diperlukan bila:

- a. Secara logika tidak mungkin kedua variabel berhubungan secara langsung
 - b. Tidak ada teori yang mendukung hubungan diantara keduanya
 - c. Diasumsikan ada variabel lain yang dapat digunakan untuk menghubungkan kedua variabel tersebut.
5. Aspek arah hubungan yang diteliti, penelitian selanjutnya sebaiknya mencoba untuk melihat hubungan dari arah yang sebaliknya (performa finansial – performa CSR atau hubungan *reciprocal* diantara keduanya).
6. Aspek – aspek yang terkait dengan penelitian ini, dimana dalam hal ini peneliti yang akan datang dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik lagi kepada aspek – aspek yang terkait dengan penelitian ini, semisal: Seberapa tinggi tingkat kesadaran masyarakat Indonesia mengenai isu – isu CSR ?⁷¹ Atau pengaruh dari pelaporan kegiatan CSR perusahaan kepada masyarakat dengan preferensi masyarakat terhadap produk / jasa dari perusahaan tersebut. Aspek pelaporan kegiatan CSR perusahaan yang dapat dilihat dalam hal ini antara lain : frekuensi dan media yang digunakan. Beberapa penelitian sudah mulai mengarah kepada aspek mengenai pelaporan CSR, semisal penelitian yang dilakukan oleh Rokhim (Pasca

⁷⁰ Siregar, Parluhutan “Variabel Penelitian: Jenis, Hubungan dan Pengukuran”, <http://litagama.org>

⁷¹ Semisal penelitian yang telah dilakukan oleh TNS.

Sarjana FEUI), dan Widodo (FISIP UI)⁷² maupun penelitian yang dilakukan oleh Sayekti (FEUI) dan Wondabio (FEUI)⁷³



⁷²Rokhim dan Widodo , “Informasi Sosial, Profitabilitas Dan Imbal Hasil Saham:Studi Kasus di Bursa Efek Jakarta pada 2005 – 2006”

⁷³ Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondabio, Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient