

JURNAL EKONOMIKA SYARIAH

Journal of Economic Studies

Vol. 2 No. 1 Januari - Juni 2018

ANALISIS PENGARUH ANGKATAN KERJA DAN INFLASI TERHADAP PERDAGANGAN INTERNASIONAL DI INDONESIA DALAM KAJIAN EKONOMI MAKRO ISLAM

Amsah Hendri Doni, Iiz Izmuddin

PENGARUH PROFESIONALISME DAN KOMITMEN ORGANISAS TERHADAP KINERJA INTERNAL AUDITOR (Pada PDAM Kota Bandung)

Feni Lestari

MORAL EKONOMI PETANI MISKIN DI JORONG TABEK NAGARI TABEK KECAMATAN PARIANGAN KABUPATEN TANAH DATAR DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PENGENTASAN KEMISKINAN

Vivi Yulia Nora

PENGARUH RASIO SOLVABILITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2012 - 2016

Fitria

HUBUNGAN SIMULTAN ANTARA AKTIVITAS PENGAWASAN PERUSAHAANDENGAN KINERJA PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA

Habibatur Ridhah

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) PADA PT BANK SYARIAH BUKOPIN

Indah Tri Wulandari, Tartila Devy

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PENGGUNAAN ANGGARAN BELANJA PADA KOMISI PEMILIHAN UMUM PERIODE 2011-2015

(studi Kasus Pada Komisi Pemilihan Umum Kota Payakumbuh)

Adilla Juita Siska, Nono Afrianto



PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PADA PT BANK SYARIAH BUKOPIN

Indah Tri Wulandari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam LAIN BUKITTINGGI

Email: indahtrivulandari@gmail.com

Tartila Devy, SE., M.Ak

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam LAIN BUKITTINGGI

Email: tartiladv@gmail.com

Diterima: 30 Januari 2018	Direvisi : 15 April 2018	Diterbitkan: 30 Juni 2018
---------------------------	--------------------------	---------------------------

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the extent of the influence of Bank Syariah Bukopin's profitability and leverage on Social Corporate Responsibility. This type of research is quantitative descriptive research, using multiple regression analysis. The variables in this study consist of one dependent variable and two independent variables. The dependent variable or Y variable in this study is corporate social responsibility (Corporate Social Responsibility), while the independent variable consists of X1 namely profitability and X2 namely leverage. The type of data used in this study is to use secondary data. Data is taken from financial reports and corporate social responsibility disclosure reports at PT Bank Syariah Bukopin. The results of this study indicate that Profitability (ROA) has a significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR). So also with Leverage (Debt to Equity) has a significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR). Together Profitability (ROA) and Leverage (Debt to Equity) do not have a significant effect on Corporate Social Responsibility (CSR) at PT Bank Syariah Bukopin

Keyword: ROA, Debt to Equity, Corporate Social Responsibility

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh profitabilitas dan leverage di Bank Syariah Bukopin terhadap *Social Corporate Responsibility*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan analisis Regresi Berganda. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan dua variabel independen. Variabel dependen atau variabel Y dalam penelitian ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), sedangkan variabel independen terdiri dari X1 yaitu profitabilitas dan X2 yaitu *leverage*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder. Data diambil dari laporan keuangan dan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT Bank Syariah Bukopin. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Begitu

juda dengan *Leverage (Debt to Equity)* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Secara bersama-sama Profitabilitas (ROA) dan *Leverage (Debt to Equity)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT Bank Syariah Bukopin

Kata kunci: ROA, *Debt to Equity*, *Corporate Social Responsibility*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi¹. Dalam penelitian ini penulis memilih ROA sebagai variabel dalam mengukur tingkat profitabilitas dengan alasan karena ROA merupakan rasio terpenting yang dapat mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Berdasarkan informasi yang didapat dari survei awal melalui Annual Report PT Bank Syariah Bukopin yang telah di publikasi, tingkat profitabilitas perusahaan yang dinilai dari ROA (*Return on Asset*) dari tahun 2011 sampai 2016 mengalami fluktuasi. Yang mana besarnya ROA pada tahun 2011 adalah 0,52%, tahun 2012 adalah 0,55%, tahun 2013 adalah 0,69%, tahun 2014 adalah 0,27%, tahun 2015 adalah 0,79%, dan tahun 2016 adalah 0,76%². Dari sini dapat dilihat bahwa ukuran efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan

dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki oleh Bank Syariah Bukopin masih perlu diperbaiki pada tahun-tahun berikutnya.

Di dalam laporan keuangan juga dikenal dengan istilah *Leverage*. *Leverage* adalah penggunaan aset atau dana, di mana atas penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung beban tetap berupa penyusutan atau berupa bunga³. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi. Penulis memilih *Debt to Equity* dalam menilai rasio *leverage* dengan alasan karena *Debt to Equity* merupakan salah satu ukuran paling mendasar dalam keuangan perusahaan. Oleh karena itu, rasio ini merupakan pengujian yang baik bagi kekuatan keuangan perusahaan. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari survei awal melalui *Annual Report* PT Bank Syariah Bukopin yang telah dipublikasi, rasio *leverage* yang dinilai dari *Debt to Equity* diambil dari perbandingan antara total *liability* (utang) dengan total *equity* (modal) pada tahun 2011 adalah 9,66%, tahun 2012 adalah 12,25%, tahun 2013 adalah 13,82%, tahun 2014 adalah 9,30%, tahun 2015 adalah 8,21%, sedangkan pada tahun 2016 adalah 7,80%⁴. Oleh karena itu,

¹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 196

² Official website Bank Syariah Bukopin yang telah dipublikasi

³ Abdul Halim, *Manajemen Keuangan Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hal. 64

⁴ Official website Bank Syariah Bukopin yang telah dipublikasi

tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang PT Bank Syariah Bukopin juga mengalami fluktuasi.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas⁵.

