



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**ANALISA TINGKAT KEPATUHAN PELAPORAN BERKELANJUTAN
DAN PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
2008- 2010**

SKRIPSI



**NAILAN ZAHARA
0810535215**

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2012**

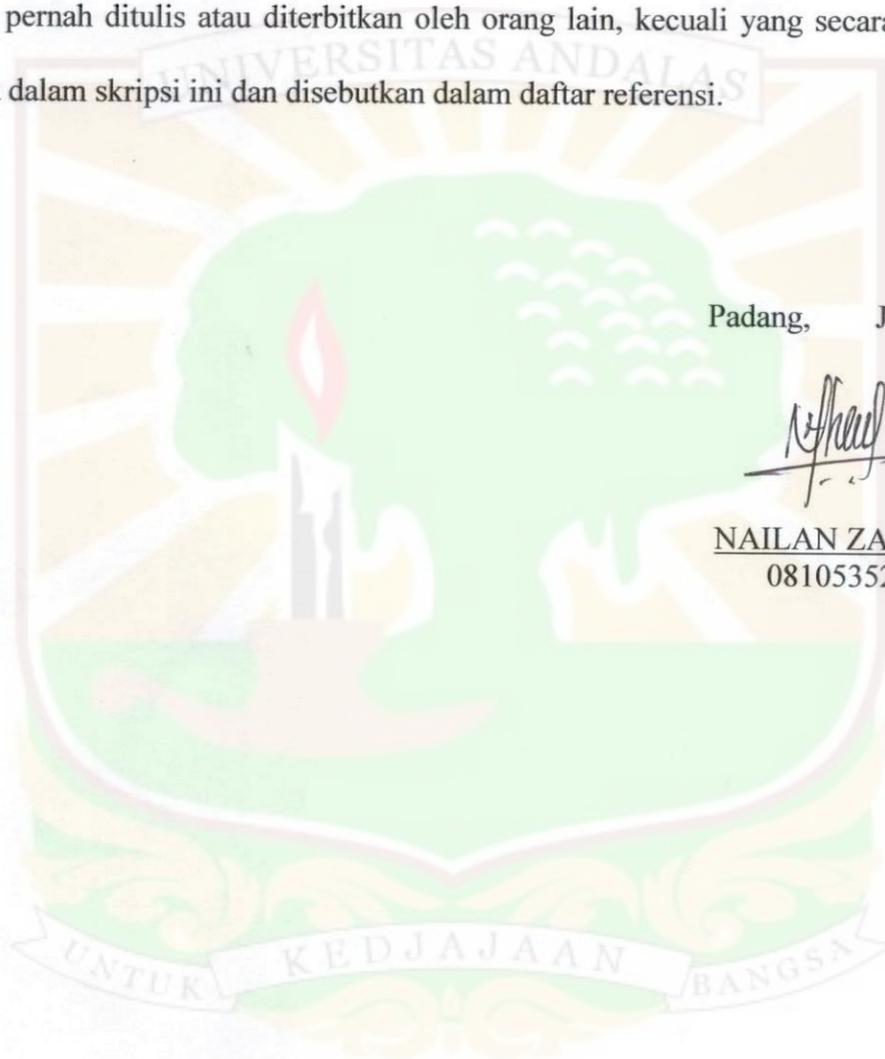
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar referensi.

Padang, Juli 2012



NAILAN ZAHARA
0810535215





No Alumni Universitas	NAILAN ZAHARA	No Alumni Fakultas
-----------------------	----------------------	--------------------

BIODATA

a). Tempat / Tgl Lahir : Padang / 09 Agustus 1986 b). Nama Orang Tua : MHD.Djaridjis,SH dan Yurni c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Akuntansi e). No.Bp : 0810535215 f). Tanggal Lulus : 28 Juli 2012 g). Predikat lulus : Sangat Memuaskan h). IPK : 2,90 i). Lama Studi : 4 tahun j). Alamat Orang Tua : Komp. Parupuk Raya Blok C/22 Tabing – Padang

ANALISA TINGKAT KEPATUHAN PELAPORAN BERKELANJUTAN DAN PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2008 – 2010
Skripsi S-1 Oleh Nailan Zahara, Pembimbing : *Dra. Sri Dewi Edmawati, M.Si. Ak*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan (CSR) pada laporan tahunan perusahaan – perusahaan yang ada di Indonesia. Faktor – faktor karakteristik perusahaan yang digunakan antara lain, jenis usaha, ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta kepemilikan perusahaan. Pengukuran tanggung jawab social perusahaan didasarkan pada kategori *corporate social reporting* untuk menghitung *79 Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sampel sebanyak 100 perusahaan yang sesuai dengan kriteria telah ditentukan dalam jangka waktu penelitian 2008-2010. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jenis Usaha tidak berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang terdaftar di BEI. Sementara itu, Size, Umur, Kepemilikan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang terdaftar di BEI. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial yang dilakukan oleh Perusahaan belum semuanya mengacu kepada standar Global Reporting Initiative (GRI). Hal ini dikarenakan pemahaman tentang CSR belum dipahami secara menyeluruh.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR), Size, Jenis Usaha, Umur, Kepemilikan, Pelaporan Berkelanjutan.*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 28 Juli 2012, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dra. Rinaldi Munaf, MM, Ak, CPA	Dra. Riza Reni Yenti, SE, M.Si, Ak	Dra. Nini Sofriyeni, M.Si, Ak

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi : **Dr. Yuskar, SE, MA, Ak**
NIP. 196009111986031001

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

Petugas Fakultas / Universitas Andalas		
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisa Tingkat Kepatuhan Pelaporan Berkelanjutan dan Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008 – 2010”**, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Reguler Mandiri Universitas Andalas Padang. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi inspirasi dan suri teladan yang baik bagi kita umat islam di dunia.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Sri Dewi Edmawati, M.Si. Ak, selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini, dan sekaligus Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Reguler Mandiri Universitas Andalas Padang.
2. Bapak Dr. Yuskar, SE. MA. Ak selaku ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
3. Bapak Drs. H. Rinaldi Munaf, MM. Ak, CPA, dan Ibu Dra. Riza Reni Yenti, SE, M.Si, Ak, serta Ibu Dra. Nini Sofriyeni, M.Si, Ak, selaku tim penguji.

4. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Reguler Mandiri yang telah memberikan materi kuliah sampai akhir semester sebagai bekal penulis di masa depan.
5. Bapak Helmi, Bang Koko, dan Ni Ema serta seluruh karyawan biro akademik yang telah memberikan kemudahan dalam birokrasi.
6. Ayah tersayang dan Mama tercinta, yang telah merawat dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan yang tak terhingga.
7. My Inspirasi ku Bang Meno terima kasih atas dukungan dan do'a nya, serta Adik-adik ku yang senantiasa menghiburku.
8. My Best Friends : Iza, Meri, Atik, Piyonet, terima kasih atas dukungan dan semangatnya, special thanks to illa, terima kasih atas bantuannya selama ini, semoga persahabatan kita tetap awet.
9. Buat Iche, Mike, Risty, terima kasih atas tumpangan belajarnya, ma'af selalu merepotkan kalian.
10. Teman – teman Jurusan Akuntansi '08 Intake DIII yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belumlah begitu sempurna. Untuk itu kritikan dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan penulis sendiri serta bagi rekan – rekan semua.

Padang, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORITIS	
2.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	12
2.1.1 Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial	18
2.1.2 Manfaat yang didapat oleh perusahaan serta masyarakat dari CSR.....	23
2.1.3 Wacana CSR dari berbagai perspektif.....	31
2.2 CSR sebagai Kewajiban Perusahaan.....	38
2.2.1 Standarisasi pelaksanaan CSR di Indonesia	38
2.2.2 Program-program CSR	42
2.3 Sustainability Report (Laporan Keberlanjutan)	44
2.3.1 Pengertian <i>Sustainability reporting</i>	44
2.3.2 Komponen-komponen di dalam sustainability report...	45

2.3.3 Prinsip-prinsip <i>Sustainability reporting</i>	46
2.4 ISRA (<i>Indonesian Sustainability Reporting Award</i>).....	47
2.5 Global Reporting Initiative (GRI).....	55
2.6 Review Penelitian Terdahulu	56
2.7 Pengembangan Hipotesis	58
2.7.1 Laporan Keberlanjutan (<i>Sustainability Report</i>).....	58
2.7.2 Karakteristik Perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial	60
2.7.3 Kesesuaian aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam Laporan Keberlanjutan yang mengacu pada International Reporting Guidelines	61
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	64
3.2 Populasi, Sample, dan Sampling	64
3.3 Teknik Pengumpulan Data	64
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	65
3.5 Metode Analisis Data	67
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Deskripsi objek penelitian.....	75
4.2 Analisis Data	75
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN.....	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 2.1 Standar Pedoman GRI.....	59
Tabel 4.1 Perolehan Sampel Penelitian	75
Tabel 4.2 Kelompok Perusahaan yang membuat Laporan CSR	76
Tabel 4.3 Pengungkapan berdasarkan Jenis Usaha	77
Tabel 4.4 Pengungkapan berdasarkan Ukuran Perusahaan	78
Tabel 4.5 Pengungkapan berdasarkan Umur Perusahaan	79
Tabel 4.6 Pengungkapan berdasarkan Kepemilikan Perusahaan.....	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.9 Hasil Regresi Auto Korelasi	84
Tabel 4.10 Hasil Pengujian ANOVA.....	85
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	86
Tabel 4.12 Pengungkapan Aspek Ekonomi	95
Tabel 4.13 Pengungkapan Aspek Lingkungan	95
Tabel 4.14 Pengungkapan Aspek Praktik Kerja	95
Tabel 4.15 Pengungkapan Aspek Hak Manusia	96
Tabel 4.16 Pengungkapan Aspek Sosial.....	96
Tabel 4.17 Pengungkapan Aspek Produk	96

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	63
Gambar 4.1 Hasil pengujian Heterokedatisitas.....	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tujuan dari pembangunan berkelanjutan adalah untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Sebagai kekuatan penting dalam masyarakat, organisasi dalam bentuk apapun berperan cukup signifikan dalam pencapaian tujuan ini. Salah satu tantangan utama dari pembangunan berkelanjutan adalah adanya tuntutan akan pilihan-pilihan dan cara berpikir yang baru dan inovatif. Perkembangan pengetahuan dan teknologi dituntut tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dapat membantu dalam memecahkan permasalahan terkait risiko dan ancaman terhadap keberlanjutan dari hubungan sosial, lingkungan, dan perekonomian. Karenanya, pengetahuan dan inovasi baru dalam teknologi, manajemen dan kebijakan publik, merupakan tantangan bagi segenap organisasi agar dapat membuat pilihan-pilihan baru dalam melaksanakan operasional mereka, produksi, jasa-jasa, dan aktivitas-aktivitas lainnya, yang akan berdampak terhadap bumi, manusia, dan perekonomian.

