

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini semakin pesat. Hal ini menunjukkan banyak perusahaan yang muncul dan berkembang. Dengan adanya persaingan ini perusahaan dituntut agar tetap bisa bertahan dan fokus pada perbaikan untuk meningkatkan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari profit. Namun, perusahaan juga dituntut untuk mengembangkan hubungan sosial eksternal perusahaan yang disebut tanggung jawab sosial (CSR). CSR meliputi strategi dan program pengembangan masyarakat, tidak hanya dipahami filantropi perusahaan. Namun, juga sebagai bagian dari rekayasa sosial, strategi perusahaan rasional, terencana, berorientasi pada keuntungan sosial jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat. (Suharto, 2007:43).

Corporate Social Responsibility merupakan aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit). Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan secara kontinu dan terus-menerus merupakan salah satu cara untuk mencegah krisis peningkatan reputasi dan citra perusahaan. CSR bertujuan untuk membangun hubungan baik (*Social Relationship*) dengan masyarakat sehingga terbentuk sikap publik yang baik terhadap perusahaan. Selain itu, CSR juga harus diungkap kepada setiap *stakeholder* supaya tujuan dan sasaran dari program CSR dapat dimengerti dan bermanfaat bagi setiap *stakeholder*.

Sebagaimana menurut Undang-Undang No 40 Tahun 2007 Pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*Voluntary*). Pemerintah berprinsip bahwa CSR harus tetap menjadi kewajiban perseroan. Alasannya karena terdapat kerugian masyarakat dan lingkungan yang jumlahnya tidak sedikit sebagai akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perseroan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. (Werastuti, 2017). Perusahaan yang memiliki CSR nya tinggi menunjukkan bahwa semakin tinggi juga tingkat operasional perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial dan dapat mempertahankan kelangsungan dalam mencari keuntungan atau laba dengan baik, maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham dalam mencapai tujuan perusahaan. Begitupun sebaliknya, apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan. (Lela dkk, 2019).

Senada dengan penelitian penelitian Zuhroh dan Sukmawati (2003) dalam Indrawan (2011) yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) adalah sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan bagi para investor dalam menanamkan modalnya kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Sehingga untuk meningkatkan kinerja perusahaan dapat dipercaya dalam menerapkan CSR. Dapat dilihat

dari kinerja keuangan dalam pengungkapan CSR perusahaan pasar dapat memberikan respon positif bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang telah menerapkan CSR dengan memperhatikan tingkat operasional perusahaan dan tingkat kepekaan sosial dapat memicu para investor dalam menanamkan modalnya terhadap perusahaan yang melakukan kegiatan CSR.

Salah satu pedoman untuk CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah ISO 26000, yang menyatakan:

Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.

Salah contoh kasus penghargaan CSR pada PT PLN yang meraih penghargaan dari IGA Awards 2020. Berikut berita saya kutip dari SINDONEWS.com (<https://ekbis.sindonews.com>, 20 Maret 2020) :

PT PLN (Persero) mengukir prestasi di ranah Corporate Social Responsibility (CSR). Melalui ajang Indonesia Green Awards (IGA) 2020 yang diselenggarakan oleh The La Tofi School of CSR, PLN menerima 7 penghargaan untuk kategori Rekayasa Teknologi dalam menghemat energi/Penggunaan EBT, kategori Pengembangan Keanekaragaman Hayati, dan kategori Pengembangan Pengelolaan Terpadu.

Penghargaan IGA 2020 diserahkan langsung oleh Chairman The La Tofi School of CSR, La Tofi kepada Vice President CSR PLN Ida Zubaidah Rabu (18/3) lalu di Ballroom Aryaduta Jakarta. Chairman The La Tofi School of CSR La Tofi mengatakan IGA merupakan penghargaan yang diberikan oleh The La Tofi School of CSR kepada perusahaan yang memiliki kepedulian tinggi terhadap lingkungan melalui berbagai ragam kreativitas.

Berdasarkan kasus di atas dapat disimpulkan bahwa PT PLN mendapatkan penghargaan karena berhasil menciptakan penghemat energi menggunakan EBT. Hal tersebut terbukti bahwa perusahaan PLN berhasil mewujudkan tanggung jawab sosial untuk kesejahteraan dan kenyamanan masyarakat. Bukan itu saja perusahaan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan melalui berbagai ragam kreativitas.