Dalam gagasan CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *Single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu selain memperhatikan kondisi keuangan juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak akan menjamin bagi perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Di dunia perbankan, CSR telah menjadi tren baru yang menarik terutama ketika Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) meluncur panduan yang memaksa industri perbankan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Gema tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dimulai sejak tahun 1960-an saat di mana secara global, masyarakat dunia baru pulih dari *excess* Perang Dunia I dan II, serta mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan⁶. Di Indonesia, kegiatan CSR

diwajibkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74⁷.

PT Bank Syariah Bukopin dalam menjalankan aktivitasnya selalu berupaya memberikan kontribusi positif, baik pada karyawan, lingkungan sekitar, maupun masyarakat luas. Salah satunya melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Dari survei awal di dapat informasi bahwa sepanjang tahun 2011 sampai dengan tahun 2016, PT Bank Syariah Bukopin melaksanakan program CSR menjadi ke dalam 2 jenis program, yaitu Program Berkelanjutan untuk jangka waktu yang panjang, dan *basic* program yang pelaksanaannya disesuaikan dengan kebutuhan. Untuk Program Berkelanjutan tersebut masih difokuskan pada 2 bidang, yaitu pendidikan dan pemberdayaan ekonomi mikro. Pada bidang pendidikan, PT Bank Syariah Bukopin fokus pada pemberian wawasan atau pendidikan mengenai perbankan syariah dan produk-produk perbankan syariah di sekolah-sekolah / kampus-kampus atau kegiatan-kegiatan tertentu, dan kunjungan sekolah-sekolah ke PT Bank Syariah Bukopin untuk lebih mengenal perbankan syariah. Sedangkan, pada program pemberdayaan ekonomi mikro, PT Bank Syariah Bukopin fokus untuk kegiatan sosial kecil untuk mendukung pasar mikro dengan memberikan bantuan dana ke beberapa yayasan sosial.

Meskipun kegiatan usaha PT Bank Syariah Bukopin tidak menghasilkan dampak langsung pada keberlangsungan lingkungan, PT Bank Syariah Bukopin tetap mengedepankan komitmen tanggung jawabnya terhadap aspek lingkungan. PT

⁵Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2014), hal. 3

⁶Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 49

⁷A. B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hal. 2

Bank Syariah Bukopin berupaya untuk dapat berkontribusi dalam kegiatan CSR aspek lingkungan dengan memberikan bantuan kebersihan lingkungan yang dilaksanakan masyarakat. Selain itu, PT Bank Syariah Bukopin juga mengupayakan dan mendukung program ramah lingkungan dan efisiensi terhadap material-material yang bersumber dari alam. Misalnya, dalam penggunaan kertas, PT Bank Syariah Bukopin memanfaatkan kembali kertas bekas untuk mencetak dokumen-dokumen internal PT Bank Syariah Bukopin. PT Bank Syariah Bukopin juga mendukung gerakan hemat energi dengan mulai mengurangi penggunaan listrik tidak terpakai pada malam hari dan/atau ruangan-ruangan yang kosong di kantor-kantor milik PT Bank Syariah Bukopin.

Selanjutnya pelaksanaan CSR terhadap karyawan yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Bukopin antara lain, pada tahun 2016, PT Bank Syariah Bukopin telah menerapkan kebijakan pemberian bantuan pendidikan kepada karyawan, bonus/tunjangan prestasi kerja kepada karyawan, tunjangan Hari Raya Idul Fitri diberikan kepada seluruh karyawan dengan status tetap/kontrak/harian, pemberian Tunjangan Jaminan Pensiun pada BPJS Ketenagakerjaan bagi karyawan dan pemberian apresiasi akhir tahun pada karyawan. Selain itu, selama tahun 2016 karyawan telah dilindungi Asuransi Adira Dinamika Medicillin, BPJS Kesehatan, dan BPJS Ketenagakerjaan, serta bantuan-bantuan perusahaan lainnya yang bersifat insidental⁸.

Dari aspek pengembangan sosial dan kemasyarakatan, saat bulan Ramadhan seluruh cabang khususnya PT Bank Syariah

⁸Official website Bank Syariah Bukopin yang telah dipublikasi

Bukopin Cabang Bukittinggi menjalankan program CSR, seperti “*Sabur On The Road*”, itikaf, bantuan masjid dan santunan ke Yayasan Anak Yatim & Dhuafa. Selain itu, dalam rangka meramaikan Milad BSB, PT Bank Syariah Bukopin juga menjalankan program CSR, seperti donor darah, Bantuan acara lomba Hifzil Quran Bukittinggi, Bantuan acara Musabaqah Akbar Ahwal Al Syakhshiyah Bukittinggi, bantuan acara Hafiah Khatam Al-Quran, bantuan sembako untuk petugas kebersihan, dll.