Pemahaman dan kesadaran entitas bisnis untuk menjaga hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan dalam upaya meminimasi dampak negatif dan maksimasi dampak positif aktivitas operasional perusahaan menuju pembangunan berkelanjutan inilah yang dipahami sebagai

CSR (*Corporate Social Responsibility*). Sorotan tajam dan tekanan dari berbagai aktivis terhadap industri yang menimbulkan dampak signifikan terhadap kerusakan lingkungan dewasa ini semakin meningkat. Terutama pada sektor pertambangan dan pengusahaan hutan serta industri lain yang berserat limbah berbahaya, atau menggunakan bahan pengganggu kesehatan. Secara umum faktor-faktor berikut menjadi pemicu timbulnya tekanan tersebut: (a) ukuran perusahaan yang semakin besar; (b) aktivitas dari lembaga swadaya masyarakat semakin tumbuh; (c) reputasi dan citra perusahaan, (d) kemajuan teknologi komunikasi.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuknya bertujuan untuk mencetak laba yang optimal untuk meningkatkan kekayaan para pemegang saham. Namun itu saja belum cukup, keberlanjutan usaha perusahaan tidak menjamin bila hanya mengandalkan pada laba yang tinggi semata. Perusahaan harus pula mempunyai komitmen yang tinggi untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*social and environmental responsibility*, Darwin, 2008).

Dalam *Report of the World Commission for Environment and Development* ditegaskan bahwa "*Sustainable development is development that meets the needs of present without compromising the ability of future generation to meet their own needs*" (The Brundtland Report, 1987). Intinya, untuk memenuhi kebutuhan manusia sekarang, tidak boleh mengganggu kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Kata kuncinya adalah, "Perusahaan boleh berlanjut sebagai entitas pencetak

tahun terakhir, Bapepam-LK juga sudah mengharuskan emiten untuk mengungkapkan kegiatan sosial dan lingkungannya dalam Laporan Tahunan.

Transparansi mengenai keberlanjutan dari aktivitas organisasi menjadi perhatian penting dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk perusahaan, pekerja, lembaga swadaya masyarakat, investor, akuntan, dan lainnya. Hal inilah yang menyebabkan kenapa GRI sangat bergantung pada kerjasama dari sebuah jejaring besar para ahli yang berasal dari berbagai pemangku kepentingan dalam melakukan konsultasi untuk mencapai konsensus. Melalui konsultasi ini, dan juga pengalaman praktis selama ini (Konsultasi dan juga pengalaman praktis selama ini), telah dapat memperbaiki dan meningkatkan secara terus-menerus Kerangka Pelaporan yang ada sejak didirikannya General Reporting Initiative (GRI) di tahun 1987. Pembelajaran dari pendekatan berbagai pemangku kepentingan ini telah menjadikan Kerangka Pelaporan memiliki kredibilitas yang tersebar dan digunakan oleh berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Perhatian dunia usaha terhadap penerbitan Laporan Berkelanjutan baik dalam bentuk terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*) semakin meningkat. Namun, jumlah tersebut masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah seluruh perusahaan yang ada di Indonesia, begitu juga dengan keberagaman mutu laporan. Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. 'Laporan

Keberlanjutan' merupakan sebuah istilah umum yang dianggap sinonim dengan istilah lainnya untuk menggambarkan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya *triple bottom line*, laporan pertanggungjawaban perusahaan, dan lain sebagainya).

Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun negatif. Laporan Keberlanjutan yang disusun berdasarkan Kerangka Pelaporan GRI mengungkapkan keluaran dan hasil yang terjadi dalam suatu periode laporan tertentu dalam konteks komitmen organisasi, strategi, dan pendekatan manajemennya. Laporan dapat digunakan untuk tujuan berikut, di antaranya:

1. Patok banding dan pengukuran kinerja keberlanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela;
2. Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan berkelanjutan; dan
3. Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu.

Menguatnya paradigma pembangunan berkelanjutan dan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan membuat laporan kinerja sosial dan kinerja lingkungan sama pentingnya dengan pelaporan kinerja ekonomi, (Almilia, 2009). Masalah terbesar adalah bahwa mutu laporan non finansial memang belumlah sebaik laporan finansial. Hal ini disebabkan usia pelaporan yang terpaut jauh (> 500 tahun vs 10-25 tahun). Kesenjangan di

antara keduanya ditandai oleh derajat ke formalan, pihak yang dituju serta interval laporan. Formalisasi laporan financial sudah sangat jelas dengan munculnya GAAP, IFRS serta standar-standar pelaporan di setiap Negara. Hampir seluruhnya sudah mengikat secara hukum. Sementara laporan non financial baru diinisiasi oleh GRI. Gazdar (2007) menyatakan bahwa terdapat empat hal yang menyebabkan laporan non finansial saat ini dibutuhkan. *Pertama*, meningkatnya reputasi perusahaan. Semakin transparan perusahaan dalam aspek-aspek yang dituntut pemangku kepentingan, maka semakin tinggi citra dan reputasi perusahaan dengan asumsi kinerja yang dilaporkan adalah kinerja yang baik. *Kedua*, melayani tuntutan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan adalah pihak-pihak yang terpengaruh dan bisa memengaruhi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tentu saja, mereka yang terpengaruh hidupnya oleh perusahaan berhak untuk mengetahui aspek-aspek yang bersentuhan dengan kehidupan mereka. Mereka yang bisa memengaruhi perusahaan sangat perlu untuk mendapat informasi yang benar, sehingga pengaruh mereka bisa diarahkan ke tujuan yang tepat. *Ketiga*, membantu perusahaan dalam membuat berbagai keputusan. Laporan kinerja yang baik tentu saja akan memuat indikator-indikator yang akan membantu perusahaan melihat kekuatan dan kelemahan dirinya. Perusahaan bisa sedikit lebih tenang dalam aspek yang indikator-indikatornya menunjukkan kekuatan. Di sisi lain, perusahaan perlu mencurahkan sumber daya yang lebih besar untuk aspek-aspek yang tampak masih lemah. Laporan periodik dengan indikator yang konsisten sangat diperlukan di sini, sehingga naik turunnya kinerja bisa terpantau dan disikapi dengan keputusan yang tepat.

Keempat, membuat investor dengan mudah memahami kinerja perusahaan. Sebagaimana yang sudah diungkapkan di atas, ada kebutuhan yang semakin tinggi dari investor untuk bisa mengetahui kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Para investor jangka panjang benar-benar ingin mengetahui apakah modal yang ditanamkannya aman atau tidak. Perusahaan-perusahaan yang memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang tinggi memiliki kemungkinan yang lebih baik untuk terus berlanjut usahanya, dan para investor tentu lebih berminat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Sejak tahun 2000, sudah ribuan perusahaan besar di negara lain yang mempublikasikan Laporan Keberlanjutan baik karena diwajibkan oleh regulator maupun kesadaran sendiri. Laporan ini digunakan oleh investor yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Di Indonesia, pembuatan laporan ini masih bersifat sukarela dan sampai tahun 2007 baru terdapat 12 perusahaan yang telah membuat Laporan Keberlanjutan dan tahun 2009 sudah 58 perusahaan (Almilia, 2009). Laporan Keberlanjutan tersebut ada yang terpisah dari Laporan Tahunan dan ada yang terintegrasi. Variasi pelaporan masih tinggi termasuk luasnya pengungkapan sosial dalam pelaporan tersebut. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti tingkat kepatuhan Pelaporan Berkelanjutan dan Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta untuk periode 2008-2010.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini, permasalahan yang dikemukakan adalah:

1. Sampai sejauhmana perusahaan-perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mematuhi International Reporting Guidelines yang disusun oleh Global Reporting Initiative?
2. Apakah karakteristik perusahaan seperti jenis usaha, size, umur, kepemilikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam pelaporan berkelanjutan?
3. Apakah aspek-aspek kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan yang dipublikasikan sudah mengacu kepada GRI G3?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada Laporan Berkelanjutan Korporasi (*Corporate Sustainability Report*) yang dilaporkan oleh perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2008-2010. Salah satu alasan membatasi periode adalah dengan disahkannya undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, yang mendesak perusahaan di Indonesia terutama perusahaan publik untuk lebih bertanggungjawab sosial terhadap masyarakat. Adapun kriteria tingkat kepatuhan dilihat pada Pedoman Pelaporan Berkelanjutan yang diterbitkan oleh Global Reporting Initiative dengan merujuk ke situs langsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan:

1. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian isi Laporan Keberlanjutan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan International Reporting Guidelines yang disusun oleh Global Reporting Initiative.
2. Untuk mengetahui karakteristik perusahaan seperti jenis usaha, size, umur, kepemilikan mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial dalam pelaporan berkelanjutan.
3. Untuk mengetahui aspek-aspek kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan yang dipublikasikan sudah mengacu kepada GRI G3.

1.5 Manfaat Penelitian

Seperti yang telah dijabarkan pada bagian sebelumnya, bahwa penelitian ini akan sangat banyak memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada berbagai pihak yang terkait dengan masalah *sustainability development*. Oleh karena itu, penelitian ini hendaknya dapat memberi manfaat antara lain:

1. Sebagai sumbangan pemikiran mengenai arti penting praktek pelaporan berkelanjutan di Indonesia.
2. Sebagai pertimbangan pemangku kepentingan perusahaan publik untuk membuat kebijakan dan pertimbangan strategis yang memberi dampak terhadap keberlanjutan pembangunan.

3. Dapat memberi stimulus proaktif sebagai kontrol perilaku sosial perusahaan yang bertanggung jawab terhadap masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

Hasil Penelitian yang diperoleh setelah dilakukan analisis kemudian disusun dalam bentuk laporan akhir dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi uraian tentang Latar Belakang Permasalahan; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, berisi tinjauan pustaka yang menjabarkan mengenai definisi-definisi tentang *Corporate Social Responsibility*, manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan maupun bagi masyarakat sekitar, selanjutnya tentang wacana *Corporate Social Responsibility* tersebut dalam berbagai perspektif, prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*, pengertian *Sustainability Report*, standar *Sustainability Report* berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI)*, serta *Indonesian Sustainability Report Award*.

Bab III Metode Penelitian, berisi mengenai desain penelitian yang digunakan, sampel, populasi, dan sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi uraian hasil penelitian tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan publik yang terdaftar di BEI, evaluasi terhadap *Sustainability Report* yang

sesuai dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI), serta pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Bab IV Kesimpulan dan Saran, berisi Kesimpulan dari Pembahasan yang telah diuraikan, dan Saran berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Definisi mengenai *corporate social responsibility* sangatlah beragam. Seperti definisi CSR yang dikemukakan oleh bank dunia (2002), yaitu bahwa: "*corporate social responsibility as "The commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life. "*"

Sejalan dengan definisi di atas, Kotler dan Lee (2005) memberikan definisi CSR sebagai berikut: "*Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practice and contributions of corporate resources*".

Angraini (2006), menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel, serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*Good Corporate Governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai sejauhmana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu, perkembangan

akuntansi konvensional saat ini telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas. Sehingga muncul konsep akuntansi baru yang disebut dengan *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Faktor yang mempengaruhi implementasi dan pengungkapan CSR diantaranya adalah, *political economy theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory* (Wilmhurst and Frost 1999; Deegan 2002; Campbell, Craven dan Shrivs 2002). Sedangkan menurut Roberts 1992 dan Williams 1999, bahwa *political theory* dan *social contexts* merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan untuk mengungkapkan informasi CSR. Haigh dan Jones (2006), mengungkapkan bahwa terdapat 6 faktor yang mempengaruhi praktik CSR oleh perusahaan. Keenam faktor tersebut adalah *internal pressures on business managers*, *pressures from business competitors, inventors and consumers*, and *regulatory pressures coming from goverments and non-govermental organizations*.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2007) paragraph 9 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi kontrak pinjaman, dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamalah dkk, 2005).

Berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dalam Pasal 66 ayat (2) butir (c) disebutkan secara tegas agar Perseroan menyampaikan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (baca: CSR) dalam laporan tahunan. Jadi, laporan CSR perlu dibuat karena memang telah diwajibkan Undang-Undang. Laporan CSR juga berfungsi sebagai media komunikasi sekaligus pertanggungjawaban kepada stakeholders. Hal lain yang perlu menjadi perhatian pebisnis dan pelaku usaha dalam membuat laporan CSR adalah standar pelaporannya. Undang-undang tidak mengatur sampai pada pedoman penyusunan laporan, meski sebenarnya sebuah standar berfungsi penting sebagai rujukan mulai dari tahap persiapan, pemantauan sampai pada tahap evaluasi kinerja CSR, serta pemberian umpan balik untuk penyempurnaan laporan berikutnya.

Ketiadaan standar pada akhirnya menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda. Hal ini tentu bisa menjadi kontraproduktif dalam upaya menciptakan pemahaman yang sama mengenai CSR dan konsep keberlanjutan dunia usaha. Adalah kenyataan bila kini masing-masing

perusahaan yang berbeda membuat laporan CSR dalam format yang tidak sama. Ini tentu saja akan menyulitkan pembaca laporan dalam membuat analisis kinerja CSR antar perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Prinsip komparabilitas sulit dilakukan apabila standar pelaporan yang digunakan tidak sama.

Sebenarnya sudah tersedia standar pelaporan CSR yang telah diterima dan diakui secara luas pada tataran internasional. Standar ini dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI) yang berpusat di Amsterdam, Belanda. GRI pada awalnya merupakan bagian United Nations Environmental Program (UNEP) dan berkantor di Boston, Amerika Serikat dan pada tahun 1999 pindah ke Amsterdam serta mengubah bentuk menjadi organisasi independen. Anggotanya berasal dari beragam pemangku kepentingan mulai dari perusahaan-perusahaan multinasional, akuntan, ahli hukum, konsultan, akademisi, sampai pada non-government organization (NGO/LSM). Pedoman pelaporan CSR yang pertama dikeluarkan GRI pada tahun 2000. Dua tahun kemudian pedoman ini mendapat perbaikan, dan revisi terakhir dilakukan pada tahun 2006 yang disebut *Sustainability reporting Guidelines, Version 3.0* atau lebih populer dengan sebutan GRI G3 Reporting Framework. Di beberapa negara, industri tertentu telah diwajibkan membuat Sustainability Report (Laporan Keberlanjutan) berdasarkan pedoman yang dikeluarkan GRI. Terakhir, kewajiban serupa telah diterapkan pada seluruh BUMN oleh Pemerintah Swedia. Selebihnya, pembuatan laporan lebih banyak didasarkan pada inisiatif sukarela (*voluntary basis*), sebagai akuntabilitas kepada publik

atas capaian kinerja CSR.

Laporan disediakan dalam bentuk salinan keras (*hard copy*), dan salinan lunak (*soft copy*) yang dapat diunduh melalui situs perusahaan bersangkutan. Penamaan laporan beragam di antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, tergantung pada cara pandang dan penekanan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Maka ada yang menyebutnya sebagai CSR report, sustainability report, corporate citizenship report, environmental and social report, dan sustainable development report. Meskipun berbeda penamaan, hal tersebut tidak lagi menjadi masalah karena penyusunan laporan menggunakan format yang seragam berdasarkan pedoman yang sama, yaitu GRI G3 Reporting Framework. Struktur laporan pada umumnya adalah sama, yakni memuat 3 (tiga) aspek utama kinerja perusahaan: kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan atau diringkas dengan sebutan triple bottom line reporting.

Di Indonesia, promosi dan penyebarluasan pedoman GRI telah dilakukan oleh NCSR (National Center for *Sustainability reporting*) sejak tahun 2005. NCSR tercatat sebagai anggota organizational stakeholder GRI. Kegiatan yang rutin dilaksanakan di antaranya pelatihan penyusunan laporan CSR/Sustainability dalam rangka peningkatan kapasitas untuk eksekutif perusahaan, konsultan, akademisi, mahasiswa, staf institusi pemerintah, dan LSM. Perhatian kalangan dunia usaha terhadap laporan keberlanjutan cukup mengembirakan. Kuantitas dan kualitas laporan setiap tahun semakin meningkat. Pada tahun 2005 hanya terdapat 1 perusahaan di Indonesia yang

menerbitkan laporan ini, namun pada tahun 2006 Indonesia akan memiliki sedikitnya 30 perusahaan yang akan mempublikasikan laporan CSR/ sustainability report.

Lesmana (2007), mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha. Pandangan lain tentang CSR yang lebih komprehensif, dinyatakan oleh *Prince of Wales International Business Forum*, yang di Indonesia di promosikan oleh *Indonesia Business Links*. CSR menyangkut 5 pilar, antara lain:

1. *Building Human*, menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan eksternal (masyarakat). perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*.
2. *Strengthening economies*, memberdayakan ekonomi komunitas.
3. *Assesing social cohesion*, maksudnya perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging good governance*, perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik.
5. *Protecting the environment*, perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan.

Dauman dan Hargreaves dalam Nur Cahyonowati (2003), membagi areal tanggung jawab perusahaan menjadi 3 level, yaitu:

1. *Basic Responsibility*, merupakan tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut. Misalnya kewajiban membayar pajak, mematuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
2. *Organizational Responsibility*, menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholders*, seperti pekerja, konsumen, pemegang saham, dan masyarakat sekitarnya.
3. *Societal Responsibility*, menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat. Sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

2.1.1 Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Warhurst (1998) dan Wibisono (2007), mengajukan prinsip-prinsip CSR sebagai berikut:

1. **Prioritas Korporat.** Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan. Dengan begitu bisa membuat kebijakan, program dan praktik dalam menjalankan operasi bisnisnya dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial.
2. **Manajemen Terpadu.** Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek kedalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.

3. Proses Perbaikan. Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program, dan kinerja sosial korporat, berdasarkan temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
4. Pendidikan Karyawan. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.
5. Pengkajian. Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan (proyek baru) dan sebelum menutup atau meninggalkan lokasi pabrik.
6. Produk dan Jasa. Mengembangkan produk dan jasa yang tak berdampak negatif secara sosial.
7. Informasi Publik. Memberi informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor dan publik tentang penggunaan yang aman, transportasi, penyimpanan, dan pembuangan produk, begitu juga dengan jasa.
8. Fasilitas dan Operasi. Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.
9. Penelitian. Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.

10. Prinsip Pencegahan. Memodifikasi manufaktur, pemasaran, atau penggunaan produk dan jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir, untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
11. Kontraktor dan Pemasok. Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok, disamping itu bila diperlukan mensyaratkan perbaikan dalam praktik bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok.
12. Siaga menghadapi darurat. Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan berbahaya bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang, dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali bahaya yang muncul.
13. *Transfer best practice*. Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.
14. Memberi sumbangan. Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.
15. Keterbukaan. Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengatisipasi, dan memberi respon terhadap potesial hazard, dan dampak operasi, produk, limbah, atau jasa.

16. Pencapaian dan pelaporan. Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat, dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja dan public.

Economic Cooperation and Development (2000) dalam Wibisono (2007) menyepakati pedoman bagi perusahaan multinasional. Pedoman tersebut berisi kebijakan umum yang meliputi:

1. Memberikan kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.
2. Menghormati hak asasi manusia yang dipengaruhi kegiatan perusahaan tersebut sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di Negara tempat perusahaan beroperasi.
3. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis, sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan.
4. Mendorong pembentukan *human Capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi para karyawan.
5. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum, terkait soal lingkungan,

kesehatan dan keselamatan kerja, perburuhan, perpajakan, insentif financial, dan isu-isu lain.

6. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* serta mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang baik.
7. Mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik system manajemen yang mengatur diri sendiri secara efektif guna menumbuhkembangkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi.
8. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melalui program-program pelatihan.
9. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih (*diskriminatif*) dan *indisipliner*.
10. Mengembangkan mitra bisnis, termasuk pemasok dan sub kontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
11. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

2.1.2 Manfaat yang didapat oleh perusahaan serta masyarakat dari CSR

Nugroho (2007) dalam Wibisono (2007) banyak manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, baik bagi perusahaan, masyarakat (termasuk buruh/pekerjanya), lingkungan ataupun Negara:

1. Bagi Perusahaan, ada 4 manfaat yang diperoleh dengan mengimplementasikan CSR, yaitu:
 - a. Keberadaan perusahaan yang tumbuh dan berkelanjutan dapat menciptakan citra (image) yang positif dari masyarakat luas.
 - b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (capital).
 - c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
 - d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).
2. Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah. Karena hal tersebut akan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang di serap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan

menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.
4. Bagi Negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis seperti penyuaan pada aparat Negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, Negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar oleh perusahaan.

Wibisono (2007) menyatakan sulit untuk menentukan *benefit* perusahaan yang menerapkan CSR, karena tidak ada yang dapat menjamin bila perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR dengan baik akan mendapatkan kepastian *benefit*. Untuk menentukan manfaat penerapan CSR, perlu dibandingkan dengan *driver*-nya agar lebih representatif:

1. Mempertahankan/mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif juga akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholder*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

2. Layak mendapatkan *social licence to operate*, masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan. Perusahaan musti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* pasti akan menjadi bom waktu yang dapat memicu resiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga mesti mengeluarkan biaya yang mungkin justru berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track Record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang di tanamkan untuk program CSR dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk di dalamnya akan

memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar yang baru.

6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang di dapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang dalam siklus produksi.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggung jawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normative kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya, wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak reward yang di tawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan cukup tinggi.

Listyorini dan Greg Anggana (1998) dalam Januarti dan Apriyanti (2005), menjelaskan adanya 2 pandangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Pandangan **pertama**, argument yang mendukung perlunya tanggung jawab sosial bagi perusahaan, antara lain:

1. Kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin banyak sehingga tidak mungkin bisnis modern dapat berkembang tanpa menghiraukan dimensi sosial kehidupan manusia. Oleh sebab itu, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang sangat besar, bukan sekedar tanggung jawab ekonomis.
2. Kewajiban moral. Dalam hubungannya dengan system sosial modern yang semakin kompleks dan terkait satu sama lain, tidak dipungkiri bahwa semua kegiatan bisnis bahkan yang bersifat internal sekalipun mempunyai dampak bagi dunia eksternal.
3. Terbatasnya sumber daya, bahwa bisnis harus berlangsung di dalam kondisi sumber daya yang terbatas. Oleh sebab itu, perusahaan harus memanfaatkan secara bertanggung jawab serta bijaksana guna memenuhi kebutuhan manusia dengan mempertimbangkan kelangsungannya di masa mendatang.
4. Perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan. Bisnis mempengaruhi lingkungan, konsumen, kondisi masyarakat dan lain sebagainya. Kekuasaan bisnis yang terlalu besar dan tidak diimbangi dengan tanggung jawab, akan menyebabkan bisnis

menjadi kekuatan yang merusak masyarakat.

