

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja perusahaan adalah kemampuan sebuah perusahaan mengelola sumber daya yang ada sehingga dapat memberikan nilai kepada perusahaan tersebut. Dengan mengetahui kinerja perusahaan kita dapat mengukur tingkat efisiensi dan produktivitas perusahaan tersebut. Disamping itu juga penilaian kinerja perusahaan yang bermanfaat untuk mengetahui sejauh mana perkembangan suatu perusahaan. Pengertian performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. (Rivai & Basri, 2004:16. Kinerja perusahaan (*Companies performance*) merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu kepada standar yang ditetapkan. Pengukuran aktivitas kinerja perusahaan dirancang untuk menaksir bagaimana kinerja aktivitas dan hasil akhir yang dicapai. Dalam kinerja perusahaan ini peneliti memperhatikan GCG, CSR, sustainability dan kinerja keuangannya.

2.1 Good corporate governance (GCG)

2.1.1 Pengertian Good corporate governance (GCG)

Pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan dunia internasional sebagai syarat mutlak bagi dunia perbankan untuk berkembang dengan baik dan sehat. Pada dasarnya *Good Corporate Governance* itu sendiri terkait dengan *stewardship theory* dan *agency theory*. *Stewardship theory* dibangun atas dasar asumsi filosofi mengenai sifat manusia yakni pada hakekatnya manusia dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas dan kejujuran pada pihak lain. Dengan kata lain teori ini memandang manajemen dapat dipercaya untuk bertindak sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya ataupun pemegang saham pada khususnya. Sementara itu, *agency theory* yang dikembangkan oleh Michael Johnson dalam Achmad Daniri, 2006 memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai “agents” bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham sebagaimana yang di asumsikan oleh *stewardship model*.

Tujuan utama GCG adalah meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas, menciptakan system pengendalian dan keseimbangan (*check and balances*), mencegah penyalahgunaan dari sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan. Penerapan GCG secara benar dan konsisten diharapkan dapat menciptakan fundamental yang kuat bagi peningkatan

nilai perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan kinerja yang tinggi serta penciptaan citra perusahaan yang positif.

Harapan dari penerapan sistem *good corporate governance* adalah tercapainya nilai perusahaan (Tumirin, 2007 dalam Tirta, 2009). Dengan adanya salah satu mekanisme *good corporate governance* ini diharapkan monitoring terhadap manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem *good corporate governance* diharapkan kinerja perusahaan tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai.

Dalam perspektif penerapan GCG, internal auditor merupakan organ pendukung yang dibentuk oleh direksi. Peranan dan fungsi internal auditor dalam suatu perusahaan juga dipergunakan sebagai parameter dan indikator untuk mengukur penerapan prinsip-prinsip GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian, dan kewajaran. Adanya indikasi berkurangnya kekeliruan administratif ataupun kekeliruan yang berdampak negatif terhadap finansial perusahaan, juga menjadi tolok ukur keberhasilan internal auditor. Selain itu, internal auditor harus memberikan masukan sebagai upaya pencapaian strategi bisnis perusahaan, mengevaluasi pengelolaan resiko usaha dan memberikan rekomendasi perbaikan atas prosedur dan pengendalian terhadap proses-proses bisnis perusahaan serta evaluasi kecukupan indikator kinerja

perusahaan dari segi efisiensi dan efektivitas. Menurut Adiyatna dan Marimin (2001), efektivitas berkaitan dengan kinerja dalam pencapaian tujuan, sedangkan efisiensi berkaitan dengan penggunaan sumber daya.

Corporate governance adalah konsep untuk peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan (M. Nasution dan D. Setiawan (2007)). *Corporate governance* muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau seringkali dikenal dengan istilah masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa dana yang ditanamkan tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak mendatangkan *return*. *Corporate governance* diperlukan untuk mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik dan manajer (Macey dan O'Hara, 2003).

The Organization for Economic Corporation and Development (1999) dalam mendefinisikan corporate governance sebagai berikut:

“The system by which business corporations are directed and control. The corporate governance structure specifies the distribution of right and responsibilities among different participant in the corporation, such as the board, the managers, shareholders and other stakeholders, and spells out the rule and procedure for making decision on corporate affairs. By doing this, it also provides the structure through which the company objectives are set, and the means of attaining those objectives and monitoring performance”.

Komite Nasional Kebijakan *Governance* (dalam Bayu, 2010) mendefinisikan *corporate governance* sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan guna memberikan nilai tambah pada perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang bagi pemegang saham, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku.

Menurut Niu (2006) dalam Praptiningsih (2009), *corporate governance* yang lebih kuat akan mengurangi perilaku oportunistik manajemen sehingga meningkatkan kualitas dan keandalan pelaporan keuangan. Dalam penelitian lain, (Eldomiaty & Choi, 2003) menegaskan bahwa lembaga perbankan sebenarnya telah memiliki kontribusi positif untuk kinerja perusahaan yang menunjukkan tata kelola perusahaan yang baik dapat memecahkan masalah *agency* khususnya perusahaan perbankan

Good corporate governance adalah sebuah konsep yang menekankan pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi yang akurat, benar dan tepat waktu. Selain itu juga menunjukkan kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan (*disclosure*) semua informasi keuangan kinerja perusahaan secara akurat, tepat waktu dan transparan (Tjager, 2003 dalam Darmawati, 2004). Oleh karena itu, perusahaan publik harus memandang *good corporate governance* bukan sebagai aksesoris belaka, tetapi sebagai upaya peningkatan kinerja dan nilai perusahaan.