Bagi Bank Syariah, aktivitas-aktivitas sosial merupakan nilai tambah yang dapat berimplikasi pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang dan *goodwill* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan *stakeholder* terhadap kinerja bank syariah⁹. Sebagai lembaga *intermediary* antara pihak surplus dan defisit, maka meningkatnya kinerja bank syariah bisa diamati dari meningkatnya jumlah dana pihak ketiga yang disetorkan oleh nasabah atau meningkatnya pengajuan pembiayaan. Begitu juga dengan leverage, segala aktivitas-aktivitas bank yang menyangkut dengan masalah keuangan akan berimplikasi juga pada rasio-rasio keuangan. Namun, dewasa ini aktivitas CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang positif, bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas jangka panjang¹⁰.

Dari survei awal yang telah dilakukan dan diperoleh data bahwa profitabilitas PT Bank Syariah Bukopin jika dilihat dari tahun 2011 sampai tahun 2016 mengalami

⁹Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 5

¹⁰A. B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hal. 5

fluktuasi. Rasio *leverage* PT Bank syariah Bukopin juga mengalami fluktuasi. Dari berbagai macam bentuk-bentuk kegiatan CSR yang telah dijalankan serta kondisi rasio profitabilitas dan rasio *leverage* PT Bank Syariah Bukopin yang mengalami fluktuasi, untuk itu penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh apakah tingkat profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam 6 tahun terakhir.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu:

Bagaimana pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT Bank Syariah Bukopin?

2. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT Bank Syariah Bukopin. Penulis membatasi tahun penelitian dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah aktivitas perusahaan yang melakukan

tanggungjawab dengan penuh keseriusan, dan didukung oleh strategi implementasi yang tepat, memiliki manfaat, seperti: mengurangi legitimasi masyarakat, apresiasi masyarakat, meningkatkan nilai bagi masyarakat, mengurangi komplain masyarakat, membantu pemecahan persoalan yang dihadapi masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi maupun kesehatan¹¹.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1955 dan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara dunia, lewat publikasinya "*Making Good Business Sense*" mendefinisikan *Corporate Social Responsibility*¹²:

"*Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*"

Definisi tersebut menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang *dibarengi* dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

¹¹Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. vii

¹²Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 48

Selanjutnya definisi tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai stakeholder yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab¹³.

Di dalam penelitian Bramantya Adhi Cahya (2010), mendeskripsikan tanggungjawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada.

Di dalam penelitian Ali Syukron (2015), CSR adalah sebuah tanggung jawab perusahaan yang berkontribusi terhadap perkembangan perekonomian atas karyawan dan keluarganya, komunitas, dan sosial dalam skala besar untuk meningkatkan kualitas hidup sehingga baik untuk bisnis perusahaan dan juga untuk perkembangan perekonomian.

Dari berbagai macam pengertian *Corporate Social Responsibility* yang telah dikemukakan, penulis menyimpulkan bahwa CSR adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas

operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Didalam teorinya, CSR merupakan konsep lanjutan dari *Good Corporate Governance* (GCG). Prinsip-prinsip yang dianut dalam GCG dan CSR ibarat dua sisi mata uang. Keduanya sama pentingnya dan tidak terpisahkan, hal ini dalam suatu tata kelola yang baik harus memiliki kepedulian sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, GCG telah diatur sedemikian rupa dalam beberapa peraturan perundang-undangan seperti dalam ketentuan UU. No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN dalam Pasal 36 perihal Maksud dan Tujuan Perusahaan BUMN dan Pasal 73 perihal Restrukturisasi Perusahaan yang harus memerhatikan GCG tersebut.

Selain peraturan tersebut, sebelumnya pemerintah juga mensyaratkan untuk menerapkan prinsip GCG ini dalam BUMN

¹³A. B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), hal. 11

dengan Surat Keputusan Menteri BUMN No. Kep. 117/M-MBU/2002 tentang Penerapan GCG di BUMN sebagai pedoman korporasi yang diperlukan dalam sistem pengelolaan BUMN yang sehat. Untuk perusahaan swasta dalam hal ini penanaman modal juga telah diatur dalam pasal 15 UU. No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Dengan adanya pengaturan GCG dalam hukum positif di Indonesia ini, tidak dapat dihindarkan lagi, secara telak prinsip CSR juga harus ikut serta diterapkan. Hal ini karena ada keterkaitan antara kedua prinsip tersebut. Karena untuk melaksanakan suatu perusahaan yang melakukan prinsip tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance* (GCG), harus juga peduli terhadap kepentingan sosial dan lingkungan di perusahaan yang melaksanakan tugas maupun pelaksanaan perusahaan tersebut dalam bidang sumber daya alam.

Corporate Social Responsibility yaitu tanggungjawab perusahaan dari aspek sosial. Tanggungjawab melebihi tanggungjawab ekonomi dari perusahaan yang umumnya ditandai dengan upaya meningkatkan ukuran kinerja ekonomi perusahaan, yakni meningkatkan keuntungan/ profit perusahaan.