5. Lingkungan sosial yang lebih baik. Perusahaan mempunyai kewajiban dan tanggung jawab untuk ikut memelihara lingkungan sosialnya ke arah yang lebih baik.
6. Bisnis mempunyai sumber daya yang berguna. Argumen ini menyatakan perusahaan tidak hanya memiliki uang untuk hal-hal yang bersifat sosial, melainkan juga mempunyai tenaga manajer yang kompeten, tenaga ahli yang terampil, tenaga keuangan yang professional, yang semuanya sangat berguna bagi masyarakat.
7. Keuntungan jangka panjang. Tanggung jawab sosial merupakan nilai yang lebih positif bagi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan, dapat menciptakancitra positif di mata masyarakat.

Pandangan **kedua**, argument yang menentang perlunya tanggung jawab sosial bagi suatu perusahaan, yaitu:

1. Tujuan bisnis adalah mengejar keuntungan sebesar-besarnya; argument ini menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan (bila ada) adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.
2. Tujuan yang terbagi dan harapan yang membingungkan; bahwa keterlibatan sosial perusahaan akan menimbulkan minat dan perhatian yang bermacam dari para pemimpin perusahaan yang dapat membingungkan, dimana kebingungan ini akan membawa dampak negatif dalam pengambilan keputusan perusahaan.

3. Biaya keterlibatan sosial; keterlibatan perusahaan di bidang sosial justru memberatkan masyarakat. Hal ini dikarenakan biaya yang digunakan untuk keterlibatan sosial tersebut bukanlah biaya yang datang dari perusahaan, melainkan biaya yang di bebankan pada produk yang dijual.
4. Bisnis mempunyai kekuasaan yang memadai, sehingga tidak membutuhkan dukungan masyarakat yang harus dibayar dengan tanggung jawab sosial. Karena bisnis mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap seluruh kehidupan manusia.
5. Kurangnya tenaga terampil; bahwa banyak pemimpin perusahaan dan tenaga bisnis tidak mempunyai keterampilan di bidang kegiatan sosial secara memadai, maka tidak relevan bila menuntut keterlibatan sosial dari perusahaan.
6. Perusahaan tidak mampu membuat pilihan moral, argument ini menyatakan pada dasarnya perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk membuat pilihan moral, karena perusahaan adalah makhluk buatan yang tidak punya rasio, tidak punya kemauan dan suara hati.

Menurut Permas (2007), perusahaan dalam menerapkan CSR sangat bervariasi. Ada yang hanya diterapkan karena keuangan, peraturan, moral, tapi ada juga perusahaan yang menerapkan CSR dengan betul-betul punya makna bagi sosial dan perusahaan yang disebut sebagai *strategic* bukan sebagai peraturan saja. Menurut

Permas (2007) dalam CSR *Learning Forum* terdapat beberapa strategi dari CSR, antara lain:

1. *Conflicting economic and social objectives to a long-term synergy*

Maksudnya adalah apakah untuk kepentingan sekarang saja atau jangka panjang karena ekonomi dan sosial.

2. *Social link to business link*

Maksudnya adalah apakah hubungan perusahaan dalam komunitas setempat hanya sosial saja atau hubungan bisnis yang saling menguntungkan.

3. *Undifferentiated to differentiated*

Maksudnya adalah memberikan sesuatu kepada masyarakat di sekitar perusahaan untuk melakukan CSR sama dengan perusahaan lain melakukan CSR tidak ada bedanya. Tetapi, ada perusahaan yang mengatakan harus ada bedanya supaya punya *competitive edge*.

4. *Personal belief and value to institutional based*

5. *Giving to competitive edge*

Lebih lanjut Permas (2007) mengatakan ada beberapa tahap dalam pengembangan strategi CSR, antara lain:

1. *Examining macro / regional and business environment*

2. *Reviewing existing CSR portofolio*

3. *Examining social and economic value created*

4. *Opportunity for collective action and alliances*

5. *Evaluation of result and strategy*

2.1.3 **Wacana CSR dari berbagai perspektif**

Perkembangan wacana dan praktik CSR di Indonesia memang sangat menggembirakan. Dari sebuah konsep asing, CSR kini menjadi konsep yang banyak sekali diperbincangkan, diperdebatkan dan digunakan untuk melabel banyak aktivitas. Tentu saja, hal tersebut sangat patut disukuri. Hanya saja, karena tidak cukup banyak pihak yang menekuni wacana CSR sebagaimana yang termuat dalam berbagai literatur di Negara-Negara maju, maka banyak kesalahan umum yang kerap ditemui kalau kita benar-benar memperhatikan bagaimana kini CSR digunakan. Kesalahan umum yang kerap ditemui tersebut, antara lain:

1. CD adalah CSR

Kesalahan paling umum dijumpai adalah menyamakan CD (*community development* atau pengembangan masyarakat) dengan CSR. Pengembangan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kekuatan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged groups*) agar menjadi lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, CD sangatlah menasar kelompok masyarakat yang spesifik, yaitu mereka yang mengalami masalah. Perusahaan jelas punya kepentingan besar untuk melakukan CD, karena kelompok ini paling rentan terhadap dampak negatif operasi, sekaligus paling jauh aksesnya dari

dampak positif. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmoni hubungan pasti akan timbul. Hanya saja, menyamakan CD dengan CSR adalah kesalahan besar. CD hanyalah bagian kecil dari CSR. CSR punya cakupan yang sangat luas, yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan. Bandingkan dengan CD yang menasar kelompok kepentingan sangat spesifik, yaitu kelompok masyarakat rentan. Di masyarakat sendiri, ada berbagai pemangku kepentingan di luar mereka yang rentan, belum lagi organisasi masyarakat sipil, kelompok bisnis maupun lembaga-lembaga pemerintah. Dapat disimpulkan bahwa CD adalah bagian dari CSR, dan boleh jadi salah satu yang sangat penting mengingat di Indonesia kelompok masyarakat rentan jumlahnya masih sangat besar. Mereka benar-benar membutuhkan perhatian perusahaan.

2. Amal sama dengan CSR

Menyamakan tindakan karitatif/amal dengan CSR juga kini banyak dilakukan, baik oleh perusahaan maupun media massa. Banjir besar yang melanda atau kejadian-kejadian bencana alam telah membuat iklan mengenai "CSR" menjamur di media massa. Padahal, yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan itu adalah tindakan karitatif belaka, yaitu membantu pihak lain agar penderitaan mereka berkurang. Tidak ada yang salah dengan

tindakan mulia tersebut, namun menyamakannya dengan CSR tentu saja salah. Nama generik untuk tindakan membantu sesama manusia adalah filantropi, yang kerap juga dilakukan oleh perusahaan. Pada kondisi yang lebih maju, yaitu dengan pertimbangan kegunaan optimum dan dampak terbesar terhadap reputasi perusahaan pemberi, tindakan filantropi itu diberi nama filantropi strategis. Melihat sejarahnya, tindakan sosial perusahaan banyak dimulai dari filantropi, kemudian menjadi filantropi strategis, baru kemudian CSR. Tentu saja, banyak juga percabangan lain yang tidak mengikuti alur tersebut. Yang mau ditegaskan adalah bahwa tindakan karitatif merupakan bentuk “primitif” dari tindakan sosial perusahaan yang hingga kini masih penting dilakukan, namun kini sudah dianggap tidak lagi mencukupi.

3. CSR harus menonjolkan aspek sosial

Banyak perusahaan juga pengamat yang menekankan CSR pada aspek sosial semata. Mereka mengira bahwa karena S yang berada di tengah C dan R merupakan singkatan dari *social*, maka aspek sosial di dalam CSR haruslah yang paling menonjol. Padahal, sebagian besar literatur mengenai CSR sekarang sudah bersepakat bahwa CSR mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Ini terjadi setelah pembangunan berkelanjutan yang menjadi arus utama berpikir, walau hingga kini belum juga jadi

arus utama bertindak. Pembangunan berkelanjutan yang didefinisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya secara sangat tegas menyatakan pentingnya keseimbangan dalam tiga aspek tersebut.

4. CSR hanya untuk perusahaan besar

Banyak keengganan perusahaan yang tak peduli untuk mengadopsi CSR karena beranggapan CSR adalah untuk perusahaan berskala besar saja. Hal ini merupakan kesalahan besar dari mereka yang membiarkan C di depan SR tetap sebagai singkatan dari *corporate*. Sebagaimana yang banyak diketahui, *corporate* juga *corporation* berarti perusahaan besar. Sementara istilah generik untuk entitas bisnis yang mencari keuntungan tanpa memerhatikan ukuran adalah *company*. Karenanya, prihatin dengan ketidaktertarikan perusahaan skala sedang dan kecil pada CSR, serta kerancuan akibat digunakannya "*social*", Edward Freeman dan Ramakhrisna Velamuri mengusulkan agar CSR diartikan sebagai *company stakeholder responsibility*. Dengan demikian, CSR berarti tanggung jawab perusahaan (apapun ukurannya) terhadap (seluruh) pemangku kepentingan.

5. Organisasi CSR Cuma tempelan

Banyak perusahaan yang mula mengadopsi CSR merasa punya kebutuhan untuk membuat struktur baru, yang diberi nama

berhubungan dengan CSR. Pembuatan organisasi yang khusus sesungguhnya merupakan hal yang sangat menggembirakan, karena itu merupakan bukti komitmen perusahaan untuk menyediakan organisasi khusus, relatif independen dengan sumberdaya manusia yang bekerja secara fokus. Namun yang kemudian menjadi pertanyaan adalah apakah benar bahwa CSR itu bisa dilaksanakan oleh bagian itu saja, sementara yang lain bisa berpangku tangan.

6. Memisahkan CSR dari bisnis inti perusahaan

Banyak sekali perusahaan yang membuat berbagai program CSR dengan curahan sumberdaya yang sangat besar, namun hingga sekarang belum banyak perusahaan yang membuat program-program yang berkaitan dengan bisnis intinya. Tidak mengherankan kalau kebanyakan program CSR kebanyakan dikotak-kotakkan kedalam bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, sarana fisik, dsb sementara dampak perusahaan itu sendiri tidaklah diurus secara memadai.

7. CSR untuk diri sendiri, bukan sepanjang supply chain

Kalau sebuah perusahaan beroperasi dalam sebuah rantai produksi yang sangat panjang, apakah layak ia membatasi diri untuk melakukan CSR dalam lingkup perusahaannya saja? Pembatasan ini banyak sekali dilakukan oleh perusahaan. Kilahnya adalah mereka tidak berhak untuk mencampuri kinerja CSR

perusahaan lain. Logika ini jelas tak dapat diterima, karena berarti bahwa produknya tidaklah bisa dibuktikan berasal dari seluruh operasi yang berkinerja CSR baik.

8. Setelah sampai konsumen, tak ada lagi CSR

Dalam perkembangan awal, seluruh perusahaan membatasi CSR sampai di tangan salah satu pemangku kepentingan terpenting: konsumen. Belakangan, setelah sampai di tangan konsumen, perusahaan yang ingin memberikan kepuasan kepada mereka menambahkan *after sales service*. Garansi produk adalah salah satu bentuk dari jasa itu. Kalau konsumen mengajukan keberatan atas mutu produk sampai batas waktu tertentu, pada beberapa kasus ada "*life time guarantee*", maka konsumen berhak atas pengembalian, perbaikan atau penggantian.