2.1.2 Tujuan *Good Corporate Governance*

Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006, Tujuan *Good Corporate Governance* Indonesia yang untuk selanjutnya disebut Pedoman GCG merupakan acuan bagi perusahaan untuk melaksanakan GCG dalam rangka:

1. Mendorong tercapainya kesinambungan perusahaan melalui pengelolaan yang didasarkan pada asas transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan.
2. Mendorong pemberdayaan fungsi dan kemandirian masing-masing organ perusahaan, yaitu Dewan Komisaris, Direksi dan Rapat Umum Pemegang Saham.
3. Mendorong pemegang saham, anggota Dewan Komisaris dan anggota Direksi agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakannya dilandasi oleh nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan.
4. Mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan.
5. Mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.
6. Meningkatkan daya saing perusahaan secara nasional maupun internasional, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar yang dapat mendorong arus investasi dan pertumbuhan ekonomi nasional yang berkesinambungan.

2.1.3 Asas – asas *Good Corporate governance*

GCG secara singkat dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (value added) bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang Bersih, Transparan, dan Profesional (BTP). Asas-asas GCG terdiri atas *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness*. seperti halnya sebagai berikut:

1. *Transparency* (Transparansi)

Keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan.

Pokok Pelaksanaan *Transparency* (Transparansi) Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006 sebagai berikut :

- a. Perusahaan harus menyediakan informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai dengan haknya.
- b. Informasi yang harus diungkapkan meliputi, tetapi tidak terbatas pada, visi, misi, sasaran usaha dan strategi perusahaan, kondisi keuangan, susunan dan kompensasi pengurus, pemegang saham pengendali, kepemilikan saham oleh anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris beserta anggota keluarganya dalam perusahaan dan perusahaan lainnya, sistem manajemen risiko, sistem pengawasan dan pengendalian internal,

sistem dan pelaksanaan GCG serta tingkat kepatuhannya, dan kejadian penting yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan.

- c. Prinsip keterbukaan yang dianut oleh perusahaan tidak mengurangi kewajiban untuk memenuhi ketentuan kerahasiaan perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, rahasia jabatan, dan hak-hak pribadi.
- d. Kebijakan perusahaan harus tertulis dan secara proporsional dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Merupakan kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggung jawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

Pokok Pelaksanaan *Accountability* (Akuntabilitas) Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006 sebagai berikut :

- a. Perusahaan harus menetapkan rincian tugas dan tanggung jawab masing-masing organ perusahaan dan semua karyawan secara jelas dan selaras dengan visi, misi, nilai-nilai perusahaan (*corporate values*), dan strategi perusahaan.
- b. Perusahaan harus meyakini bahwa semua organ perusahaan dan semua karyawan mempunyai kemampuan sesuai dengan tugas, tanggung jawab, dan perannya dalam pelaksanaan GCG.
- c. Perusahaan harus memastikan adanya sistem pengendalian internal yang efektif dalam pengelolaan perusahaan.

- d. Perusahaan harus memiliki ukuran kinerja untuk semua jajaran perusahaan yang konsisten dengan sasaran usaha perusahaan, serta memiliki sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*).
- e. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, setiap organ perusahaan dan semua karyawan harus berpegang pada etika bisnis dan pedoman perilaku (*code of conduct*) yang telah disepakati.

3. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Adanya kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan bank terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.

Pokok Pelaksanaan *Responsibility* (Pertanggungjawaban) Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006 sebagai berikut :

- a. Organ perusahaan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan perusahaan (*by-laws*).
- b. Perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.

4. *Independency* (Independensi)

Pengelolaan bank secara profesional tanpa pengaruh/tekanan dari pihak manapun.