Manfaat CSR dapat diukur dari kinerja keuangan. Penelitian Aryani (2012) yang menyatakan bahwa setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kinerja keuangannya, salah satunya dengan pelaksanaan CSR. Melakukan kegiatan CSR akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap produk perusahaan sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut dalam memperoleh profit. Dalam kegiatan CSR perusahaan tidak hanya memfokuskan pada profit yang dihasilkan. Namun, dua hal yang dapat memberikan para pemegang saham memberikan deviden yaitu lingkungan dan masyarakat.

Kinerja perusahaan adalah hasil dari kegiatan di sebuah perusahaan yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dalam periode tertentu. Salah satunya ukuran kinerja perusahaan adalah kinerja keuangan. Suatu alat yang digunakan untuk mengukur prestasi kerja keuangan perusahaan melalui struktur permodalannya adalah kinerja keuangan. Penilaian kinerja keuangan perusahaan harus diketahui output maupun inputnya. Output adalah hasil dari kinerja karyawan, sedangkan input adalah hasil dari keterampilan untuk mendapatkan hasil.

Menurut penelitian Ruyanto (2016) yang menyatakan bahwa pada umumnya pengukuran kinerja perusahaan hanya ditekankan pada sudut pandang keuangan saja. Namun dari sudut pandang yang lain dapat berupa pengukuran kinerja non keuangan. Pengukuran kinerja non keuangan dipercaya bisa digunakan sebagai indikator kinerja jangka panjang dan untuk melengkapi figur pengukuran keuangan jangka pendek (Ruyanto, 2016). Disisi lain, dalam meningkatkan kinerja keuangan yang berkualitas bagi manajemen perusahaan dan dapat sesuai dengan hasil yang diharapkan, maka perusahaan harus memperhatikan baik kinerja non keuangan. Kinerja non keuangan didesain untuk menilai seberapa baik aktivitas yang berhasil dan dicapai serta dipusatkan dalam dimensi-dimensi yang utama yaitu efisiensi, kualitas, dan waktu. Dalam penelitian Ruyanto (2016) mengungkapkan bahwa penggunaan variabel non keuangan meliputi ukuran perusahaan, umur perusahaan, persentase penawaran saham dan kinerja saham.

Pernyataan di atas juga didukung kembali oleh IAI (2007) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengendalikan dan mengelola sumber daya yang dimilikinya. Sedangkan kinerja non keuangan dapat dilihat melalui analisis kinerja karyawan yang melalui kualitas produk, perkembangan perusahaan, prestasi kerja, serta lingkungan kerja. Dengan demikian salah satu cara untuk mengantisipasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan yang berkualitas maka perusahaan harus memperhatikan kinerja keuangan maupun kinerja non keuangan.

Menurut penelitian Margaretha (2016) yang menyatakan bahwa pengukuran kinerja non keuangan penting dilakukan, dikarenakan banyak data-data kualitatif pada kinerja non keuangan yang dapat menyangkut operasional perusahaan dan berkaitan dengan hubungan organisasi lingkungan eksternalnya, sehingga terdapat pengaruh besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian, ukuran-ukuran non keuangan tidak dapat menggantikan ukuran-ukuran keuangan, keduanya saling melengkapi (Kaplan dan Norton, 2000 dalam Margaretha, 2016). Oleh karena itu, pengukuran kinerja non keuangan akan berhubungan langsung dengan strategi bisnis dan dapat berubah sesuai dengan perubahan kondisi lingkungan bisnis. Ukuran-ukuran non keuangan yang sering digunakan oleh perusahaan antara lain kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, proses internal yang responsif, kemampuan pegawai, dan sebagainya.

Selain beberapa indikator analisis kinerja non keuangan yang di atas juga ada beberapa ukuran yang terpenting dari kinerja non keuangan yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, produktivitas, pengakuan nama, semangat karyawan, kepuasan nasabah, pengembangan karyawan, pangsa pasar, hubungan dengan pemerintah, dan kinerja pengiriman. (Ruyanto, 2016). Ukuran non finansial lain yang tidak kalah pentingnya yaitu terkait dengan kinerja lingkungan dan hubungan masyarakat, karena perusahaan multinasional adalah subjek kritik yang meningkat sehubungan dengan masalah lingkungan. Manfaat penting dari tindakan non keuangan bahwa tindakan tersebut dapat dilaporkan pada

waktu yang tepat, masalah yang teridentifikasi segera didiskusikan sebelum masalah mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Salah satu contoh kasus dari kinerja non keuangan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia secara makro dengan strategi penerapan *Balance Scorecard*. Berikut berita saya kutip dari suara.com (<https://yoursay.suara.com>, 08 Januari 2020) :