9. CSR adalah pemolesan citra perusahaan

Ketika inisiatif CSR digulirkan, banyak organisasi gerakan sosial yang langsung skeptis dengannya. Menurut mereka, CSR hanya menjadi cara baru untuk memoles citra perusahaan. Kalau citra ramah lingkungan yang diinginkan perusahaan padahal kinerja lingkungannya tidak setinggi pencitraan yang dilakukan, hal itu disebut sebagai *greenwash*. Belakangan juga muncul istilah *bluewash* untuk pemolesan citra sosial. Secara retoris, Craig Bennett dari Friends of The Earth International pernah menyatakan "*For every company that sincerely implements its CSR policies,*

there are hundreds who greenwash, and for each of these there are hundreds more who don't even bother with that"

10. Menganggap bahwa CSR sepenuhnya voluntary atau sukarela

Apakah konsep tanggung jawab itu adalah sebuah konsep yang benar-benar bisa dilaksanakan dengan sukarela? Tampaknya menyatakan bahwa tanggung jawab itu sukarela adalah *contradictio in terminis* atau keduanya merupakan istilah yang bertentangan. Yang "benar", tanggung jawab itu wajib dilaksanakan. Namun harus diakui bahwa di antara kubu pendirian bahwa CSR itu mandatori atau voluntari, kini lebih cenderung pada kemenangan kubu voluntari. Salah satu alasannya adalah perusahaan-perusahaan memang menginginkan kondisi yang demikian.

11. Mempraktikkan CSR dalam ranah eksternal saja

Banyak kejadian beberapa tahun belakangan ini, ketika perusahaan hendak mulai menerapkan CSR, banyak pekerjanya bertanya-tanya mengapa mereka merasa menjadi anak tiri. Memang, belakangan banyak sekali perusahaan tiba-tiba mencurahkan uang dalam jumlah yang besar, yang seakan-akan memberi sinyal bahwa kondisi perusahaan sedang sangat membaik. Sayangnya curahan sumberdaya untuk pemangku kepentingan eksternal itu tidak dibarengi dengan curahan yang sama untuk pemangku kepentingan internalnya.

2.2 CSR sebagai Kewajiban Perusahaan

2.2.1 Standarisasi pelaksanaan CSR di Indonesia

Pada tahun 2001, ISO suatu lembaga internasional dalam perumusan standar atau pedoman, mengagaskan perlunya standar tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR standard*). Setelah mengalami diskusi panjang selama hampir 4 tahun, akhirnya Dewan manajemen ISO menetapkan bahwa yang diperlukan adalah Standar Tanggung jawab Sosial atau *Social Responsibility Standard* (ISO, 2005). CSR merupakan salah satu bagian dari SR. Tidak hanya perusahaan yang perlu terpanggil melakukan SR tetapi semua organisasi, termasuk pemerintah dan LSM. Sejak Januari 2005 dibentuk kelompok kerja ISO 26000 untuk merumuskan *draft Standar SR*. Definisi tanggung jawab Sosial (*Social Responsibility-SR*) berdasarkan dokumen *draft ISO 26000*, adalah etika dan tindakan terkait tanggung jawab organisasi yang mempertimbangkan dampak aktivitas organisasi pada berbagai pihak dengan cara yang konsisten dengan kebutuhan masyarakat. *Social Responsibility (SR)* merupakan kepedulian dan tindakan manajemen organisasi pada masyarakat dan lingkungan, disamping harus mentaati aspek legal yang berlaku. ISO 26000 memberikan prinsip-prinsip dasar, isu-isu universal dan kerangka pikir yang menjadi landasan umum penyelenggaraan SR setiap organisasi, tanpa membedakan ukuran dan jenis organisasi.

ISO 26000 tidak untuk menjadi standar sistem manajemen dan tidak untuk sertifikasi perusahaan. ISO 26000 juga tidak untuk menggantikan konsensus internasional yang sudah ada, tetapi untuk melengkapi dan memperkuat berbagai konsensus internasional, misalnya lingkungan, hak azasi manusia, perlindungan pekerja, MDGs, dan sebagainya. Prinsip Penyelenggaraan SR terkait pembangunan berkelanjutan, penentuan dan pelipatan *stakeholders*; komunikasi kebijakan kinerja SR; penghargaan terhadap nilai-nilai universal, pengintegrasian SR dalam kegiatan normal organisasi. Oleh karena itu, ada 7 isu utama dalam perumusan ISO 26000 yaitu, isu lingkungan, isu hak asasi manusia, isu praktek ketenagakerjaan, isu pengelolaan organisasi, isu praktik beroperasi yang adil, isu hak dan perlindungan konsumen, dan isu partisipasi masyarakat.

Dokumen Final ISO 26000 dipublikasi pada awal tahun 2009. Diharapkan keberadaan ISO 26000 akan berdampak positif pada upaya percepatan penanggulangan masalah kemiskinan, masalah pangan dan gizi, masalah kesehatan, masalah pendidikan, dan masalah kesejahteraan sosial.

Penerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan *stakeholders* yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan

keunggulan kompetitifnya. Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang menerapkan CSR akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat.

Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga menggali potensi masyarakat lokal untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang sosial, ekonomi, masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasa bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. **Pertama**, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. **Kedua**, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. **Ketiga**, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredakan atau bahkan menghindari konflik sosial.

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:

1. Publik Relations

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Strategi defensif

Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dan menggantinya dengan yang bersifat positif.

3. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.

Pada saat ini di Indonesia, praktek CSR belum menjadi perilaku yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR semakin besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa CSR menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar ISO. Dan diperkirakan pada akhir tahun 2009

akan diluncurkan *ISO 26000 on Social Responsibility*, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program *CSR* dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut.

Implementasi kebijakan *CSR* adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*)-konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung, dan *CSR* dapat dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal di perusahaan yang telah menerapkan *CSR* lebih besar, dibandingkan dengan yang tidak menerapkan *CSR*. Melalui program *CSR* dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya.

2.2.2 Program-program CSR

Program *CSR* masih didominasi oleh kegiatan bantuan infrastruktur dan donasi untuk berbagai kegiatan keagamaan, penanggulangan bahaya kesehatan dan bantuan untuk penanganan bencana. Jika pun ada program jangka panjang seperti program pembinaan kualitas pendidikan dan pemeliharaan kesehatan lingkungan, terasa masih rentan dan diragukan keberlanjutannya.

Pandangan ini dilatarbelakangi oleh besarnya kecenderungan perusahaan melakukan program CSR-nya sendirian. Belum tampak adanya kesadaran untuk menyelenggarakan kemitraan strategis dengan unsur masyarakat sipil, pemerintah daerah dan sejumlah institusi lain, baik dalam hal kesesuaian dengan perencanaan jangka panjang pembangunan daerah, maupun dalam hal matching resources dengan pelaku bisnis lain dan pemerintah daerah. Pola kerjasama kemitraan jangka panjang ini penting mendapat tekanan karena substansi tanggung jawab kesinambungan kehidupan sosial, ekonomi dan lingkungan merupakan tanggung jawab bersama. Untuk mampu memaksimalkan dampak positif dan meminimumkan dampak negatif kehadiran perusahaan, maka implementasi CSR harus mendukung tujuan-tujuan core business perusahaan.

Untuk itu, Philip Kotler dan Nancy Lee (2005), memberikan catatan yang menarik untuk digarisbawahi: “bahwa di dalam suatu perusahaan sekali pun, gagasan dan pelaksanaan CSR itu patut diperjuangkan dan dipasarkan pada staf-staf perusahaan yang lain baik secara horizontal (kepada bagian lain) maupun secara vertikal (kepada bawahan atau atasan)”. Sebagai salah satu instrumen untuk mendorong mewujudkan gagasan pemerataan ekonomi, keadilan sosial dan pemeliharaan lingkungan yang berkelanjutan, implementasi CSR merupakan tanggung jawab perusahaan dalam arti menyeluruh. Implementasi yang baik dari instrumen ini membutuhkan penjabaran

nilai-nilai etika sosial dan lingkungan lebih jauh dalam organisasi perusahaan.

2.3 Sustainability Report (Laporan Keberlanjutan)

2.3.1 Pengertian *Sustainability reporting*

Dunia usaha semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi di hadapkan pada tanggung jawab yang berpijak kepada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (Corporate Value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Dasar pemikirannya, menggantungkan semata-mata pada kesehatan financial tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara keberlanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi social lingkungan. Fakta telah menunjukkan bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang di anggap tidak memperhatikan faktor sosial dan lingkungan.

Sustainability Report sering disebut juga *Triple Bottom Line Reporting*. Istilah itu pertama kali di populerkan oleh John Elkington (1997) di dalam bukunya "*Cannibals with forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" yang dikutip dari Yusuf Wibisono (2007) yang memberi pandangan perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan

kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Atau secara definisi, merupakan alat pelaporan eksternal yang dirancang bagi para pemegang saham dan para pemakai laporan keuangan lainnya. Triple Bottom Line ini melaporkan informasi periodik (*kwartalan atau tahunan*) tentang kinerja perusahaan mengenai dimensi lingkungan dan sosial, disamping informasi yang umum tentang kinerja ekonomi perusahaan.

Menurut Laila Muthia (2007) di dalam artikelnya yang berjudul "Laporan keberlanjutan untuk UKM" bahwa laporan keberlanjutan (*sustainability report*) adalah bentuk laporan usaha tahunan yang di dalamnya tidak hanya memaparkan aspek ekonomi, namun juga aspek lingkungan dan sosial dari suatu perusahaan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laporan keberlanjutan (*sustainability report*) adalah laporan yang memuat 3 aspek pokok, yaitu kinerja lingkungan, kinerja sosial, dan kinerja ekonomi.

2.3.2 Komponen-komponen di dalam sustainability report

Pelaporan di dalam *sustainability report* atau dikenal dengan *triple bottomline* di bagi menjadi 3 komponen (Yusuf Wibisono, 2007: 32), yaitu:

1. Kinerja Ekonomi (*economic performance*) = *profit*

Melaporkan pengukuran tradisional mengenai kinerja keuangan, dan mungkin tambahan statistik yang berhubungan

dengan kinerja ekonomi, seperti pangsa pasar produk atau informasi tentang pengembangan produk.

2. Kinerja Sosial (*social performance*) = *people*

Melaporkan pengukuran-pengukuran kinerja yang berhubungan dengan kesejahteraan karyawan, seperti tingkat kecelakaan karyawan, program-program pelatihan, dan statistik mengenai penerimaan karyawan. Kategori ini juga melaporkan pengukuran kinerja social lainnya, seperti kontribusi amal, dan aktivitas-aktivitas perusahaan dalam membentuk kebijakan publik lokal, nasional, dan internasional.

3. Kinerja Lingkungan (*environmental performance*) = *planet*

Melaporkan dampak dari produk, jasa, dan proses perusahaan terhadap lingkungan. Komponen dari triple bottom line ini dapat melaporkan pelepasan polutan ke udara dan air publik, utilisasi sumber daya alam yang dapat diperbarui (*Renewable*) dan tidak dapat di perbarui (*nonrenewable*), dan pengelolaan sumber daya alam oleh perusahaan.