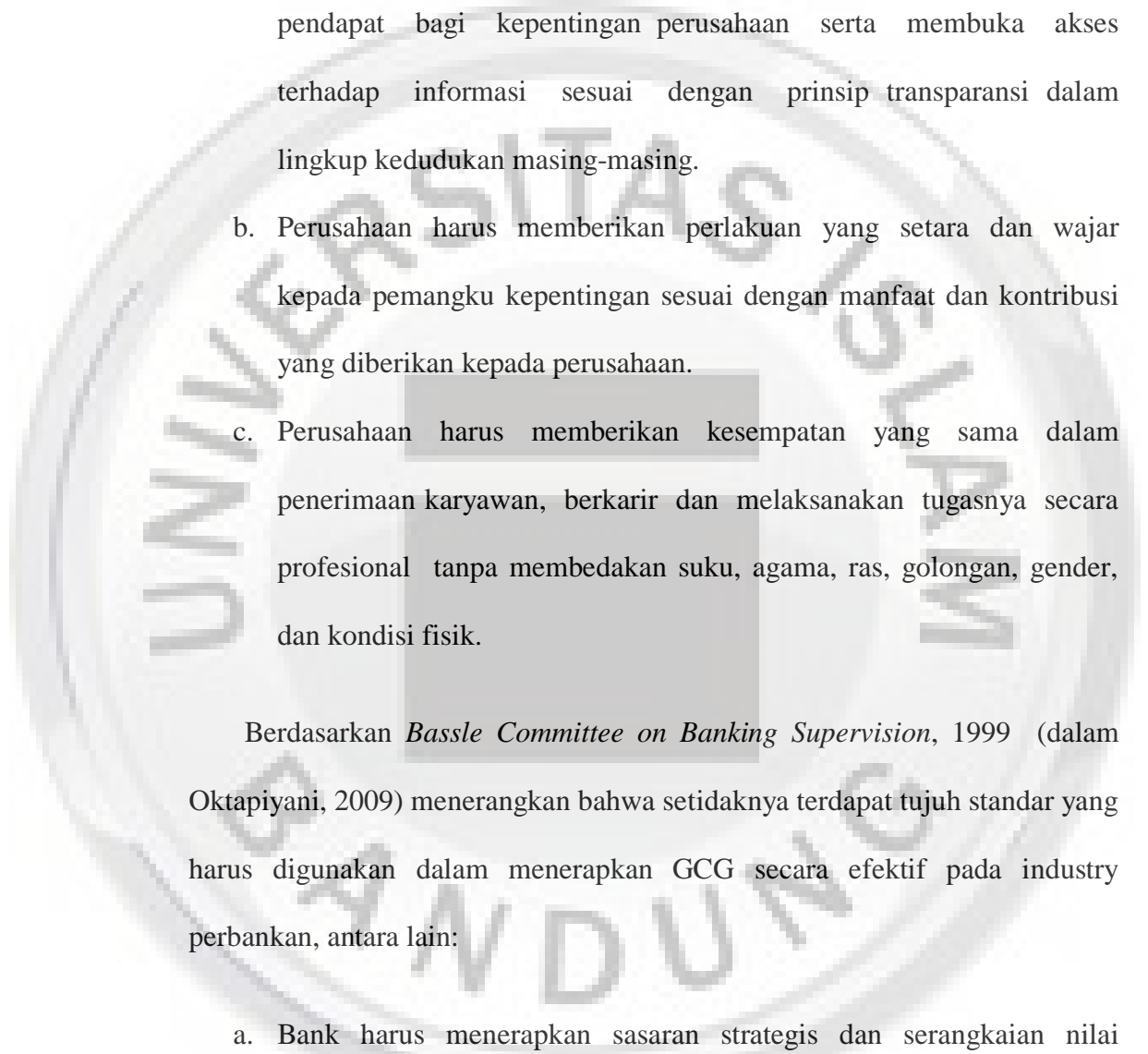
Pokok Pelaksanaan *Independency* (Independensi) Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006 sebagai berikut :

- a. Masing-masing organ perusahaan harus menghindari terjadinya dominasi oleh pihak manapun, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, bebas dari benturan kepentingan (*conflict of interest*) dan dari segala pengaruh atau tekanan, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara obyektif.
- b. Masing-masing organ perusahaan harus melaksanakan fungsi dan tugasnya sesuai dengan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan, tidak saling mendominasi dan atau melempar tanggung jawab antara satu dengan yang lain.

5. *Fairness* (Kesetaraan dan Kewajaran)

Keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak stakeholders yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku. Prinsip ini menekankan bahwa semua pihak baik pemegang saham minoritas maupun asing harus diperlakukan sama atau setara.

Pokok Pelaksanaan *Fairness* (Kesetaraan dan Kewajaran) Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance*, 2006 sebagai berikut :

- 
- a. Perusahaan harus memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan perusahaan serta membuka akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam lingkup kedudukan masing-masing.
 - b. Perusahaan harus memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada pemangku kepentingan sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan.
 - c. Perusahaan harus memberikan kesempatan yang sama dalam penerimaan karyawan, berkarir dan melaksanakan tugasnya secara profesional tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, gender, dan kondisi fisik.

Berdasarkan *Bassle Committee on Banking Supervision*, 1999 (dalam Oktapiyani, 2009) menerangkan bahwa setidaknya terdapat tujuh standar yang harus digunakan dalam menerapkan GCG secara efektif pada industry perbankan, antara lain:

- a. Bank harus menerapkan sasaran strategis dan serangkaian nilai perusahaan yang dikomunikasikan ke setiap jenjang jabatan pada organisasi
- b. Bank harus menetapkan wewenang dan tanggung jawab yang jelas pada setiap jenjang jabatan pada organisasi

- c. Bank harus memastikan bahwa pengurus bank memiliki kompetensi yang memadai dan integritas yang tinggi. Serta memahami peranannya dalam mengelola bank yang sehat, dan independen terhadap pengaruh pihak eksternal
- d. Bank harus memastikan keberadaan pengawasan yang tepat oleh direksi
- e. Bank harus mengoptimalkan efektifitas peranan fungsi auditor eksternal dan satuan kerja audit intern
- f. Bank harus memastikan bahwa kebijakan remunerasi telah konsisten dengan nilai etik, sasaran, strategi, dan lingkungan pengendalian bank
- g. Bank harus menerapkan praktek-praktek transparansi kondisi keuangan dan non keuangan kepada publik.