Ranah tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam tanggungjawab sosial (*social responsibility*) terdiri dari

tiga, yaitu: (1) *sustainability*; (2) *accountability*; dan (3) *transparency*¹⁴.

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan¹⁵.

Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut

¹⁴Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 59

¹⁵Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 60

dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Dilihat dari perspektif perseroan, maka penerapan CSR ini bergantung pada jenis-jenis perusahaan dilihat dari sudut besar kecilnya perusahaan (*size*), pembagian tingkatan spesifikasi perusahaan (*level of diversification*), penelitian dan pengembangan (*research and development*), pengiklanan (*advertising*), kemampuan pembeli (*consumer income*), kondisi ketenagakerjaan perusahaan (*labor market conditions*) dan kesinambungan perusahaan (*the industry life cycle*)¹⁶. Kriteria tersebut paling ideal untuk menentukan apakah suatu perseroan berkewajiban untuk melakukan CSR atau tidak. Pengungkapan kinerja perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

- a. *Internal Decision Making* : Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.
- b. *Product Differentiation* : Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara

sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses dari pada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.

- c. *Enlightened Self Interest* : Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Terdapat dua paradigma pendekatan yang digunakan perusahaan sebagai alasan manajemen dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab perusahaan. Pendekatan pertama, ketersediaan melakukan peningkatan kinerja sosial berikut pengungkapannya adalah didasarkan pendekatan motif (*motive approach*), sedang pendekatan ke dua adalah pendekatan sistem (*system approach*)¹⁷.

Motive approach, berarti praktik tanggungjawab sosial dan pengungkapan didasarkan motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial (*social motive*) maupun ekonomi (*economic motive*). *Motive approach* menumbuhkan praktik tanggungjawab sosial menjadi volunter sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan. Umumnya perusahaan

¹⁶Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2014), hal. 14

¹⁷Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 159

melakukan praktik tanggungjawab dan pengungkapan sosial didasarkan pendekatan ini.

System approach, maksudnya bahwa perusahaan melakukan pengeluaran sosial termasuk pengungkapannya muncul sebagai akibat adanya tuntutan dan pengkondisian suatu sistem yang ada. Sistem ini, dapat berupa aturan dan kebijakan yang harus dipatuhi oleh perusahaan yang memiliki dampak tertentu jika tidak dipatuhi, baik yang tumbuh dari penetapan manajemen yang merupakan translasi *code of conduct*, visi dan misi perusahaan serta strategi perusahaan yang ternormakan, maupun peraturan yang timbul dari pihak luar seperti Peraturan Pemerintah (UU NO. 40 Tahun 2007 dan Kepmen Keuangan No. KEP-04/MBU/2007), Peraturan Pasar Modal, SAK, adat istiadat masyarakat maupun konvensasi.

Model atau pola CSR yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sebagai berikut :

- a. CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan bisa menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas divisi *human resource development* atau *public relations*.
- b. CSR bisa pula dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik

perusahaan atau group-nya. Perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi sosial sendiri di bawah perusahaan atau group-nya yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau ke dewan direksi. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.

- c. Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama atau bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, LSM, atau lembaga konsultan baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Beberapa perusahaan bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang makin sarat

kompetisi. CSR dapat memberi banyak keuntungan yaitu :

- a. Peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik. Banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengimplementasikan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai saham.
- b. Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar, karena sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri disebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitar atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait.
- c. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai sosial marketing bagi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

Oleh karena itu untuk melaksanakan bisnis yang beretika, berkarakter dan menjaga keseimbangan pasar, Pemerintah Indonesia menghimbau para pengusaha untuk melaksanakan CSR dengan berbagai upaya. Beberapa Undang-Undang yang mengatur mengenai CSR antara lain: Undang-Undang RI No.19 Tahun 2003

tentang BUMN; Keputusan Menteri BUMN Kep-236/MBU/2003; Surat Edaran Menteri BUMN No. SE-43/MBU/2003; serta Undang-Undang RI No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

3. *Corporate Social Responsibility* Berdasarkan Perspektif Islam

Etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar moral dalam kebijakan kelembagaan dan perilaku bisnis yang penerapannya akan dapat meningkatkan probabilitas jangka panjang yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan¹⁸. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merujuk pada kewajiban sebuah organisasi perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat, sebuah organisasi mengemban tanggung jawab sosial dalam 3 domain yaitu pada pelaku organisasi, pada lingkungan alam, pada kesejahteraan sosial secara umum.

Islam menekankan peranan manusia atas lingkungan alam dengan membuatnya bertanggung jawab terhadap lingkungan sekelilingnya sebagai khalifah Allah SWT seperti tercantum dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ
خَلِيْفَةً قَالُوْا اَتَجْعَلُ فِيْهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيْهَا
وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ
لَكَ قَالِ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ

¹⁸Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP akademi management perusahaan YKPN, 2004), hal.14

Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." Mereka berkata: "Mengapa engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbib dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

Bagi sebagian perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang menyeimbangkan antara kepentingan perusahaan dan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud nyata bahwa bisnis tidak hanya berjalan atas kepentingan pemegang saham (*shareholder*) tapi juga untuk kepentingan pekerja, konsumen, masyarakat, pemerintah dan lingkungan¹⁹.