2.3.3 Prinsip-prinsip *Sustainability reporting*

Prinsip-prinsip *sustainability reporting* menurut **Parulian Sihotang** (2007) di dalam artikelnya "*Sustainability Reprotng*" lebih luas dibandingkan dengan financial reporting, prinsip transparansi menjadi landasan dari prinsip yang lain, prinsip ini akan menentukan pengambilan keputusan dalam pelaporan, yakni:

1. Informasi apa yang akan di laporkan (terkait dengan prinsip *completeness, relevance, sustainability context*).
2. Kualitas atau keterandalan informasi yang dilaporkan (terkait dengan *accuracy, neutrality, comparability*).
3. Aksesibilitas informasi yang dilaporkan (terkait dengan *clarity, time lines*).
4. Prinsip yang terakhir adalah *auditability* yang mensyaratkan bahwa agar *sustainability report* juga harus di uji kebenaran dan keandalannya melalui proses *auditing* seperti pada *financial reporting*.

2.4 ISRA (*Indonesian Sustainability Reporting Award*)

Indonesia Sustainability reporting Awards (ISRA) adalah penghargaan yang diberikan kepada perusahaan-perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial di samping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan itu sendiri. ISRA merupakan penghargaan terhadap perusahaan-perusahaan yang telah menyelenggarakan laporan berkelanjutan (*sustainability report*), baik yang diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*).

Tujuan ISRA adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengakuan terhadap organisasi yang melaporkan dan mempublikasikan informasi mengenai lingkungan, sosial, dan informasi keberlanjutan terintegrasi.

2. Mendukung pelaporan dibidang lingkungan, sosial dan keberlanjutan.
3. Meningkatkan akuntabilitas perusahaan dengan menekankan tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan utama (*key stakeholders*).
4. Meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap transparansi dan pengungkapan.

Penghargaan tahunan ini terselenggara atas kerjasama Institut akuntan Manajemen Indonesia (IAMI-d/h IAI-KAM) dan *National Center for Sustainability reporting* (NCSR). ISRA 2009 melakukan penilaian terhadap pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) termasuk pelaporan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan 2008.

Penilaian tersebut dilakukan oleh dewan juri yang terdiri dari berbagai pemangku kepentingan utama, termasuk: Institut Akuntan Publik Indonesia, Kementrian Negara Lingkungan Hidup, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan-Departemen Keuangan RI, Bursa efek Indonesia, Perguruan Tinggi, *National Comitte on Governance*, pers media, dan lembaga swadaya masyarakat. Tahun 2009 merupakan tahun kelima penyelenggaraan ISRA. Sejak tahun 2005, telah terjadi beberapa perubahan dalam kriteria penilaian dan kategori pemenang. Kriteria penilaian untuk laporan berkelanjutan yang digunakan dalam ISRA 2008 mengacu kepada *Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability reporting Guidelines versi 3. 0*. Sementara itu, kategoripemenang ISRA dibagi menjadi:

1. *Best Sustainability Report 2008 Kelompok A (Meliputi perusahaan-perusahaan dalam industri: Pertanian, Pertambangan, serta Industri dasar dan kimia).*

2. *Best Sustainability Report 2008 Kelompok B (Meliputi perusahaan-perusahaan dalam industri: Properti dan real estat, Aneka Industri, serta Industri barang konsumsi).*
3. *Best Sustainability Report 2008 Kelompok C (Meliputi perusahaan-perusahaan dalam industri: Jasa Keuangan, Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi, serta perdagangan, jasa dan investasi).*
4. *Best Sustainability Report 2008 Kelompok D (Meliputi institusi atau lembaga dalam bentuk Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Yayasan, Institusi Pemerintah termasuk Pemerintah Daerah, Asosiasi Profesi, Perguruan Tinggi, dan Organisasi non-profit oriented lainnya, serta Usaha Kecil Menengah dan Koperasi).*
5. *Best CSR Reporting in Annual Report 2008*
6. *Best Sustainability Report on Website 2009*

Khusus untuk ISRA 2009 kategori penjurian berubah menjadi *Best Sustainability reporting* berdasarkan kelompok yang sesuai dengan yang ada dalam kriteria Annual Report Award serta Bursa Efek Indonesia. Sebagai upaya melakukan benchmarking dan penyesuaian tingkat laporan sesuai dengan industri. Kemudian dari hasil penilaian laporan dewan juri dan *steering committee* ISRA 2009 memilih pemenang untuk semua kategori sebagai berikut:

1. *Best Sustainability Report Overall-PT. Kaltim Prima Coal*
2. *Best Sustainability Report Kelompok A-Winner: PT. Kaltim Prima Coal*
3. *Best Sustainability Report Kelompok A-Runner-Up 1: PT. Timah, Tbk (Persero)*

4. Best Sustainability Report Kelompok A-Runner-Up 2: PT. Aneka Tambang, Tbk (Persero)
5. Best Sustainability Report Kelompok B-Winner: PT. Unilever Indonesia, Tbk
6. Best Sustainability Report Kelompok B-Runner-Up 1: PT. Astra International, Tbk
7. Best Sustainability Report Kelompok C-Winner: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Persero)
8. Best Sustainability Report Kelompok C-Runner-Up 1: PT. Perusahaan Listrik Negara
9. Best Sustainability Report Kelompok C-Runner-Up 2: PT. Indosat, Tbk
10. Best Sustainability Report Kelompok D-Special Mention: Yayasan Danamon Peduli
11. Best CSR Reporting in Annual Report -Winner: PT. International Nickel Indonesia, Tbk
12. Best CSR Reporting in Annual Report-Runner-Up 1: PT. Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk
13. Best CSR Reporting in Annual Report-Runner-Up 2: PT. United Tractors, Tbk
14. Best Sustainability Report on Website-Winner: PT. Aneka Tambang, Tbk (Persero)
15. Best Sustainability Report on Website-Runner-Up 1: PT. Indosat, Tbk
16. Best Sustainability Report on Website-Runner-Up 2: PT. Tambang Batubara Bukit Asam, Tbk

17. Commendation for First Time *Sustainability reporting*: PT. Sari Husada
18. Commendation for First Time *Sustainability reporting*: PT. Medco Energy International, Tbk
19. Commendation for Assurance Practices: PT. Kaltim Prima Coal
20. Commendation for Assurance Practices: PT. Unilever Indonesia, Tbk

Pada tahun 2010, 23 perusahaan bertarung memperebutkan gelar *Best Sustainability Report Overall* dan sejumlah penghargaan lainnya. Namun demikian, jumlah peserta yang cenderung meningkat dengan mutu laporan yang semakin baik tidaklah berarti pelaporan keberlanjutan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Ada berbagai alasan untuk tidak berpuas diri, dan masih pentingnya kerja keras hingga bertahun-tahun ke depan. **Pertama**, karena jumlah perusahaan pembuat laporan keberlanjutan masih sedikit. Dibandingkan dengan jumlah perusahaan terbuka saja, jumlah 20+ itu sangatlah kecil. Kalau dibandingkan kecenderungan peningkatan jumlah peserta ISRA dengan kecenderungan peningkatan perusahaan yang membuat laporan keberlanjutan di tingkat global, tampak jelas bahwa tingkat kemajuan di Indonesia masihlah di bawah kecenderungan global.

Kedua, kalau kita menyimak laporan keberlanjutan Antam yang dianggap terbaik hingga sekarang, ruang untuk perbaikan masih sangat besar. Memang, seluruh indikator telah mereka laporkan, namun tidak seluruh deskripsi di setiap indikator bisa dikatakan berimbang. Ada indikator-indikator yang luar biasa baik dipaparkan, namun tidak sedikit yang dilaporkan seadanya. Jumlah indikator yang menyertakan pengukuran kuantitatif juga masih menjadi minoritas. Walaupun GRI tidak meminta

seluruh indikator untuk dilaporkan secara kuantitatif, namun tentu pelaporan kuantitatif akan memberikan penjelasan yang lebih tegas. Adapun pemenang ISRA 2010 adalah sebagai berikut:

1. Best Sustainability Report 2009 Overall Winner-PT. Aneka Tambang, Tbk
2. Best Sustainability Report 2009 Group A Winner: PT. Aneka Tambang, Tbk
3. Best Sustainability Report 2009 Group A Runner Up1: PT. Kaltim Prima Coal
4. Best Sustainability Report 2009 Group A Runner Up2: PT. Timah, Tbk
5. Best Sustainability Report 2009 Group B Commendation for most consistent and committed in *Sustainability reporting*: PT. Astra International, Tbk
6. Best Sustainability Report 2009 Group C Winner-PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk
7. Best Sustainability Report 2009 Group C Runner Up1: Star Energy Geothermal (Wayang Windu) Ltd
8. Best Sustainability Report 2009 Group C Runner Up2: PT. Petrosea, Tbk
9. Best CSR Reporting in Annual Report 2009 Winner: PT. United Tractors, Tbk
10. Best CSR Reporting in Annual Report 2009 Runner Up: PT. Bank Mandiri, Tbk
11. Best *Sustainability reporting* on Website 2010 Winner: PT. Timah, Tbk
12. Best *Sustainability reporting* on Website 2010 Runner Up1: PT. Aneka

Tambang,Tbk

13. Best *Sustainability reporting* on Website 2010 Runner Up2: PT. Tambang Batu Bara Bukit Asam,Tbk
14. Commendation for *Sustainability reporting* First Time Reporting: PT. Adaro Indonesia; PT. Astra Agro Lestari,Tbk; PT. Bank Negara Indonesia, Tbk; PT. Express Transindo Utama; PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk; PT. Petrosea, Tbk; PT. International Nickel Indonesia, Tbk; PT. Telekomunikasi Seluler; PT. Semen Gresik, Tbk
15. Commendation for *Sustainability reporting*, Assurance Practices: PT. Timah, Tbk; PT. Aneka Tambang, Tbk; PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Perhatian dunia usaha terhadap penerbitan laporan keberlanjutan yang terpisah dari laporan tahunan semakin meningkat. Hal ini menandakan dunia usaha semakin menyadari arti penting laporan keberlanjutan sebagai media komunikasi kepada semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) tentang kinerja perusahaan yang berkaitan dengan aspek lingkungan, sosial dan ekonomi. Ketiga aspek ini dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan dalam menilai keberlanjutan (*sustainability*) suatu perusahaan, terutama bagi investor dan perbankan. Melalui laporan keberlanjutan akan diperoleh informasi mengenai bagaimana suatu perusahaan mengungkapkan dampak lingkungan, sosial dan ekonomi, serta tindakan yang diambil dalam mengatasi dampak-dampak tersebut.

Pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan Perseroan Terbatas di Indonesia telah diwajibkan melalui Pasal 66 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sejak beberapa tahun terakhir Bapepam-LK telah pula mengeluarkan aturan yang mengharuskan emiten mengungkapkan pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di dalam laporan tahunan perusahaan. Sebagai organisasi profesi yang bertujuan untuk meningkatkan penggunaan laporan keberlanjutan dan memberikan panduan sesuai dengan standar internasional yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI), maka sejak berdirinya NCSR tahun 2005 dengan giat telah mempromosikan penerapan pelaporan keberlanjutan yang merupakan bagian dari *Corporate Sustainability Management* melalui seminar, pelatihan, ceramah di Perguruan Tinggi, dan ekspose di hadapan para eksekutif perusahaan serta menyelenggarakan sayembara pelaporan keberlanjutan setiap tahun.