Corporate governance merupakan tata kelola perusahaan yang dapat menjelaskan hubungan antara berbagai pihak di dalam perusahaan yang kemudian dapat menentukan arah kinerja perusahaan. Secara umum dapat digambarkan bahwa mekanisme *corporate governance* merupakan salah satu elemen kunci dalam peningkatan efisiensi ekonomi yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, para pemegang saham, komite audit dan *stakeholders* lainnya. Perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik akan dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang baik. Hal ini dikarenakan Penerapan *Corporate Governance* diharapkan memaksimalkan nilai perseroan bagi

perseroantersebut dan bagi pemegang saham (Rini, 2012 dalam Rima Haryati, 2013).Tata kelolaperusahaan yang baik akan memberikan citra yang baik dan meningkatkan tingkat kepercayaan para investor terhadap perusahaan. Perusahaan meyakini bahwa implementasi *Corporate Governance* merupakan bentuk lain penegakan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan, dan implementasi *Good Corporate Governance* berhubungan dengan peningkatan citra perusahaan (Rini, 2012 dalam Rima Haryati, 2013).

Didalam GCG ini perusahaan melihat bagaimana suatu perusahaan dalam tata kelola perusahaan nya, apakah berjalan evektif atau tidak, dimana direktur apakah memiliki tinggat derajat yang diinginkan perusahaan seperti Sarjana (S1), Megister (S2) ataukah Doktor (S3). Didalam suatu perusahaan direktur tidaklah laki – laki saja melainkan sekarang wanita pun juga bias menjadi direktur seperti standar apa yang diinginkan oleh perusahaan itu bagaimana suatu dewan direksi dalam menyampaikan laporanya.

2.1.4 Pilar Pendukung *Good Corporate Governance* (GCG)

Penerapan GCG perlu didukung oleh tiga pilar yang saling berhubungan, yaitu negara dan perangkatnya sebagai regulator, dunia usaha sebagai pelaku pasar, dan masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha. Prinsip dasar yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pilar adalah :

1. Negara dan perangkatnya

Menciptakan peraturan perundang-undangan yang menunjang iklim usaha yang sehat, efisien dan transparan, melaksanakan peraturan perundang-undangan dan penegakan hukum secara konsisten (*consistent law enforcement*).

2. Dunia Usaha

Sebagai pelaku pasar menerapkan GCG sebagai pedoman dasar pelaksanaan usaha.

3. Masyarakat

Sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha serta pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan, menunjukkan kepedulian dan melakukan kontrol sosial (*sosial control*) secara obyektif dan bertanggung jawab.

Pelaksanaan aspek – aspek *GoodCorporate Governance* minimal harus diwujudkan dalam:

- a. pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris dan Direks
- b. kelengkapan dan pelaksanaan tugas komite-komite dan satuan kerja yang menjalankan fungsi pengendalian intern bank
- c. penerapan fungsi kepatuhan, auditor internal dan auditor eksternal
- d. penerapan manajemen risiko, termasuk sistem pengendalian intern
- e. penyediaan dana kepada pihak terkait dan penyediaan dana besar
- f. rencana strategis Bank

g. transparansi kondisi keuangan dan non keuangan Bank.

Konsep di atas tidak jauh berbeda dengan tujuan penerapan *good corporate governance* dalam perbankan, yaitu menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) sebagai bentuk pelaksanaan dalam mewujudkan perbankan yang sehat (Priambodo dan Supriyatno, 2007).

2.2 Corporate Sosial Responsibility (CSR)

2.2.1 Pengertian Corporate Sosial Responsibility

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994) seperti yang dikutip oleh (Haniffa dan Cooke, 2005). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan

untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang sesuai dengan isi Pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Undang – Undang tersebut mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab dan lingkungan. Dalam Pasal 66 ayat 2c Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Juga dinyatakan bahwa semua perusahaan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan.

Menurut Hackston dan Milne dalam Cahya (2010), tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate sosial responsibility* atau *social disclosure, corporate social reporting, social reporting* merupakan proses pengomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005) perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat.

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan

menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Suhandari, 2007 dalam untung,2008:1)

Menurut Hopkins (2004) dalam Lindrawati et al. (2008) memberi definisi CSR sebagai :

“CSR is concerned with treating the stakeholders of the firm ethically or in a responsible manner. ‘Ethically or responsible’ means treating stakeholders in a manner deemed acceptable in civilized societies. Social includes. The natural environment is a stakeholders. The wider aim of social responsibility is to create higher and higher standards of living, while preseving the profitability of the corporation, for peoples both within and outside the corporation”.

Menurut definisi tersebut Hopkins (2004) memasukkan aspek ekonomi dalam definisi CSR karena menurutnya studi ekonomi merupakan ilmu sosial yang berpegang pada aspek keuanga. istilah *corporate social responsibility* di dalam CSR dimaksudkan agar perusahaan melihat CSR sebagai tanggung jawab yang pentingnya dengan tanggung jawab yang selama ini dijalankan perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi utamanya dan kaitannya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). *Corporate social*

responsibility dapat didefinisikan sebagai suatu konsep perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan. *Stakeholder* yang dimaksud diantaranya adalah para *shareholder*, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan lain sebagainya (Agoes, 2009:100).

