

**PENGARUH BIAYA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP PENJUALAN
(STUDI PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK. PERIODE 2009-
2018)**

EG 20/12-2019



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi

Oleh:
Tiffany Sharon
2016130042

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2019**

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY COSTS ON SALES
(STUDY ON PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK.
PERIOD OF 2009-2018)**

EG 20/12-2019



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics*

**By
Tiffany Sharon
2016130042**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited by National Accreditation Agency
No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2019**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP PENJUALAN
(STUDI PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK.
PERIODE 2009-2018)**

Oleh:

Tiffany Sharon

2016130042

Bandung, Desember 2019

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Dr. Sylvia Fettry Maratno, S.E., S.H., M.Si., Ak.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Elizabeth Tiur Manurung, M.Si., Ak., CA., CIRR.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Tiffany Sharon
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 16 November 1998
NPM : 2016130042
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Biaya *Corporate Social Responsibility* terhadap Penjualan (Studi pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

Dr. Elizabeth Tiur Manurung, M.Si., Ak., CA., CIRR.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : Desember 2019

Pembuat pernyataan : Tiffany Sharon



(Tiffany Sharon)

ABSTRAK

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan perlu memperhatikan dan menjaga hubungan dengan para *stakeholders*, yang terdiri dari pemegang saham, kreditur, pemasok, karyawan, masyarakat sekitar, dan yang lainnya. Perusahaan juga perlu menjalankan kegiatan operasional dengan bertanggung jawab. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, perusahaan dapat melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*. Untuk dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*, maka perusahaan memerlukan biaya untuk mewujudkannya. Besarnya biaya bergantung dari seberapa banyak dan jenis kegiatan yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini akan membagi biaya terkait kegiatan *corporate social responsibility* menjadi biaya bina lingkungan dan biaya program kemitraan dan dihubungkan dengan penjualan.

Biaya-biaya tersebut akan diteliti pengaruhnya terhadap penjualan. Hal ini dilakukan untuk membuktikan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan, maka akan berdampak positif pada pertumbuhan penjualan. Kegiatan CSR yang semakin banyak dan jenis kegiatan dalam skala besar cenderung dapat meningkatkan biaya yang dibutuhkan dan akan berdampak positif pada penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *causal study* dan menggunakan langkah penelitian *hypothethico-deductive method*. *Sample* yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT Perusahaan Gas Negara Tbk. yang dipilih menggunakan *non-probability sampling* memakai metode *judgmental sampling*. Data diperoleh dari laporan tahunan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018 dan sumber lain seperti *website* perusahaan, buku, jurnal, dan yang lainnya. Data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan bantuan program SPSS 25. Uji yang dilakukan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Biaya bina lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan; (2) biaya program kemitraan berpengaruh negatif signifikan terhadap penjualan; (3) biaya bina lingkungan dan biaya program kemitraan secara simultan berpengaruh terhadap penjualan.

Kata kunci: biaya tanggung jawab sosial, biaya bina lingkungan, biaya program kemitraan, penjualan

ABSTRACT

In carrying out its operational activities, the company needs to pay attention to and maintain relationships with stakeholders, which consist of shareholders, creditors, suppliers, employees, local communities, and others. The company also needs to carry out operational activities responsibly. To be able to realize this, the company can implement corporate social responsibility. To be able to carry out activities related to corporate social responsibility, the company needs funds to make it happen. The amount of the cost depends on how many activities the company does. This study will divide the costs associated with corporate social responsibility activities into the costs of community development, costs of partnership program, and costs of employee welfare and associated with sales.

These costs will be examined the effect on sales. This is done to prove previous research which states that the more CSR activities implemented, the more it will have a positive impact on sales growth. So that the greater the costs of CSR should mean that more and more CSR activities will have a positive impact on sales.

The research method used is the causal study method and uses the hypothetico-deductive model. The sample used in this study was PT Perusahaan Gas Negara Tbk. chosen using non-probability sampling using judgmental sampling methods. The data is obtained from the annual report of PT Perusahaan Gas Negara Tbk. period of 2000 until 2018 and other sources such as company websites, books, journals, and others. The collected data is then tested using the help of the SPSS 25 program. The test conducted is a classic assumption test consisting of normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, and autocorrelation test. Then, the hypothesis test is done by the t test, f test, and coefficient of determination test.