NCSR sendiri didirikan oleh 5 organisasi terkemuka di Indonesia yaitu Institut Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI d/h IAI-KAM), *Indonesian-Netherlands Association* (INA), *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) dan Asosiasi Emiten Indonesia (AEI). Seluruh kegiatan NCSR dalam bidang *corporate sustainability management* ini adalah sebagai upaya untuk ikut serta meningkatkan daya saing perusahaan di Indonesia sesuai dengan lingkungan dunia usaha yang menghadapi berbagai tantangan dan tuntutan dari berbagai emangku kepentingan dalam peningkatan

transparansi, akuntabilitas dan tanggung jawab bukan hanya pada aspek financial namun juga meliputi aspek lingkungan dan sosial.

2.5 Global Reporting Initiative (GRI)

Seiring dengan adanya perkembangan CSR maka profesi akuntan mulai menyadari untuk memasukkan dampak sosial ke dalam *sustainability report* karena di dalamnya terdapat prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh dan tentu saja berbeda dengan yang diungkapkan dalam laporan keuangan. Dengan adanya hal tersebut kinerja perusahaan bisa langsung dinilai oleh pemerintah, masyarakat, organisasi lingkungan, media massa khususnya pada investor dan kreditor (bank) karena investor maupun kreditor (bank) tidak mau menanggung kerugian yang disebabkan oleh adanya kelalaian perusahaan tersebut terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Dalam proses pelaporan, ada beberapa standar yang sudah dikenal untuk menunjukkan kinerja perusahaan dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Salah satunya adalah *Global Reporting Initiative (GRI)* yang di dalamnya mengatur prinsip dasar yang harus terdapat pada *sustainability report* yaitu: seimbang, dapat dibandingkan, teliti, tepat waktu, jelas dan dapat dipercaya. Sedangkan untuk menilai implementasi dari tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam *sustainability report*, terdapat tiga jenis standar pengungkapan berdasarkan GRI, yaitu: (1) strategi dan profil, (2) pendekatan manajemen dan (3) indikator pelaksanaan. Untuk masing-masing standar mempunyai acuan

dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam *sustainability report*.

2.6 Review Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengungkapan informasi sosial dan implementasi corporate social responsibility telah banyak dilakukan. Demikian juga penelitian yang terkait dengan pelaporan berkelanjutan (*sustainability reporting*). Belkaoui (1989) menemukan hasil (1) pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial, (2) ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil, (3) ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Sehingga perusahaan harus menyajikan laba yang lebih tinggi pada saat sekarang dibandingkan laba di masa depan. Supaya perusahaan dapat menyajikan laba yang lebih tinggi, maka perusahaan harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya-biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Anggraini (2006) meneliti mengenai pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial dalam laporan

tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEJ). Ia menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan manajemen yang besar dan termasuk dalam industri yang memiliki resiko politis yang tinggi (*high profile*) cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan perusahaan lain.

Penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil penelitian ini mengidentifikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan.

Retno (2006) meneliti mengenai pengungkapan informasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEJ). Retno menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan manajemen yang besar dan termasuk dalam industri yang memiliki resiko politis yang tinggi (*high profile*) cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak di banding perusahaan lain.

Siregar. N. Chairil (2007) melakukan penelitian mengenai analisis sosiologi terhadap corporate social responsibility pada masyarakat Indonesia, dan mendapatkan hasil bahwa melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri berupa citra perusahaan dan para stake holder yang terkait.

Achmad Daniri (2008) meneliti mengenai standarisasi tanggung jawab

sosial perusahaan, yang menyatakan bahwa karena adanya keragaman dalam penerapan CSR diberbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan CSR itu sendiri di masyarakat. Oleh karena itu, ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility yang sedang disusun dapat menjadi panduan (guideline) atau dijadikan rujukan utama dalam penerapan CSR.

Alimillia (2009) meneliti kualitas isi laporan keuangan dan laporan keberlanjutan yang disajikan diwebsite perusahaan. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi kepada investor, kebanyakan informasi yang disajikan perusahaan di website adalah tentang produk dan jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak mengupdate informasi-informasi yang disajikan.

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate socialresponsibility* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara suka rela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability reporting*. Menurut Darwin (2004) mengatakan bahwa *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi tiga kategori pengungkapan yang ada pada sustainability report, yang

meliputi: bagian ekonomi (*economic*), terdiri dari 1 dimensi dan 3 aspek, bagian lingkungan (*environmental*) terdiri dari 1 dimensi dan 9 aspek, dan bagian sosial (*social*) terdiri dari 4 dimensi dan 22 aspek (GRI Guidelines, 2007).

Secara rinci, kategori *sustainability report* sesuai dengan pedoman GRI, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Standar Pedoman GRI

Bagian	Dimensi	Aspek
Ekonomi	Pengaruh ekonomi secara langsung	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Ekonomi - Kehadiran perseroan - Dampak ekonomi langsung - Dampak ekonomi tidak langsung
Lingkungan	Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> - Material - Energy - Air - Keanekaragaman hayati - Emisi, sungai, dan limbah - Produk dan jasa - Ijin pelaksanaan - Transportasi - Pakaian kerja
Sosial	Praktik kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan - Hub manajemen dengan karyawan - Keselamatan dan kesehatan kerja - Training dan pendidikan - Kesempatan kerja
Sosial	Hak manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Praktik investasi dan pengadaan - Non diskriminasi - Kebebasan berserikat dan berkumpul - Buruh anak - Kerja paksa - Keamanan praktek - Masyarakat asli

Social	Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Komunitas - Anti korupsi - Kebijakan public - Kompetisi - Kepatuhan
Social	Tanggung jawab produk	<ul style="list-style-type: none"> - Kesehatan dan keamanan pelanggan - Labeling produk dan jasa - Komunikasi pemasaran - Kewajiban

Sumber: *Global Reporting Initiative (2007)*

Berdasarkan pembahasan di atas, maka hipotesisnya adalah:

H₁: Perusahaan publik yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia sudah menerbitkan Laporan Berkelanjutan yang mengacu pada International Reporting Guedlines yang berdasarkan General Reporting Initiative G 3.

2.7.2 Karakteristik Perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial

Jenis usaha atau tipe industri dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008), yaitu high-profile atau low-profile. High-profile diartikan sebagai industri di bidang migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi. Klasifikasi ini dipilih karena cukup mampu menggambarkan klasifikasi (tipe) industri perusahaan. Dan umur perusahaan dilihat dari berapa lama perusahaan tersebut berdiri. Untuk ukuran perusahaan, peneliti menggunakan *total asset value* seperti yang dilakukan oleh Hosain dkk (2006). Yaitu dengan mengukur rata-rata jumlah nilai kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Karena hal tersebut mampu menggambarkan ukuran perusahaan. Kepemilikan perusahaan diukur dengan proksi jumlah kepemilikan

saham oleh investor terhadap total jumlah saham yang beredar. Sedangkan komposisi dewan komisaris diukur dengan proksi jumlah keanggotaan yang berasal dari luar perusahaan (*outside directors*) atau komisaris independen terhadap keseluruhan jumlah anggota dewan komisaris. Berdasarkan karakteristik perusahaan, seperti jenis usaha, umur, ukuran perusahaan, dan kepemilikan perusahaan, peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Karakteristik perusahaan seperti jenis usaha, size, umur, kepemilikan mempunyai pengaruh yang signifikan atas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam pelaporan berkelanjutan.

2.7.3 Kesesuaian aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam Laporan Keberlanjutan yang mengacu pada International Reporting Guedlines

Menurut Darwin (2004) mengatakan bahwa *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi tiga kategori pengungkapan yang ada pada sustainability report, yang meliputi: bagian ekonomi (*economic*), terdiri dari 1 dimensi dan 3 aspek, bagian lingkungan (*environmental*) terdiri dari 1 dimensi dan 9 aspek, dan bagian sosial (*social*) terdiri dari 4 dimensi dan 22 aspek (GRI Guidelines, 2007).

Berdasarkan kesesuaian aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan laporan keberlanjutan, maka peneliti mengemukakan hipotesa sebagai berikut:

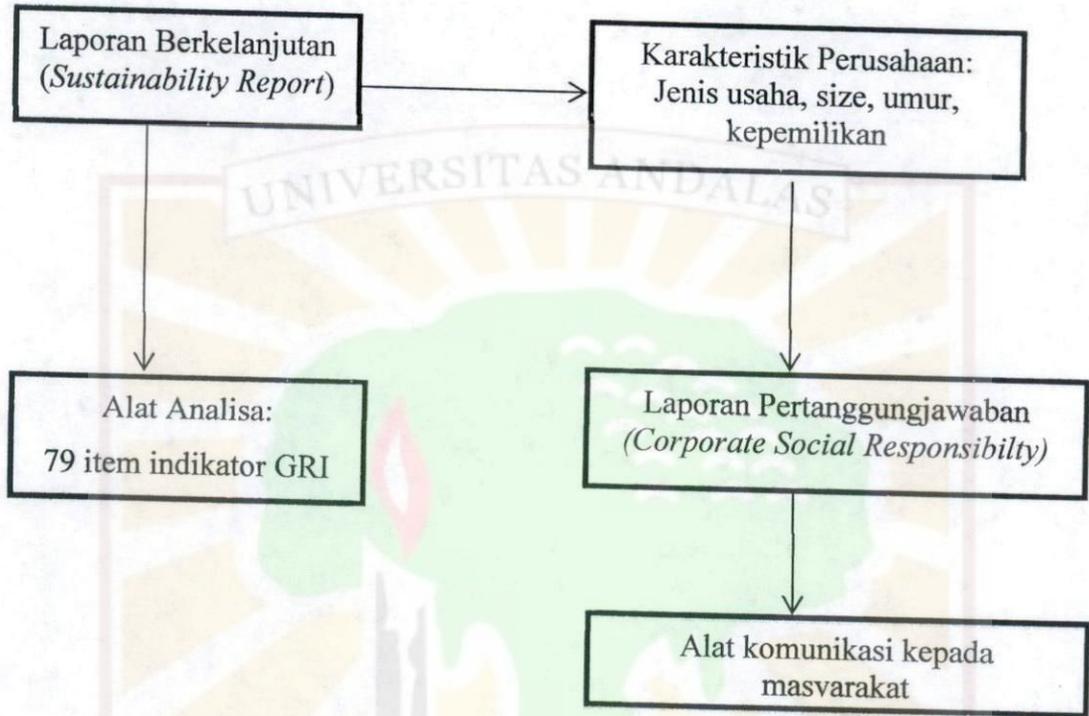
H₃: Kesesuaian antara aspek-aspek yang terdapat dalam International Reporting Guedlines dengan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan pembahasan dari permasalahan penelitian, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, maka dapat dibuat model kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat statistik deskriptif dengan menggunakan content analysis. Adapun untuk melihat korelasi di antara beberapa variabel digunakan statistic non parametric.