CSR didefinisikan sebagai kontribusi bisnis untuk pembangunan berkelanjutan dan bahwa perilaku perusahaan tidak hanya harus memastikan kembali ke pemegang saham, upah kepada karyawan dan produk dan layanan kepada konsumen, tetapi mereka harus menanggapi masalah sosial, lingkungan dan nilai yang ada di masyarakat (Solihin, 2009). Tanggung jawab sosial secara sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar atas keuntungan yang diambil oleh perusahaan yang berasal dari aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan. Aktivitas bisnis perusahaan tersebut seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial bagi masyarakat sekitar.

Selain itu, terdapat penjelasan tentang definisi CSR yang dikutip dari beberapa Organisasi-organisasi Internasional, yaitu WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dan Organisasi Bank Dunia (*World Bank*). WBCSD mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis yang berkelanjutan dalam berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas. Sedangkan *World*

Bank mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan kepada karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal, dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup, melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan *corporate social responsibility*:

“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” (Nor Hadi, 2011: 47)

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.

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan adanya praktik *corporate social responsibility* maka diharapkan nilai perusahaan akan baik

dimata masyarakat. Perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan (Martina, 2012 dalam Wahyu Ardimas, 2012)

CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang menciptakan profit demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan (SWA:2005) dalam Saputra (2009). Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktifitas operasional yang dilakukan perusahaan.

2.2.2 Prinsip – prinsip *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat dirangkum bahwa CSR merupakan aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham dalam menghasilkan profit. Hal ini sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line* yang merupakan konsep dasar terbentuknya konsep CSR. TBL menjelaskan bahwa perusahaan akan dapat melakukan usaha bisnis dalam jangka panjang apabila memperhatikan tiga aspek utama, yaitu Keuntungan, Sosial, dan Lingkungan (Mulyadi dan Anwar, 2011).

Menurut *Global Compact Initiative* (2002) menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan jugamemberikan kesejahteraan kepada orang lain (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup bumi (*planet*) (Nugroho, 2007)

Menurut ISO 26000 dalam Mulyadi dan Anwar (2008), Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* terbagi atas tujuh aspek dasar yaitu meliputi:

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan Internasional
3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan

Menurut Gray et al (1987) perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) antara lain:

- a. *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya kewajiban membayar pajak, mentaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.

- b. *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan stakeholder, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.
- c. *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

2.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Kotler *et al.*, (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan penjualan dan pangsa pasar
2. Memperkuat Posisi Merk
3. Meningkatkan Citra Perusahaan
4. Penurunan biaya operasi
5. Meningkatkan daya tarik dari perusahaan untuk investor dan analisis keuangan.

CSR tidak harus selalu dipandang sebagai tuntutan masyarakat kepada perusahaan, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha. Menurut Aprilia (2011) dalam Mulyadi dan Anwar (2011), terdapat dua aspek yang mempengaruhi implementasi CSR oleh perusahaan, yaitu :

1. Komitmen dari CEO

CSR merupakan suatu bentuk investasi yang berdampak pada pertumbuhan perusahaan dan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, CSR bukanlah kegiatan tambahan atau sesuatu yang bisa dikorbankan untuk mencapai tingkat efisiensi karena CSR merupakan bagian penting dari perusahaan yang dapat dijadikan strategi kompetitif perusahaan (Mulyadi dan Anwar, 2011).

2. Ukuran dan Kematangan Perusahaan

Perusahaan yang besar yang sudah mapan akan memberikan kontribusi lebih besar dari perusahaan kecil yang masih berkembang. CSR menunjukkan kesadaran korporasi sebagai perusahaan juga merupakan bagian dari masyarakat (Mulyadi dan Anwar, 2011)

Uraian diatas menunjukkan bahwa keuntungan ekonomis tidak pernah dapat dipisahkan dalam kerangka pelaksanaan CSR itu sendiri adalah sustainability bagi perusahaan. Melaksanakan CSR bukan berarti mengurangi kesejahteraan seluruh kesejahteraan stakeholders, oleh karena itu aspek ekonomis juga harus menjadi pertimbangan bagi perusahaan yang melaksanakan CSR.

2.3 Sustainability

2.3.1 Pengertian Sustainability

Konsep *sustainability* pada mulanya tercipta dari pendekatan ilmu kehutanan. Istilah ini berarti suatu upaya untuk tidak akan pernah memanen lebih banyak daripada kemampuan panen hutan pada kondisi normal. Kata *nachhaltigkeit* (bahasa Jerman untuk keberlanjutan) berarti upaya melestarikan sumber daya alam untuk masa depan (*Agricultural Economic Research Institut, 2004*) dalam (Kuhlman, 2010).

Makna lain dari keberlanjutan seperti yang dikemukakan oleh ekonom Solow (1991) dalam (Whitehead, 2006) mengemukakan keberlanjutan sebagai hasil masyarakat yang memungkinkan generasi mendatang setidaknya tetap memiliki kekayaan alam yang sama dengan generasi yang ada pada saat ini. Dalam pidatonya menjelaskan bahwa keberlanjutan tidak berarti kemudian memerlukan penghematan sumber daya yang sedemikian khusus, melainkan hanya memastikan kecukupan sumber daya (kombinasi dari sumber daya manusia, fisik, dan alam) untuk generasi mendatang, sehingga membuat standar hidup mereka setidaknya sama baiknya dengan generasi saat ini. Ide utama yang dimiliki oleh Solow adalah bentuk peningkatan usaha untuk terus berupaya meninggalkan sumber daya yang cukup bagi generasi mendatang secara berkelanjutan. Sehingga masalah utamanya yakni keputusan mengenai seberapa banyak yang akan dikonsumsi saat ini, bila ditandingkan dengan

seberapa banyak yang mampu dilakukan, sebagai faktor penggerak utama bagi *sustainability* (Whitehead,2006).