Namun jangan salah, usaha kecil ini memiliki kontribusi yang amat besar terhadap perekonomian Indonesia secara makro. Masih dengan sumber data yang sama, diketahui pada tahun 2017 jumlah UMKM mendominasi pangsa pasar perekonomian Indonesia. Secara presentase jumlah unit, UMKM mendominasi dengan 99,99 persen dibandingkan dengan usaha besar yang hanya 0,01 persen (5. 400 unit usaha)

Secara tingkat penyerapan tenaga kerja pun UMKM masih mendominasi. UMKM menyerap sebanyak 97 persen (Rp 116,6 juta) tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3 persen (Rp 3,5 juta) tenaga kerja nasional.

Berdasarkan kasus di atas dapat disimpulkan bahwa usaha UMKM menjadi kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia karena mendominasi pangsa pasar dan tingkat penyerapan tenaga kerja nasional yang dapat mengalahkan Usaha Besar. Sehingga dengan keberlangsungan usaha UMKM harus tetap dijaga, agar perekonomian Indonesia tetap stabil dengan adanya persaingan dan rintangan yang semakin ketat, maka UMKM akan dituntut untuk semakin produktif dan inovatif dalam menunjang sistem pengukuran kinerja yang efektif dengan memberikan informasi yang tepat untuk melakukan *continuous improvment*. Oleh karena itu, UMKM menerapkan *balance scorecard* dalam formulasi strategi UMKM agar menjawab tantangan tersebut.

PT Seribu Satu Alami merupakan salah satu perusahaan manufaktur di bidang rokok ada di Madura yang berada di Desa Kertagena Tengah. Permasalahan yang dihadapi masyarakat sekitar dan lingkungan sekitar dengan adanya perusahaan ini seperti, polusi udara dan berpengaruh bagi pekerja yang rentan terkena berbagai macam penyakit akibat dari zat-zat berbahaya yang terdapat dalam rokok. Penelitian ini akan membahas aktivitas sosial pada PT Seribu Satu Alami, yang berpusat di Desa Kertagena Tengah, Kecamatan Kadur, Kabupaten Pamekasan. Dengan jumlah karyawan kurang lebih 700 karyawan. Perusahaan ini telah memiliki cabang di berbagai daerah di Pamekasan dengan kawasan yang padat penduduk dengan memperhatikan kondisi lingkungannya yang berdampak dari aktivitas-aktivitas perusahaan yang ditimbulkan, baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Dalam hal ini dapat dibuktikan dengan kemampuan PT Seribu Satu Alami yang dapat bersaing dengan perusahaan rokok nasional dengan dibuktikan dalam memperoleh salah satu penghargaan sebagai perusahaan rokok terbaik di Madura pada tahun 2018 dari Kementerian Republik Indonesia yang diberikan melalui Direktorat Jendral Bea Cukai kantor wilayah Jatim I KPPBC Tipe Madya Pabean C Madura. Sehingga bertujuan untuk mengetahui penerapan tanggung jawab sosial dalam menilai kinerja keuangan perusahaan.

Sesuai dengan penelitian Werastuti (2017) yang menunjukkan bahwa definisi CSR berbasis CPA merupakan melandaskan *kama* untuk mencapai *moksa* dan pelaksanaan dharma. CSR berasal dari artha organisasi yang didistribusikan sebesar-besarnya bagi kemakmuran masyarakat dan lingkungan yang dapat memberikan nilai spiritualitas, rasa keadilan, serta

cinta terhadap diri sendiri, lingkungan, stimulasi kepatuhan, orang lain, makhluk hidup, dan Tuhan. Hal tersebut bertujuan untuk agar perusahaan bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan yang menjadikan CSR sebagai biaya periodik perusahaan.