Perusahaan harus berjuang dan bekerja keras agar memperoleh laba yang optimal dalam jangka panjang serta senantiasa mencari peluang demi pertumbuhannya di masa depan. Disamping kepada pemegang saham, tanggung jawab sosial juga diarahkan kepada karyawan. Hal ini terwujud hanyalah dengan cara bekerja keras, karena kontribusi serta pengorbanan merekalah perusahaan dapat menjalankan berbagai macam aktivitas serta meraih sukses.

Disamping itu juga perusahaan dituntut untuk memberikan kompensasi yang adil serta memberikan peluang pengembangan bagi karyawan dan kontribusi yang positif bagi masyarakat dan lingkungan perusahaan tersebut, di dalam Al-

Quran surat An- Nisa ayat 149, Allah SWT berfirman:

إِنْ تُبَدُّوا حَيْرًا أَوْ تُخَفُّوهُ أَوْ تَعْفُوا عَنْ سُوءٍ
فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ عَفْوًا قَدِيرًا

"Jika kamu melabirkan sesuatu kebaikan atau menyembunyikan atau memaafkan suatu kesalahan (orang lain), Maka Sesungguhnya Allah Maha Pemaaf lagi Maha Kuasa"

Hubungan ini berdasarkan prinsip hubungan yang saling menguntungkan atau *mutual benefit* artinya perusahaan terus memberikan kompensasi yang sesuai dengan prinsip keadilan. Di sisi lain pihak karyawan, masyarakat, ataupun lingkungan itu sendiri juga memberikan kontribusi positif bagi perusahaan, sebagaimana firman Allah SWT surat An-Nisa ayat 59:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ
وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ
إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat"

Dalam kaitannya dengan paradigma etika bisnis, maka filosofi yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsep hubungan manusia, lingkungan serta yang terpenting

¹⁹www.banknews.com terakhir di akses 21 Februari 2018

hubungan manusia dengan Tuhan. Hubungan yang juga sering disebut *hablu minallah wa hablu minannas*. Bisnis dalam islam tidak semata merupakan manifestasi hubungan sesama manusia, akan tetapi lebih jauh adalah manifestasi dari ibadah serta total kepada sang pencipta.

Dengan berpegang pada landasan ini, maka setiap muslim yang berbisnis dan beraktifitas apapun akan merasa adanya kehadiran pihak ketiga (Tuhan) di setiap aspek kehidupan. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam Islam tidak semata berorientasi di dunia saja tapi juga di akhirat.

Dalam sebuah hadits, Rasulullah SAW bersabda: *“Barang siapa yang menginginkan dunia maka hendaklah ia berilmu, barang siapa yang menginginkan akhirat maka hendaklah ia berilmu, barang siapa yang menginginkan keduanya, haruslah dengan ilmu”*

Pernyataan Nabi Muhammad SAW tersebut mengisyaratkan bahwa disamping etika yang menjadi tumpuan kesuksesan dalam berbisnis, juga ada faktor yang sangat penting yaitu *skill* dan pengetahuan tentang etika itu sendiri. Artinya dalam kehidupan ini manusia akan mengalami dilema antara memilih keputusan etis dan keputusan bisnis sesuai dengan ruang lingkup dan tanggung jawabnya. Tetapi jika kita percaya pada sabda nabi Muhammad SAW, maka kita akan memilih keputusan etis, maka hakekatnya kita juga sedang meraih bisnis.

Islam mengajarkan pentingnya kepedulian sosial ini tidak hanya ketika manusia berada dalam kondisi yang kesulitan. Oleh karena itu, kepedulian ini tidak hanya tercermin dari tindakan-tindakan kepedulian setelah seseorang dan perusahaan mendapatkan laba yang cukup tinggi, namun pada setiap tingkat keuntungan. Misalnya, perusahaan mengalokasikan 2,5% dari laba bersihnya untuk zakat atau dialokasikan untuk fakir miskin, membangun tempat ibadah, fasilitas pendidikan dan sebagainya.

B. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan²⁰. Profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi²¹. Dikatakan perusahaan profitabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu

²⁰I Made Sudana, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*, (Surabaya: Erlangga, 2015), hal. 25

²¹Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 196

2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Dimensi-dimensi konsep profitabilitas dapat menjelaskan kinerja manajemen perusahaan. Secara rinci mengenai konsep profitabilitas bahwa indikator variabel profitabilitas dapat dilihat dari *Net Profit Margin*, *Gross Profit Margin*, *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Earning per Share*, dan *Return on Investment*

Dalam konsepnya, profitabilitas merupakan faktor yang memberikan

kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Konsep ini sesuai dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan.

Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial perusahaan, profitabilitas menghasilkan hasil yang sangat beragam. Penelitian Bowman dan Haire (1976) serta Presto (1978) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne(1996) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Rahma Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Hasibuan (2001) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka

berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” kinerja perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. Leverage

Leverage keuangan (*ratio leverage*) adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio ini mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan²². Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Leverage juga dapat diartikan sebagai penggunaan aset atau dana, di mana atas penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung beban tetap berupa penyusutan atau berupa bunga²³. Di dalam teori *bankruptcy cost*, semakin besar penggunaan utang maka semakin besar kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang

mengarah pada kebangkrutan. Bertambahnya tingkat utang akan mengakibatkan timbulnya *bankruptcy cost*. *Bankruptcy cost* adalah biaya yang secara langsung terjadi bila perusahaan merasa akan gagal dalam pendanaan dan nilainya lebih besar dari nol²⁴. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi.