2.3.2 *Sustainability Report*

Sustainability Report memiliki definisi yang beragam, menurut Elkington (1997) SR berarti laporan yang memuat tidak saja informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*).

Permintaan akan kebutuhan pengungkapan bagi perusahaan yang lebih transparansi, meningkatkan tekanan bagi perusahaan untuk mengumpulkan, mengendalikan, mempublikasikan tentang informasi *sustainability* yang mereka miliki. Hasilnya pelaporan *sustainability* menjadi strategi komunikasi kunci bagi para manajer dalam menyampaikan aktivitasnya (Falk, 2007).Perkembangan pelaporan *sustainability* perusahaan terus meningkat, yang membahas mengenai *environment, health, safety* setiap tahunnya. Pelaporan *sustainability* akan menjadi perhatian utama dalam pelaporan nonkeuangan, Pelaporan ini memuat empat kategori utama yaitu :*business landscape*, strategi, kompetensi, serta sumber daya dan kinerja (Falk, 2007).

2.3.3 Aspek sustainability

Sustainability terletak pada pertemuan antara tiga aspek, *people sosial*, *planet environment*, dan *profit economic*. Maka menurut Elkington (1997), perusahaan harus bertanggung-jawab atas dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.

1. *Sustainability* ekonomi

Setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan dasar yaitu mencari keuntungan. *Sustainability* ekonomi perusahaan adalah dasar bagi perusahaan dalam menjaga *sustainability* sosial dan lingkungan. Perusahaan akan dapat menjaga *sustainability* sosial dan lingkungan jika perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan. *Sustainability* ekonomi dicapai diantaranya dengan cara mendapatkan keuntungan, meminimalisasi biaya dan memaksimalkan penjualan, membuat kebijakan-kebijakan bisnis yang strategis serta menjanjikan pengembalian yang menarik bagi para investor

2. *Sustainability* sosial

Berdirinya sebuah perusahaan ditengah-tengah masyarakat pasti akan menimbulkan dampak bagi masyarakat tersebut. Kehadiran perusahaan diharapkan sedikit banyak akan mengangkat derajat kesejahteraan masyarakat sekitarnya baik melalui perekrutan tenaga kerja maupun sumbangsih perusahaan secara langsung terhadap masyarakat tersebut. *Sustainability* sosial terkait dengan upaya perusahaan dalam

mengutamakan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat. *Sustainability* sosial ini dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara mendukung upaya-upaya kesehatan masyarakat, penegak Hak Asasi Manusia, pengguna regional suatu Negara dan Melakukan persaingan usaha yang sehat

3. *Sustainability* lingkungan

Lingkungan yang baik dan terpelihara adalah harapan dari semua pihak. *Sustainability* lingkungan ini dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara menggunakan teknologi yang ramah lingkungan demi mengurangi emisi gas buang, mengimplementasikan sistem manajemen risiko lingkungan yang efektif, menerapkan prinsip-prinsip *eco-labelling* dan lain-lain

Dari uraian diatas menunjukkan bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, setiap insan manusia berperan mewujudkan kesejahteraan sosial dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan pertimbangan pula faktor lingkungan hidup.

2.4 Kinerja Keuangan

Dalam kinerja perusahaan yang harus juga diperhatikan yaitu bagaimana kinerja keuangannya. Menurut Sucipto (2003) menyatakan bahwa, kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Kinerja keuangan adalah prestasi kerja di bidang keuangan yang telah dicapai oleh perusahaan dan tertuang pada laporan keuangan dari perusahaan yang bersangkutan. Salah satu aspek yang dinilai dalam pengukuran kinerja adalah aspek keuangan. Menurut Sucipto (2003), kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Dari kinerja keuangan ada banyak rasio keuangan yang dibuat sesuai kebutuhan para analis yang biasa digunakan dalam melakukan analisis keuangan. Menurut Hanafi dan Halimn (2003), rasio keuangan dibagi menjadi lima kelompok bagian, yaitu :

a. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas menurut Horne dan Wachowicz (2005 : 206) adalah “rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya”. Karena likuiditas menyangkut tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, maka pengujian likuiditas difokuskan pada hubungan antara aktiva lancar dan hutang lancar yang dimiliki perusahaan

b. Rasio Leverage

Rasio leverage (rasio utang) menurut Horne dan Wachowicz (2005 : 209) adalah “rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang”. Rasio leverage disebut juga rasio solvabilitas. Pihak yang paling berkepentingan terhadap rasio solvabilitas perusahaan adalah kreditor dan pemegang saham.

c. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas (activity ratio) menurut Horne dan Wachowicz (2005 : 212) adalah “rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan berbagai aktivitya”. Rasio-rasio ini dirancang untuk mengetahui apakah jumlah total dari tiap-tiap jenis aktiva seperti yang dilaporkan dalam neraca terlihat wajar, terlalu tinggi, atau terlalu rendah jika dibandingkan dengan tingkat penjualan saat ini dan proyeksinya.

d. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas menurut Horne dan Wachowicz (2005 : 222) adalah “rasio yang menghubungkan laba dari penjualan dan investasi”. Setiap perusahaan menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Untuk dapat melangsungkan hidupnya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profitable). Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor maupun investasi dari pihak luar.

e. Rasio Pasar

Rasio pasar adalah rasio yang menunjukkan bagian dari laba perusahaan, dividen, dan modal yang dibagikan pada setiap saham (Fakhrudin dan Hadianto, 2001:59). Rasio ini menunjukkan informasi yang cenderung dilihat dari sudut pandang investor dan biasanya diungkapkan dalam basis per saham.