Salah satu contoh kasus sektor kelapa sawit dapat mendukung pengembangan UMKM berbasis Kearifan Lokal. Berikut berita saya kutip dari Infosawit.com (<https://infosawit.com>, 12 Januari 2021) :

Kegiatan mendukung UMKM berbasis kearifan lokal sudah dilakukan perusahaan perkebunan kelapa sawit ini secara terus-menerus, misalnya saja dikala Bumitama Gunajaya Agro (BGA) Group turut ambil bagian dalam kegiatan Pameran Budaya, Sosialisasi dan Pemeriksaan Kesehatan Gratis di Palangka Raya, Kalimantan Tengah, dalam kegiatan Gelar Karya Kalteng, tahun 2019 lalu, serta kegiatan Ketapang Expo di Kalimantan Barat. Nampak perusahaan memfasilitasi UMKM mitra binaan unggulan yang berada di sekitar operasional BGA Group.

Para pengrajin UMKM mitra binaan juga secara langsung menjual produknya kepada pengunjung yang hadir. Program tanggung jawab perusahaan (CSR) dalam kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah masyarakat di sekitar perkebunan kelapa sawit. Kegiatan serupa juga dilakukan pihak perusahaan di Kalimantan Barat, lewat agenda rutin tahunan Pemerintah Daerah Kabupaten Ketapang, yakni kegiatan Ketapang Expo. Dalam kegiatan tersebut, BGA Group turut mempromosikan produk UMKM binaan berbasis kearifan lokal secara langsung kepada masyarakat setempat.

Berdasarkan pada kasus di atas dapat disimpulkan bahwa dalam mengupayakan pengembangan kearifan lokal tidak hanya sebatas memahami budaya lokal setempat. Melainkan dapat dilihat juga dari peningkatan ekonomi dalam pengembangan produk yang berbasis kearifan lokal. Dalam pergelaran acara “Gelar Karya Kalteng” produk-produk ditampilkan untuk dijual kepada para pengunjung. Dalam hal ini, dilakukan agar adanya program CSR tersebut diharapkan mampu untuk meningkatkan nilai tambah terhadap masyarakat. Namun, disisi lain BGA Group juga

mempromosikan produk UMKM binaan dengan berbasis kearifan lokal yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Rismawati (2015) yang meneliti tentang makna program *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu kajian proses transformasi sosial berbasis kearifan lokal yang memberikan hasil bahwa nilai perusahaan PT Vale Indonesia yaitu *no bussiness interruption*” dan nilai budaya lokal yaitu budaya *siri* dan *maseddisiri* yang membentuk konsep pertanggungjawaban sosial yang keduanya dilakukan pengeksploasian dalam membentuk realitanya. *Corporate value* yang dianut oleh PT VI (*No bussiness interruption*) yang telah menciptakan *gab* antara entitas dengan lingkungan sosialnya. Hal ini yang berakibat pada ketidakmampuan perusahaan menangani *interruption in bussnisess* dengan cara yang lebih humanis dan holistik. Penanganan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak didasari atas rasa tanggungjawab yang tinggi dan demi keberlangsungan hidup masyarakat. Namun adanya perbedaan penafsiran dan pengambilan sikap dalam menginterpretasikan makna *no bussiness interruption* yang sebagian besar menganggap hanya sebatas percapaian target produksi dan mengoptimisasi *gain* pada pemilik modal. Akan tetapi, sebagian kecil menganggap bahwa *no bussiness interruption* adalah menjadikan masyarakat menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dan di sisi lain, nilai-nilai budaya *Luwu* (penjelasan makna *siri* dan *maseddisiri*) yang mengajarkan satu ikatan yang sangat kokoh berdasarkan rasa malu (*siri*).

Perbedaan penelitian ini dengan Rismawati (2015) yaitu terletak pada bentuk layanan, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian

ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, namun pada penelitian Rismawati (2015) menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan juga di penelitian Rismawati (2015) menggunakan nilai-nilai budaya *Luwu* (yang menjelaskan makna *siri* dan *masseddisiri*) dalam mengeksplorasi program-program *Corporate Social Responsibility* serta perusahaan yang dijadikan sebagai penelitian yaitu perusahaan tambang.

PT Seribu Satu Alami dalam bersosial dikenal dengan keakrabannya kepada masyarakat dalam hal ini yang disebut juga dengan peran CSR, dari awal berdirinya perusahaan memang sudah melakukan banyak berinteraksi dengan sosial masyarakat sehingga nama perusahaan tersebut sudah tidak asing lagi masyarakat kebanyakan, sampai tahun terakhir pun meski keadaan sosial terganggu dengan adanya wabah *Covid-19* bagi perusahaan rokok PT Seribu Satu Alami tidak mengubah tentang interaksinya terhadap masyarakat, akan tetapi disamping itu perusahaan sambil lalu menerapkan protokol kesehatan 3M dengan sangat ketat. Sehingga masyarakat dan karyawan tidak perlu khawatir apabila berinteraksi dengan perusahaan.