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage* yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor)
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki

²² I Made Sudana, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*, (Surabaya: Erlangga, 2015), hal. 23

²³ Abdul Halim, *Manajemen Keuangan Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hal. 64

²⁴ David Sukardi & Christian Herdinata, *Manajemen Keuangan Based On Empirical Research*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 111

Sementara itu, manfaat rasio *leverage* adalah:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri

Indikator yang umum digunakan untuk menentukan komposisi struktur modal optimal adalah sebagai *Debt to Asset*, *Long Term Debt to Equity*, *Debt to Equity*

Leverage dibagi menjadi dua, yaitu *Operating Leverage* dan *Financial Leverage*. *Operating leverage* adalah tingkat sampai sejauh mana biaya-biaya tetap digunakan di dalam operasi sebuah perusahaan. *Operating leverage* juga dapat diartikan sebagai kepekaan EBIT terhadap perubahan

penjualan perusahaan. *Operating leverage* timbul karena perusahaan menggunakan biaya operasi tetap. Dengan adanya biaya operasi tetap, perubahan pada penjualan akan mengakibatkan perubahan yang lebih besar pada EBIT perusahaan²⁵. *Operating leverage* digunakan untuk mengetahui atau mengukur besarnya pengaruh perubahan SALES terhadap EBIT²⁶.

Financial leverage adalah tingkat sampai sejauh mana sekuritas dengan laba tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal sebuah perusahaan. *Financial leverage* adalah penggunaan asset dan sumber dana (*source of fund*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Suatu perusahaan dikatakan menggunakan *Financial leverage* jika ia membelanjai sebagian dari aktivanya dengan sekuritas yang membayar bunga yang tetap. Jika perusahaan menggunakan *Financial leverage* atau hutang, perubahan pada EBIT perusahaan akan mengakibatkan perubahan yang lebih besar pada EPS (*Earning per Share*) atau penghasilan per lembar saham perusahaan²⁷. Oleh karena itu, *Financial leverage* digunakan untuk mengetahui atau mengukur besarnya pengaruh perubahan EBIT terhadap

²⁵ Lukas Setia Atmaja, *Teori & Praktik Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal.233

²⁶ Abdul Halim, *Manajemen Keuangan Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hal. 65

²⁷ Lukas Setia Atmaja, *Teori & Praktik Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal.236

EPS²⁸. Tingkat risiko dan return saham perusahaan merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan calon investor sebelum mengambil keputusan investasi saham. Return saham dan risiko berhubungan secara linier dengan leverage yang akan digunakan oleh perusahaan. Apabila risiko tinggi maka para pemegang saham akan meminta return saham yang tinggi pula, disamping itu penggunaan *leverage* juga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Andre dan Hasan (2009) memberikan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sembiring (2005) dan Angraeni (2006), yang dalam penelitiannya tidak menemukan hubungan signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan informasi sosial.

Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah sebelumnya, maka hipotesis yang dibuat penulis pada penelitian ini adalah:

- Ha₁ *Profitabilitas* perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)
- Ha₂ *Leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

III. METODE PENELITIAN

²⁸ Abdul Halim, *Manajemen Keuangan Bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hal. 66

Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif yang mencari tahu sejauh mana pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap tanggungjawab sosial perusahaan di PT Bank Syariah Bukopin. Metode Analisis menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 17.0.

Variabel dependen, Y dalam penelitian ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), sedangkan variabel independen terdiri dari X1 yaitu profitabilitas diukur dengan ROA yaitu rasio laba bersih terhadap total aset, dan X2 yaitu *leverage* diukur dengan *Debt to Equity* yaitu rasio hutang terhadap modal

Penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder. Data diambil dari laporan keuangan dan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT Bank Syariah Bukopin dari tahun 2011 sampai 2016.

Dalam analisis data, akan dilakukan 4 metode analisis yaitu analisis deskriptif, analisis induktif, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis nol (H_0) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis induktif terdiri dari 4 uji asumsi klasik yaitu: 1) Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variabel-variabel independen. Apabila terdapat korelasi yang tinggi sesama variabel, maka salah

satu diantaranya dieliminir (dikeluarkan dari regresi berganda). Untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode besaran VIF (*Variance Inflation Factor*). 2) Uji Normalitas adalah uji sebaran data apakah normal atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan normal P Plot test maupun Kolmogorov-Smirnov test. 3) Uji Heteroskedastisitas adalah salah satu metode yang digunakan ada tidaknya heteroskedastisitas dalam satu varian error term (e_i) suatu model regresi adalah metode uji Glejser. 4) Uji Autokorelasi berarti terdapat korelasi antara anggota data dan pengamatan yang dianut berdasarkan waktu, sehingga suatu datum dipengaruhi oleh datum-datum sebelumnya. Autokorelasi muncul pada regresi yang menggunakan data berkala (*time series*). Uji ini memakai rumus Durbin Watson.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel X1 (profitabilitas) dan X2 (*leverage*) terhadap variabel Y (tanggung jawab sosial perusahaan) dengan persamaan regresi linear berganda, dengan rumus: $Y = a_0 + b_1X_1 + b_2X_2$