Dari lima rasio tersebut peneliti mengambil rasio profitabilitas untuk melihat kinerja keuangan yang ada di perusahaan BPR dengan mengambil metode *Return On Asset* (ROA) yang salah satu alat ukur *financial* yang umum digunakan oleh perusahaan

2.4.1 Return On Asset

2.4.1.1 Pengertian Return On Asset

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yaitu merupakan perbandingan antara laba bersih dengan rata-rata total aktiva. Dimana rata-rata total aktiva dapat diperoleh dari total aktiva awal tahun ditambah total aktiva akhir tahun dibagi dua. Menurut Syahyunan (2004:85), "*Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan".

Menurut Gitman (2009:68) "*ROA measures the overall effectiveness of management in generating profits with its available assets*". Sedangkan Tambunan (2008:147) adalah suatu rasio untuk mengukur imbal-imbal perusahaan berdasarkan pendayagunaan *Total Asset*.

ROA merupakan salah satu rasio yang mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. *Return on asset* digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih yang dapat diperoleh dari operasional perusahaan dengan menggunakan seluruh kekayaannya.

ROA merupakan salah satu rasio yang mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih yang dapat diperoleh dari operasional perusahaan dengan menggunakan seluruh kekayaannya (Lujun, 2009), (Adams dan Mehran, 2005) dan (Anwar dan Herwany, 2001). Tinggi rendahnya ROA tergantung pada pengelolaan *asset* perusahaan yang menggambarkan efisiensi operasional perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin efisien operasional perusahaan dan semakin rendah ROA semakin tidak efisien operasional perusahaan, rendahnya ROA dapat disebabkan oleh banyaknya investasi/persediaan perusahaan yang menganggur dan aktiva tetap perusahaan beroperasi di bawah kapasitas normal.

ROA merefleksikan keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total assets (Chen, 2005 dalam Aryani, 2011). Untuk memperoleh nilai ROA dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{ROA} = \text{LABA BERSIH SETELAH PAJAK} / \text{TOTAL AKTIVA}$$

2.4.1.2 Keunggulan Dan Kelemahan *Return On Asset*

Adapun keunggulan ROA sebagai proksi pengukuran kinerja keuangan antara lain:

- 1) ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruh pengukurannya mempengaruhi laporan keuangan.
- 2) ROA mudah dihitung, dipahami, dan sangat berarti dalam menilai kinerja keuangan, dan
- 3) ROA dapat diterapkan pada setiap unit organisasi yang bertanggung jawab terhadap profitabilitas dan unit usaha.

Indikator profitabilitas yang berdasarkan ROI ataupun ROA memiliki keunggulan yaitu menurut (Antony dan Govindarajan, 2002:349) :

1. Merupakan indikator pengukuran yang komprehensif untuk melihat keadaan suatu perusahaan berdasarkan laporan keuangan yang ada
2. Mudah dihitung, dipahami, dan sangat berarti dalam tingkat absolute
3. Merupakan denominator yang dapat diterapkan pada setiap unit organisasi yang bertanggung jawab terhadap profitabilitas dan unit usaha

Disamping beberapa keunggulan diatas ROA juga memiliki kelemahan menurut (Utomo, 1999:34) :

1. Pengukuran kinerja dengan menggunakan ROA membuat manajer divisi memiliki kecenderungan untuk melewatkan *Project-project* yang

menurunkan divisional ROA, meskipun sebenarnya *project-project* tersebut dapat meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

2. Manajemen juga cenderung untuk berfokus pada tujuan jangka pendek dan bukan tujuan jangka panjang.
3. Sebuah *project* dalam ROA dapat meningkatkan tujuan jangka pendek, tetapi *project* tersebut mempunyai konsekuensi negatif dalam jangka panjang. Yang berupa pemutusan beberapa tenaga penjualan, pengurangan budget pemasaran, dan penggunaan bahan baku yang relative murah sehingga menurunkan kualitas produk dalam jangka panjang.

ROA dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur besarnya laba bersih yang dapat diperoleh dari operasional perusahaan dengan menggunakan seluruh kekayaannya.

2.5 Perbedaan GCG,CSR, dan ROA di Perusahaan BPR antara Bekasi dan Bogor

Diperusahaan Bank Perkreditan Rakyat di dalam perbedaan di wilayah bekasi dan bogor dilihat dari setiap potensi wilayah masing-masing seperti yang diteliti GCG,CSR, *sustainability* ataupun pengeluaran keuangannya (ROA). Hal ini karena setiap wilayah memiliki proporsi yang berbeda-beda dari setiap wilayahnya. Hal ini menunjukkan seperti adanya pendapatan perkapita yang berbeda setiap pemasukan nasabah, pendapatan nasabah, pendapatan di setiap wilayah

bisa menjadi perbedaan wilayah bekasi dan bogor dalam pengeluaran ROA ataupun dalam pengeluaran biaya untuk GCG, CSR dan sustainability yang berbeda.