The results of this study are as follows: (1) the communities development costs has a significant positive effect on sales; (2) the partnership program costs has a significant negative effect on sales; (3) the communities development costs and partnership program costs simultaneously has effect on sales.

Keyword: corporate social responsibility costs, communities development costs, partnership costs, sales

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, anugerah, serta penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya *Corporate Social Responsibility* Terhadap Penjualan (Studi pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk.)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penulis mendapat banyak bantuan, saran, dukungan, serta doa dari berbagai pihak sejak awal perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga penulis yaitu kedua orang tua dan adik penulis, Felicia Valentina yang selalu menghibur, mendoakan, memberikan semangat, memotivasi, memberi nasihat kepada penulis selama ini.
2. Ibu Dr. Elizabeth Tiur Manurung, M.Si., Ak., CA., CIRR. selaku dosen pembimbing yang bersedia menyediakan waktu dan tenaga dalam membimbing serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Paulina Permatasari, S.E., M.Ak., CMA., CSRS., CSRA. selaku dosen wali penulis yang memberi arahan dalam pemilihan mata kuliah.
4. Ibu Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno., S.E., S.H., M.Si., Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah membagikan ilmu bagi penulis selama kegiatan perkuliahan.
6. Elviana Yuriska dan Yuliana Engel selaku teman-teman seperjuangan sejak awal perkuliahan hingga sekarang yang bersedia mengajari penulis, meminjamkan catatan, mendengarkan cerita penulis, serta memberikan dukungan, masukan, dan motivasi kepada penulis.
7. Giovani Geraldine, Jessica Tania, Livia Jane, Cecille Tanubrata, Shania Devina, Levithia, Cecilia Chindy, Nita Tiffani, Maria Inez, Yolana Yoviani, Angela Lucyani, Cynthia Noviani selaku teman-teman di perkuliahan yang menjadi teman di kelas, berbagi informasi, bertukar cerita, dan saling mendukung dalam

hal perkuliahan. Terima kasih karena telah mewarnai hari-hari penulis selama menjalani perkuliahan.

8. Yohanes Kurniawan, Irvan Stefanus, Kezia Fenella, Frans Aprillianto serta kakak-kakak dan teman-teman rohani yang senantiasa memberikan doa dan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman akuntansi angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas bantuan, dukungan, dan hiburan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis menghargai kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, Desember 2019

Tiffany Sharon

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian.....	3
1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Teori Legitimasi	7
2.2. Teori <i>Stakeholder</i>	8
2.3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.3.1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.3.2. Manfaat Melakukan <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.3.3. Peraturan Berkaitan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia	15
2.3.4. Biaya <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.4. Penjualan	19
2.4.1. Tahap-tahap penjualan	20
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	21
2.5. Hubungan biaya <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Penjualan	22
2.5.1. Hubungan Biaya Bina Lingkungan dan Penjualan	22
2.5.2. Hubungan Biaya Program Kemitraan dan Penjualan.....	23
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	25
3.1. Metode Penelitian.....	25
3.1.1. Langkah Penelitian.....	25
3.1.2. Operasionalisasi Variabel.....	26

3.1.3.	Sumber data.....	28
3.1.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.1.5.	Populasi dan Sampel	29
3.1.6.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	30
	3.1.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	30
	3.1.6.2. Analisis Regresi.....	30
	3.1.6.3. Uji Asumsi Klasik	31
	3.1.6.4. Uji Hipotesis	33
3.2.	Objek Penelitian	34
3.2.1.	Sejarah PT Perusahaan Gas Negara Tbk.....	35
3.2.2.	Profil dan Kegiatan Usaha PT Perusahaan Gas Negara Tbk.	37
3.2.3.	Visi dan Misi PT Perusahaan Gas Negara Tbk.....	44
3.2.4.	Struktur Organisasi PT Perusahaan Gas Negara Tbk.....	44
3.2.5.	Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang Dilakukan PT Perusahaan Gas Negara Tbk.	46
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1.	Hasil Pengumpulan Data.....	47
4.1.1.	Biaya Bina Lingkungan Perusahaan (X1).....	47
4.1.2.	Biaya Program Kemitraan Perusahaan (X2)	54
4.1.3.	Penjualan (Y).....	60
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif	66
4.3.	Analisis Uji Asumsi Klasik.....	67
4.4.	Analisis Regresi Berganda.....	71
4.5.	Hasil Uji Hipotesis	72
4.6.	Pembahasan.....	76
	4.6.1. Pengaruh Biaya Bina Lingkungan terhadap Penjualan	76
	4.6.2. Pengaruh Biaya Program Kemitraan terhadap Penjualan	76
	4.6.3. Pengaruh Biaya Bina Lingkungan dan Biaya Program Kemitraan terhadap Penjualan	77
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1.	Kesimpulan	79
5.2.	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	81