Uji hipotesis terdiri dari 2, yaitu uji T dan uji F. Uji T digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan untuk membandingkan nilai t_{hitung} yang didapat dengan nilai t_{tabel} yang ketentuannya sebagai berikut :Jika, $t_{hitung} < t_{tab}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tab}$ H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika, $t_{hitung} \geq t_{tab}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tab}$ H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji F untuk menguji tingkat keberartian hubungan keseluruhan variabel bebas

secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini juga dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

IV. HASIL ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

A. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility

Konsep profitabilitas dalam teori keuangan sering digunakan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen. Hal ini karena tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya. dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, meningkatkan mutu produk, melakukan investasi baru, serta melakukan kegiatan sosial perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio profitabilitas yang dalam penelitian ini diukur dari *Return*

on Assets (ROA). ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Disamping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari keseluruhan dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Jadi, semakin tinggi ROA maka semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan dan semakin tinggi pula praktik CSR yang dilakukan perusahaan.

Dari penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil uji F (Anova), terlihat bahwa nilai Sig sebesar $0.180 > \alpha = 0.05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maksudnya adalah secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Profitabilitas (ROA) dan Leverage (*Debt to Equity*) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Bank Syariah Bukopin tahun 2011 sampai dengan 2016. Selanjutnya melalui hasil uji T, terlihat bahwa variabel ROA memiliki nilai Sig sebesar $0.001 < \alpha = 0.05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maksudnya adalah terdapat pengaruh signifikan antara variabel ROA terhadap CSR pada PT Bank Syariah Bukopin tahun 2011 sampai dengan 2016.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penelitian yang telah didapat sesuai dengan teorinya.

B. Pengaruh Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility

Berdasarkan konsepnya, rasio *Leverage* dalam teori keuangan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Maksudnya adalah bahwa modal yang dimiliki suatu perusahaan itu terdiri dari 2 jenis, yaitu modal yang disediakan oleh pemegang saham dan modal yang didapat dari pihak luar atau modal yang diperoleh dari utang. Oleh karena itu, rasio *Leverage* dapat dikatakan sebagai rasio yang mengukur besarnya tingkat modal yang diperoleh dari utang terhadap modal yang disediakan oleh pemegang saham. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *Leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Rasio *Leverage* dalam penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity* yang merupakan suatu ukuran paling mendasar dalam keuangan perusahaan. Rasio ini merupakan pengujian yang baik bagi kekuatan keuangan perusahaan. Tujuan dari rasio ini adalah untuk mengukur bauran dana dalam neraca dan membuat perbandingan antara dana yang diberikan oleh pemilik (ekuitas) dan dana yang dipinjam (utang). Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki *Debt to Equity* yang rendah atau rasio utang yang rendah akan meningkatkan praktik CSR suatu perusahaan.

Dari penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil uji F (Anova), terlihat bahwa nilai Sig sebesar $0.180 > \alpha = 0.05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maksudnya adalah secara

simultan terdapat pengaruh signifikan antara Profitabilitas (ROA) dan *Leverage (Debt to Equity)* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT Bank Syariah Bukopin tahun 2011 sampai dengan 2016. Selanjutnya melalui hasil uji T, terlihat bahwa variabel *Debt to Equity* memiliki nilai Sig sebesar $0.000 < \alpha = 0.05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maksudnya adalah terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Debt to Equity* terhadap CSR pada PT Bank Syariah Bukopin tahun 2011 sampai dengan 2016.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penelitian yang telah didapat sesuai dengan teorinya.

C. Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility*

Di dalam konsepnya, praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan lanjutan dari praktik *Good Corporate Governance (GCG)*. Hal ini dikarenakan CSR merupakan bagian yang terintegrasi dari strategi bisnis yang berkelanjutan dan sukses mengatasi masalah sosial dan lingkungan. Selanjutnya hal ini dijelaskan dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Kedua undang-Undang ini secara tegas mensyaratkan bahwa untuk pelaksanaan suatu perusahaan yang melakukan prinsip tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance (GCG)*, harus juga peduli terhadap kepentingan sosial dan lingkungan di perusahaan yang

melaksanakan tugas maupun pelaksanaan perusahaan tersebut dalam bidang sumber daya alam. CSR merupakan hubungan yang *organik* antara perusahaan, peningkatan keuntungan dan pembangunan kegiatan sosial. Semakin *organik* hubungan yang terjadi, maka semakin menjamin keuntungan jangka panjang perusahaan. *Organik* menunjukkan bahwa hubungan terjalin secara sistematis dan harmoni antara perusahaan dan lingkungan hidup masyarakat. Selanjutnya, dengan memahami kebutuhan masyarakat yang tepat, akan terjaga profit perusahaan jangka panjang.