2.5.1 Perbedaan *Good corporate governance*(GCG) Bekasi dan Bogor

Dalam perbedaan GCG antara bekasi dan bogor seperti kita ketahui bahwa *Good corporate governance* adalah sebuah konsep yang menekankan pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi yang akurat, benar dan tepat waktu. Selain itu juga menunjukkan kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan (*disclosure*) semua informasi keuangan kinerja perusahaan secara akurat, tepat waktu dan transparan (Tjager, 2003 dalam Darmawati, 2004) serta untuk mengetahui potensi dari setiap wilayah bekasi dan bogor tersebut itu menjadi penting bagi setiap perusahaan BPR. Namun didalam perbedaan bekasi dan bogor ini. dalam GCG bekasi dan bogor memperhatikan bagaimana tata kelola perusahaan yang ada di perusahaan bagaimana tingkat kinerja suatu perusahaan dan bagaimana kinerja perusahaan itu dalam manajemen perusahaan BPR nya, untuk melihat tingkat pendidikan yang sudah dicapai oleh direktur setiap perusahaan memiliki kinerja yang cukup baik dalam pendidikan yang mereka capai.. Menurut Muh (2009: 2) “*Good Corporate Governance* diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan”. Hal ini disebabkan karena *Good Corporate Governance* dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan

professional. GCG dibekasi dan bogor ini ingin mengetahui apakah ada perbedaan antara bekasi dan bogor dalam memperhatikan tata kelola perusahaanyangada di perusahaan BPR wilayah bekasi dan bogor.

2.5.2 Perbedaan *Corporate social responsibility* (CSR) Bekasi dan Bogor

Dalam Perbedaan CSR Bekasi dan Bogor seperti yang kita ketahui bahwa *Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Suhandari, 2007 dalam untung,2008:1)mengandung makna mendalam, bahwa tanggungjawab sosial merupakan komitmen berkelanjutan para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusaha mendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar. dalam membandingkan perbedaan antara wilayah bekasi dan bogor maka dilihat dari jangkauan kepada orang miskin, pelayanan, social dan politik serta tanggung jawab perusahaan, hal ini sangat berperan penting untuk membendakan apakah ada perbedaan antara 17 perusahaan BPR yang berada di wilayah bekasi dan bogor.

2.5.3 Perbedaan Sustainability Bekasi dan Bogor

Dalam perbedaan sustainability Bekasi dan Bogor, BPR dari masing-masing wilayah, setiap perusahaan harus bertanggung-jawab atas dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Karena dari aspek ketiga inilah kita bias mengetahui perbedaan dari setiap wilayah yang berada di Bekasi dan Bogor. Dimana aspek ekonomi ini selalu berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, bagaimana untuk memajukan ekonomi dalam jangka yang cukup panjang tanpa menghabiskan sumber modal alam namun yang kita ketahui sumberdaya bumi itu sendiri terbatas. Aspek social dimana pembangunan yang berkaitan dengan manusia dalam berinteraksi satu sama lainnya yang juga berkaitan dengan aspek lingkungan hidup seperti aspek budaya yang kita ketahui. Tidak hanya dalam sekedar permasalahan yang berada di ekonomi maupun pembangunan berkelanjutan dan untuk menjaga keberlangsungan budaya dari sebuah masyarakat, serta tetap bisa menjalani kehidupan yang beretika baik yang mempunyai masa depan yang baik dalam mendatangnya.

2.5.4 Perbedaan ROA Bekasi dan Bogor

Dalam Perbedaan ROA Bekasi dan Bogor seperti yang kita ketahui bahwa ROA merupakan salah satu rasio yang mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. *Return on asset* digunakan untuk mengukur besarnya

laba bersih yang dapat diperoleh dari operasional perusahaan dengan menggunakan seluruh kekayaannya. dimana dalam ROA pada wilayah bekasi dan bogor ini perbedaannya dilihat dari laporan keuangannya setiap 17 perusahaan BPR yang berada di wilayah masing-masing. hal ini untuk menunjukkan bagaimana laporan perusahaan keuangan laba bersih yang dimiliki perusahaan apakah dalam laporan perusahaan itu memiliki keuntungan atau kerugian. apakah di wilayah bekasi dan bogor terdapat perbedaan maka dari itu karena ROA adalah peluang perusahaan dalam meningkatkan perusahaannya melalui mendapatkan dari profitabilitasnya.

Perbedaan GCG, CSR, dan ROA di Perusahaan BPR antara Bekasi dan Bogor pada perusahaan BPR Tahun 2014. hasil penelitian ini akan menghasilkan bahwa dari sample yang diteliti yaitu ada 17 perusahaan BPR yang akan dilihat apakah ada perbedaan atau tidak ada perbedaan. hasil akan diketahui apakah ada perbedaan atau tidak setelah dianalisis secara keseluruhan yang berdasarkan perhitungan yang dilakukan menunjukkan hasil nilai t hitung lebih besar atau lebih kecil dari pada nilai t tabelnya.