LAMPIRAN.....	84
RIWAYAT HIDUP PENULIS	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perkembangan Corporate Social Responsibility.....	10
Tabel 3.1. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	34
Tabel 4.1. Biaya Bina Lingkungan pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018.....	47
Tabel 4.2. Rincian Biaya Bina Lingkungan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018	49
Tabel 4.3. Biaya Program Kemitraan PT Perusahaan Gas Negara Tbk Periode 2009- 2018.....	54
Tabel 4.4. Rincian Biaya Program Kemitraan PT Perusahaan Gas Negara Tbk Periode 2009-2018	56
Tabel 4.5. Rincian Biaya Penyaluran Pinjaman Lunak PT Perusahaan Gas Negara Tbk Periode 2009-2018.....	57
Tabel 4.6. Penjualan PT Perusahaan Gas Negara Tbk Periode 2009-2018	60
Tabel 4.7. Rincian Penjualan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018	62
Tabel 4.8. Hasil Statistik Deskriptif (Dalam Triliunan Rupiah)	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.12. Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Berganda	71
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	73
Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	74
Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar 2.1. Piramida <i>Corporate Social Responsibility</i> Menurut Carroll.....	12
Gambar 3.1. Segmen Usaha PT Perusahaan Gas Negara Tbk.....	41
Gambar 3.2. Sinergi <i>Subholding</i> Gas di PT Perusahaan Gas Negara Tbk.....	43
Gambar 3.3. Struktur Organisasi PT Perusahaan Gas Negara Tbk. tahun 2018.....	45
Gambar 4.1. Grafik Biaya Bina Lingkungan pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018.....	48
Gambar 4.2. Grafik Rincian Biaya Bina Lingkungan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018	50
Gambar 4.3. Grafik Biaya Program Kemitraan PT Perusahaan Gas Negara Tbk Periode 2009-2018.....	55
Gambar 4.4. Grafik Rincian Biaya Program Kemitraan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018	56
Gambar 4.5. Grafik Rincian Penyaluran Pinjaman Lunak PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018	58
Gambar 4.6. Grafik Penjualan Periode 2009-2018	60
Gambar 4.7. Grafik Rincian Penjualan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Periode 2009-2018	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Contoh Laba Rugi

Lampiran 2. Contoh Realisasi Biaya Bina Lingkungan

Lampiran 3. Contoh Realisasi Biaya Program Kemitraan

Lampiran 4. Contoh Rincian Penjualan

Lampiran 5. Perhitungan Penjualan dengan Mata Uang Rupiah

Lampiran 6. Tabel Distribusi t

Lampiran 7. Tabel Distribusi F

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Corporate social responsibility (CSR) ditemukan sejak abad ke-20, lebih tepatnya sejak tahun 1950 hingga sekarang. Howard R. Bowen mulai mengenalkan mengenai CSR modern dalam bukunya yang berjudul *Social Responsibilities of The Businessman* pada tahun 1953. Bowen mengartikan *corporate social responsibility (CSR)* sebagai sebuah obligasi dari pengusaha untuk membuat kebijakan, membuat keputusan, atau untuk mengikuti langkah-langkah yang ditentukan berkaitan dengan masyarakat (Rahman, 2011).

Di Indonesia sendiri sudah terdapat peraturan yang mengatur terkait dengan CSR, yaitu di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman modal dalam pasal 15 bahwa perusahaan penanam modal wajib melakukan tanggung jawab sosial. Selain itu, diatur juga dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 1 Nomor 3 di Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa CSR yang menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Erawaty, 2009).