Kearifan lokal dapat dijadikan sebagai pandangan atau pedoman hidup yang didalamnya terdapat norma-norma dan aturan bermasyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Kearifan lokal masyarakat Madura khususnya PT Seribu Satu Alami yang letak perusahaan tersebut berada di Desa Kertagena Tengah yang merupakan salah satu desa di Kota Pamekasan yang keberadaannya di pelosok desa. Hal ini tentunya masyarakatnya masih kental dan masih memegang teguh adat-istiadatnya secara turun-temurun. Kearifan lokal yang dimiliki masyarakat tersebut meliputi seluruh

aspek kehidupan seperti keagamaan, komunikasi organisasi sosial, kesenian, ilmu pengetahuan, ekonomi, dan bahasa. Salah satu pedoman hidup terpenting yang diyakini masyarakat Kertagena Tengah yaitu dibidang keagamaan terdapat dalam peribahasa “*Abhental Syahadat, Asapo’ Iman, Apajung Allah*” (Berbantal Syahadat, Berselimut Iman, Berlindung Allah) yang merupakan bentuk ungkapan orang Madura dalam menjiwai agama Islam, dengan hal ini masyarakat Kertagena Tengah meyakini sepenuhnya dalam memulai sesuatu hal yang baik selalu melibatkan Tuhan.

Program-program CSR yang diterapkan pada perusahaan dapat terlaksana dengan efektif sesuai dengan kebutuhan lingkungan sekitar. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan laba perusahaan dalam peranan CSR di PT Seribu Satu Alami pada kinerja keuangannya yang berbasis kearifan lokal. Dikarenakan perusahaan rokok juga salah satu penyumbang dalam pendapatan negara yang mampu dalam menjalankan program CSR untuk keuntungan yang berjangka panjang. Selain itu, ukuran kinerja non keuangan pada penelitian ini yang berbasis kearifan lokal yang belum ada di penelitian sebelumnya. Hal ini disebabkan karena banyaknya penelitian terdahulu menggunakan ukuran kinerja keuangan saja.

Berdasarkan penelitian di atas, peneliti tertarik untuk mendalami peran CSR pada kinerja non keuangan dari sudut pandang kearifan lokal di PT Seribu Satu Alami. Dikarenakan pada PT Seribu Satu Alami yang bergerak dalam usaha rokok memiliki keunikan tersendiri terhadap perusahaan rokok lainnya seperti PT Djarum, PT HM Sampoerna, dan lain sebagainya. Dengan salah satu pelaksanaan CSRnya yaitu pada bidang pendidikan. Namun hal ini, berbeda dengan perusahaan Seribu Satu Alami yang

melaksanakan CSR di bidang keagamaan. Adapun program tanggung jawab sosial PT Seribu Satu Alami, yaitu bantuan sosial kepada anak yatim untuk setiap tahunnya dan bantuan atau sedekah-sedekah untuk kegiatan keagamaan seperti acara memperingati maulid Nabi, Isra' Mi'raj, mengeluarkan zakat pada bulan Ramadhan, melaksanakan qurban pada saat Hari Raya Idul Adha, mengadakan acara syukuran dalam hal memulai suatu pembangunan pabrik baru, di bidang pelayanan kesehatan masyarakat, sistem keamanan bagi masyarakat dan lain sebagainya.

1.2 Perumusan Masalah

Sebagai pengenalan awal dalam suatu penelitian, peneliti ingin mendapatkan pemahaman dalam proses penelitian ini. Peneliti merumuskan permasalahan yang nantinya akan mengungkap rasa keingintahuan dalam diri peneliti. Rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini, yaitu bagaimana peran CSR PT Seribu Satu Alami pada kinerja non keuangan dari sudut pandang kearifan lokal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan dan harapan untuk menggali lebih dalam tentang Peran *Corporate Social Responsibility* pada kinerja non keuangan PT Seribu Satu Alami yang mengungkap dari sudut pandang kearifan lokal.

1.4 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti berharap hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi bagi berbagai pihak. Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai berikut:

Bagi penulis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan manfaat mengenai peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada kinerja non keuangan.

Bagi perusahaan. Dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya melakukan peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada kinerja non keuangan.

Bagi peneliti selanjutnya. Dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada kinerja non keuangan.