Praktik CSR juga sangat berhubungan erat dengan kinerja keuangan perusahaan. Secara prinsipnya, apabila suatu perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik maka akan memiliki kemampuan untuk melakukan praktik CSR yang baik pula. Seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dalam melakukan praktik CSR dapat dilihat dari rasio keuangan perusahaan tersebut. Salah satunya dinilai dari ROA dan *Debt to Equity*. ROA merupakan rasio yang mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Besarnya efektivitas perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, semakin besar ROA akan meningkatkan praktik CSR. *Debt to Equity* merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang diperoleh dari pihak luar perusahaan (utang) terhadap dana yang disediakan oleh pemegang saham. Oleh karena itu, semakin kecil

Debt to Equity (rasio utang) maka akan meningkatkan praktik CSR.

Dari penelitian yang telah dilakukan, melalui hasil uji F (Anova), terlihat bahwa nilai Sig sebesar $0.180 > \alpha = 0.05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maksudnya adalah secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan antara Profitabilitas (ROA) dan *Leverage (Debt to Equity)* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT Bank Syariah Bukopin tahun 2011 sampai dengan 2016. Selanjutnya melalui hasil uji T, terlihat bahwa variabel ROA memiliki nilai Sig sebesar $0.001 < \alpha = 0.05$ dan variabel *Debt to Equity* memiliki nilai Sig sebesar $0.000 < \alpha = 0.05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maksudnya adalah terdapat pengaruh signifikan antara ROA dan *Debt to Equity* terhadap CSR pada PT Bank Syariah Bukopin tahun 2011 sampai dengan 2016.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penelitian yang telah didapatkan sesuai dengan teorinya.

D. Analisa Penulis Dalam Perspektif Islam

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggungjawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Rasulullah SAW bersabda: “Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakkan ratusan ribu dirham dan dinar”.

Dari segi konsepnya, CSR merupakan praktik bisnis yang memiliki tanggungjawab etis secara islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebijakan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah SWT berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati. Selain itu CSR juga merupakan salah satu upaya mengurangi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat.

Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, kegiatan CSR juga dapat dilakukan pada lingkungan. Lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam. Karena Islam mengajarkan apabila manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah SWT, maka alam secara keseluruhan akan mengalami penderitaan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia. Hal ini sesuai dengan firman Allah Surat Ar Rum: 41 yang artinya:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي
النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ
يَرْجِعُونَ

“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”.

Oleh karena itu, dalam menjalankan suatu usaha ada hak orang lain yang harus kita keluarkan sebagai wujud rasa sosial kita terhadap sesama mukmin. Semakin tinggi kemampuan ekonomi kita yang dalam penelitian ini dikaitkan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula kewajiban kita untuk mengeluarkan hak orang lain yang dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan pada PT Bank Syariah Bukopin maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Bank Syariah Bukopin ($\text{Sig} = 0.001 < \alpha = 0.05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_{a1} diterima.
2. *Leverage* (*Debt to Equity*) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Bank Syariah Bukopin ($\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_{a2} diterima.
3. Secara bersama-sama Profitabilitas (ROA) dan *Leverage* (*Debt to Equity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social*

Responsibility (CSR) pada PT Bank Syariah Bukopin ($\text{Sig} = 0.180 > \alpha = 0.05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas saran yang diajukan peneliti adalah:

1. Bagi Bank Syariah Bukopin, agar dapat diambil langkah-langkah antisipasi dalam mempertahankan *Corporate Social Responsibility*.
2. Dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya sebatas untuk meningkatkan citra positif perusahaan, tetapi juga harus mengedepankan prinsip untuk memperbaiki kualitas hidup komunitas jangka panjang.
3. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel, memperpanjang periode atau rentang waktu penelitian sehingga lebih diketahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perbankan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariefianto, Moch Doddy. (2012). *Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga
- Atmaja, Lukas Setia. (2009). *Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Atmaja, Lukas Setia. (2008). *Teori & Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offset

- Butterick, Keith. (2014). *Pengantar Public Relation*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hadi, Nor.(2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Halim, Abdul. (2007). *Manajemen Keuangan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Harmono. (2014). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Martono, Nanang. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers
- Misbahuddin. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad. (2000). *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Islam*. Yogyakarta: UII Press
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP Akademi Management Perusahaan YKPN
- Setiawan. (2010). *Ekometrika*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Setiawan, Budi (2013). *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Siregar, Sofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media
- Sjahrial, Dermawan. (2007). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sudana, I Made. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Surabaya: Erlangga
- Sukardi, David. (2009). *Manajemen Keuangan Based On Empirical Research*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Susanto, A.B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga
- Untung, Budi. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Walsh, Ciaran. (2003). *Key Management Ratios*. Jakarta: Erlangga
- Diakses pada 1 September 2017 dari www.syariahbukopin.co.id
- Diakses pada 1 september 2017 dari world wide web <http://yosiabdiantindaon.blogspot.co.id/2012/11/pngertian-pengaruh.html>
- Diakses pada 1 september 2017 dari world wide web <https://id.wikipedia.org/wiki/Profitabilitas>
- Diakses pada 1 september 2017 dari world wide web <http://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-dan-jenis-jenis-leverage.html>
- Diakses pada 1 september 2017 dari world wide web https://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan
- Diakses pada 21 Februari 2018 dari www.banknews.com