Menurut Johnson (1971) seperti dikutip oleh Rahman (2011), suatu perusahaan yang bertanggung jawab adalah perusahaan yang manajemen perusahaannya dapat melakukan keseimbangan terkait berbagai pihak. Selain manajemen perusahaan berusaha untuk mendapatkan laba yang besar bagi pemegang saham, namun harus juga bertanggung jawab pada komunitas lokal, negara, karyawan, dan pemasok. Secara khusus pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan terkait CSR untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN dan Peraturan Menteri BUMN PER-02/MBU/7/2017 tanggal 05 Juli 2017 Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-09/MBU/07/2015 Tentang Program Kemitraan Dan Program Bina Lingkungan. PKBL merupakan tanggung jawab Badan Usaha Milik Negara (BUMN) kepada masyarakat

dan lingkungan sebagai pihak eksternal. Untuk dapat melakukan kegiatan CSR, perusahaan memerlukan dana untuk membiayai kegiatan tersebut. Biaya tersebut dibutuhkan bergantung pada kegiatan apa yang hendak dilakukan terkait dengan program bina lingkungan dan program kemitraan.

Pengeluaran biaya-biaya *Corporate Social Responsibility (CSR)* tersebut memiliki dampak positif bagi perusahaan yang melakukannya. Salah satu keuntungan dari melakukan kegiatan CSR, yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) adalah dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Menurut Roy (2014), kegiatan CSR membantu perusahaan dalam menguatkan *brand image* produk dan reputasi perusahaan di mata konsumen juga pemasok. Selain itu kegiatan CSR juga dapat menjadi salah satu alat promosi yang dapat digunakan perusahaan. Hal ini tentu dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Peningkatan penjualan perusahaan akan berdampak pada peningkatan profit yang akan menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan meneliti mengenai hubungan biaya untuk kegiatan *corporate social responsibility* yang terdiri dari biaya bina lingkungan dan biaya program kemitraan dengan penjualan pada salah satu perusahaan BUMN di Indonesia. Perusahaan BUMN yang dipilih adalah PT Perusahaan Gas Negara Tbk. yang sudah melakukan program bina lingkungan dan kemitraan sejak tahun 2006 dan secara konsisten menjalankannya sampai dengan sekarang. Perusahaan juga membagi program bina lingkungan dan kemitraan menjadi berbagai bidang bantuan secara konsisten setiap tahunnya.

PT Perusahaan Gas Negara (PGN) Tbk. merupakan perusahaan nasional Indonesia terbesar di bidang transportasi dan distribusi gas bumi yang berperan besar dalam pemenuhan gas bumi domestik. Gas bumi merupakan salah satu alternatif bahan bakar yang lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan bahan bakar lain seperti bahan bakar minyak (BBM) dan batu bara (www.properti.kompas.com dan www.ekonomi.kompas.com). PT Perusahaan Gas Negara senantiasa melakukan kegiatan *corporate social responsibility* secara berkala. PT PGN berhasil meraih beberapa penghargaan terkait dengan kegiatan CSR, diantaranya mendapat Peringkat Platinum (*Platinum Rank*) dalam *Asia Sustainability Reporting Rating (ASRR)* 2018 yang diselenggarakan oleh *National Center for Sustainability Reporting (NCSR)*,

mendapatkan Top CSR Award untuk kategori Top CSR distribusi gas, dinobatkan sebagai *The Best Indonesia Green Awards 2018*, dan penghargaan lainnya.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang ini akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya *Corporate Social Responsibility* terhadap Penjualan (Studi pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk.)”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di bagian sebelumnya, dirumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya bina lingkungan terhadap penjualan pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018?
2. Bagaimana pengaruh biaya program kemitraan terhadap penjualan pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018?
3. Bagaimana pengaruh biaya bina lingkungan dan biaya program kemitraan terhadap penjualan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh biaya bina lingkungan terhadap penjualan pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018.
2. Menganalisis pengaruh biaya program kemitraan terhadap penjualan pada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018.
3. Menganalisis pengaruh biaya bina lingkungan dan biaya program kemitraan terhadap penjualan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. periode 2009-2018.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada PT Perusahaan Gas Negara Tbk mengenai hubungan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan *corporate social responsibility* (biaya bina lingkungan dan biaya program

kemitraan) dan penjualan yang berguna untuk pengambilan keputusan manajemen perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menjadi bahan referensi untuk peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang serupa.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi investor dalam berinvestasi di PT Perusahaan Gas Negara Tbk. dengan melihat keberlangsungan hidup perusahaan yang tercermin dari kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar melalui kegiatan CSR yang dilakukan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan selain melakukan kegiatan operasinya juga melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan yang mengeluarkan biaya yang besar untuk kegiatan CSR memiliki penjualan, profitabilitas, laba, dan produktivitas karyawan yang lebih tinggi (V.Lins, Servaes, & Tamayo, 2017). Menurut Roy (2014), kegiatan CSR memberikan beberapa keuntungan, yaitu:

1. Dapat membantu perusahaan dalam menguatkan *brand image* produk dan reputasi perusahaan di mata konsumen juga pemasok.
2. Dapat menjadi salah satu alat promosi yang dapat digunakan perusahaan. Misalkan kegiatan CSR yang dilakukan suatu perusahaan adalah memberi bantuan mobil ambulans, membangun gedung olahraga, melakukan pembinaan untuk suatu desa, dan yang lainnya. Dalam melakukan kegiatan CSR tersebut, perusahaan dapat menggunakan papan nama, papan reklame, spanduk, stiker logo perusahaan misalnya di kendaraan dan barang-barang yang disumbangkan, di daerah yang diberi bantuan sehingga akan membuat masyarakat mengenali dan mengingat perusahaan dan selanjutnya mungkin akan menggunakan produk perusahaan tersebut.

Hal ini tentu dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Peningkatan penjualan perusahaan akan berdampak pada peningkatan profit yang akan menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan memerlukan dana untuk membiayai kegiatan CSR perusahaan. Pada PT Perusahaan Gas Negara sendiri biaya CSR tersebut terbagi menjadi biaya bina lingkungan dan biaya program kemitraan. Biaya bina lingkungan diantaranya terdiri dari biaya yang dikeluarkan untuk bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pelestarian alam, dll. Biaya program kemitraan terdiri dari biaya yang dikeluarkan untuk membantu usaha kecil di sekitar perusahaan agar menjadi tangguh dan mandiri.

Seperti sudah dijelaskan jika semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan CSR, maka perusahaan memiliki penjualan yang tinggi juga. Semakin banyak kegiatan CSR akan mengakibatkan biaya kegiatan CSR juga semakin besar. Oleh karena itu biaya kegiatan CSR memiliki pengaruh terhadap penjualan perusahaan.

Menurut V.Lins, Servaes, dan Tamayo (2017) dalam penelitian yang berjudul “Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis” menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* yang lebih banyak, akan berdampak positif pada pertumbuhan penjualan perusahaannya. Dampak positif ini tidak hanya dirasakan saat keadaan ekonomi stabil, namun juga dirasakan saat ekonomi berada dalam keadaan krisis.

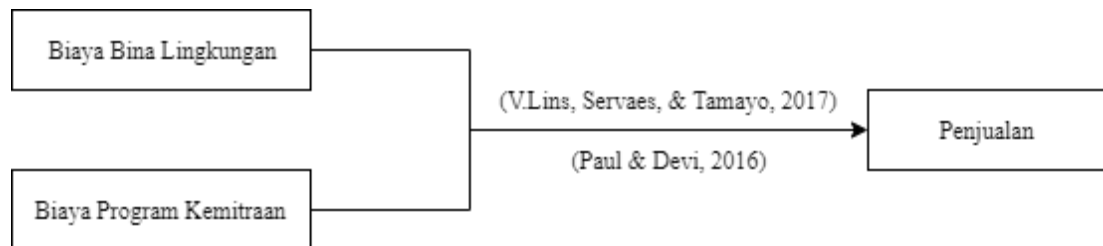
Menurut Paul dan Devi (2016) dalam penelitian yang berjudul “A Study On Impact Of CSR (Corporate Social Responsibility) on Sales of Indian Companies” menyatakan bahwa berdasarkan uji korelasi, terdapat hubungan positif antara peningkatan investasi CSR terhadap penjualan perusahaan di sektor kesehatan, agrikultur, dan teknologi informasi. Sementara di industriomotif, terdapat hubungan positif dan negatif antara peningkatan investasi CSR terhadap penjualan untuk perusahaan yang berbeda. Untuk di perusahaan sektor energi terdapat hubungan negatif antara investasi CSR dan penjualan perusahaan. Berdasarkan uji regresi, investasi CSR memiliki pengaruh terhadap penjualan pada perusahaan di sektor

kesehatan dan agrikultur. Sementara investasi CSR tidak memiliki pengaruh terhadap penjualan pada perusahaan di sektor manufaktur dan teknologi informasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran dari penelitian ini :

Gambar 1.1.

Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil olahan peneliti