3.2 Populasi, Sample, dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dari populasi yang ada, dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan *pooling data method* yang diseleksi melalui *purposive sampling method* (Anwar, 2006), artinya peneliti memiliki kriteria tertentu dalam memilih sampel, yaitu:

1. Perusahaan yang mengimplementasikan Corporate Social Responsibility (CSR).
2. Perusahaan yang menerbitkan Annual Report
3. Periode Pelaporan 2008-2010

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data sekunder. Data sekunder diambil dari laporan tahunan perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Data-data tersebut dikumpulkan dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) dan Indonesian Capital Market Directory (ICMD)

perusahaan yang listing di BEI. *Annual report* dan ICMD diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia: <http://www.idx.co.id>, <http://www.bei.co.id>. Pojok BEI Unand, Koran Kompas.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan studi kepustakaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari:

1. Bahan literatur pendukung
2. Jurnal-jurnal pendukung yang berhubungan dengan masalah yang diteliti
3. Penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti
4. Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan
5. Data informasi CSR yang diungkapkan

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas. Variabel bebas akan dalam penelitian ini yaitu kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan perusahaan. Seluruh aspek ini mengacu kepada indikator-indikator yang telah ditetapkan oleh GRI G 3. Setiap Laporan Keberlanjutan perusahaan sebanyak 79 indikator akan dinilai dan untuk seterusnya dianalisis.

Aspek ekonomi	9 indikator
Aspek lingkungan	30 indikator
Aspek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	14 indikator
Aspek Hak Azasi Manusia	9 indikator

Aspek Komunitas (Sosial)	8 indikator
Aspek Tanggungjawab Produk	<u>9 indikator</u>

Untuk menguji hipotesis pertama digunakan content analysis terhadap mutu Laporan Keberlanjutan dan dibandingkan dengan indikator GRI G3. Sedangkan untuk menguji hipotesis kedua maka digunakan variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan yang dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)*. Indikator GRI terdiri 7 fokus pengungkapan, yaitu *economic, environment, social, labour practices, human rights, society, dan product responsibility* sebagai dasar *sustainability reporting*. Pengukuran variabel dependen ini menggunakan skala rasio karena berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Bambang Suripto, 1999), yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSRDI = indeks pengungkapan CSR

N(n) = jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

K = jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan keuangan tahunan maka diberi skor 1. Metode ini sering disebut *Checklist* data. Metode ini dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan, keselamatan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Hackston dan Milne, 1999 dalam Sembiring, 2005).

3.5 Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan dalam penelitian ini untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, mengingat tidak pada semua data regresi dapat diterapkan. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji Normalitas, uji Multikolinieraritas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Autokorelasi.

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji Normalitas ini ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2009). Alat uji yang digunakan pada penelitian ini

adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)*.

Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah (Ghozali, 2009) adalah (1). Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. (2). Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* adalah Ghozali (2009) adalah:(1). Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal. (2). Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang

terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $<0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, maka dapat diuji dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan nilai residualnya SRESID. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2009): (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, (2). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $(t-1)$. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi yang lain. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, salah satunya adalah dengan uji Durbin-Watson (D-W test). Uji Durbin Watson banyak digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intersep dalam model regresi dan tidak ada autokorelasi lagi di antara variabel bebas, yang ditunjukkan dengan nilai D-W ada di antara nilai dua dan 4-du.

6. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel independen (Jenis usaha, size, umur perusahaan, kepemilikan) dengan variabel dependen (pelaporan tanggung jawab sosial). Alasan lain penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda adalah karena penelitian ini menggunakan data parametrik, baik variabel dependennya maupun variabel independennya. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap untuk menghitung dan mengolah data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah dilakukan. Adapun tahap-tahap penghitungan dan pengolahan data yang dilakukan adalah

sebagai berikut:

- a. Menghitung karakteristik perusahaan yang diproksikan dalam Jenis usaha, Size, Umur dan Kepemilikan.
- b. Menghitung indeks CSR yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan dengan menandingkan dengan standar GRI.
- c. Menghitung model regresi.

Metode regresi linier berganda (*multiple regression*) dilakukan terhadap model yang diajukan peneliti dengan menggunakan software SPSS Versi 17.0 untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan karakteristik perusahaan dengan pengungkapan CSR perusahaan diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRDi = \beta_0 + \beta_1 JU + \beta_2 SZ + \beta_3 UR + \beta_4 KP + \epsilon$$

Keterangan:

CSRDi = Indeks pengungkapan CSR perusahaan i

JU = Jenis usaha

SZ = Size

UR = Umur

KP = Kepemilikan

ϵ = error term

7. Hipotesis

Pada dasarnya ada 2 jenis alat statistik, yaitu statistic parametrik dan statistik non-parametrik. Statistik parametrik digunakan jika distribusi data yang digunakan normal, sedangkan data yang bersifat tidak normal menggunakan uji statistik non-parametrik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian statistik parametrik.

Statistik parametrik digunakan apabila peneliti mengetahui fakta yang pasti mengenai sekelompok data yang menjadi sumber sampel (J. Supranto, 2001). Menurut Ghozali (2009), ada beberapa kondisi yang harus di penuhi agar uji statistik parametrik dapat digunakan, yaitu:

- a. Observasi harus independen.
- b. Populasi asal observasi harus berdistribusi normal.
- c. Varians populasi masing-masing grup dalam hal analisis dengan dua grup harus sama.
- d. Variabel harus diukur, paling tidak dalam skala interval.

Jika distribusi data bersifat normal, maka digunakan uji statistik parametrik. Uji regresi merupakan salah satu jenis uji statistik parametrik. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, maka dilakukan uji pengaruh simultan (*F test*), uji koefisien determinasi, dan uji pengaruh parsial (*t test*).

8. Uji Pengaruh Simultan (*F test*)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh

secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0.05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikansi $f < 0.05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, yang berarti koefisien regresi signifikan. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai signifikansi $f > 0.05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, yang berarti koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel independen.

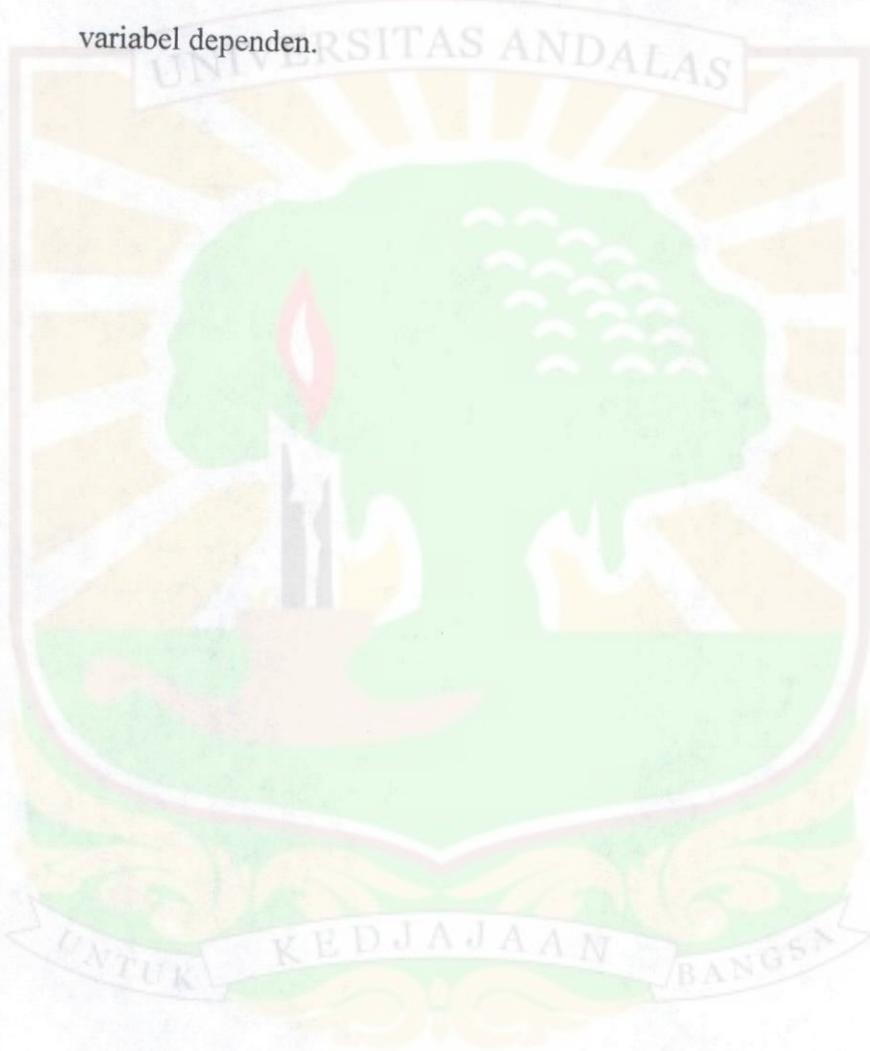
9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen, tapi karena R^2 mengandung kelemahan mendasar, yaitu adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, maka dalam penelitian ini menggunakan *adjusted* R^2 berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai *adjusted* R^2 semakin mendekati 1 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen.

10. Uji Parsial (t test)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0.05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikansi $t < 0.05$ maka H_0 ditolak, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai signifikansi $t > 0.05$ maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen dengan variabel dependen.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi objek penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia (BEI), diketahui bahwa perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) selama tahun 2008 - 2010 adalah sebanyak 1193 perusahaan. Dari jumlah tersebut, hanya sebanyak 100 perusahaan yang memenuhi kriteria, yaitu perusahaan yang mengungkapkan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) dalam laporan tahunannya. Sebanyak 1093 perusahaan tidak memenuhi kriteria.

Tabel 4.1
Perolehan Sampel Penelitian

Perusahaan publik yang laporan tahunannya dapat diakses melalui website selama 2008-2010	1193
Perusahaan yang mengungkapkan laporan keberlanjutan dalam Corporate Social Responsibility selama periode 2008 – 2010 dan dapat di akses melalui website BEI (www.idx.co.id)	197
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria	996
Data yang tidak lengkap	97
Data yang digunakan sebagai sampel	100

Sumber : www.idx.co.id dan diolah

4.2 Analisis Data

4.2.1 Tingkat Kesesuaian Isi Laporan Keberlanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan International Reporting Guidelines yang Disusun oleh Global Reporting Initiative

Pada dasarnya perusahaan di Indonesia belum semuanya menerbitkan Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*). Laporan keberlanjutan yang

dibuat perusahaan dituangkan dalam bentuk Tanggung Jawab Social Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Selama tahun 2008 – 2010, hanya 100 perusahaan yang membuat Laporan Tanggung Jawab Social Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Tabel 4.2
Kelompok perusahaan yang membuat Laporan Tanggung Jawab Social (CSR)

No	Kelompok Perusahaan	Jumlah
1.	Asuransi	3
2.	Elektronik	1
3.	Hotel & Travel	3
4.	Kredit	5
5.	Manufaktur	25
6.	Perbankan	14
7.	Real Estate	6
8.	Sekuritas	4
9.	Telekomunikasi	2
10.	Transportasi	3
11.	Pertambangan	5
12.	Wholesale & Trade	15
13.	Lain – lain	10
	Jumlah	100

Sumber : Data penelitian diolah

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan baik terhadap lingkungan, masyarakat, maupun karyawan. CSR merupakan bagian dari Sustainability Report (SR). Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*). Konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai dan pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung. CSR juga dapat dianggap sebagai suatu investasi masa depan bagi perusahaan.

Namun, tidak semua perusahaan yang melaporkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), memenuhi semua aspek – aspek pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Berikut adalah perusahaan yang melaporkan Tanggung Jawab Social Perusahaan mencakup semua standar aspek – aspeknya, diantaranya aspek ekonomi, social, masyarakat, Hak manusia, dan produk.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dibagi dalam beberapa bentuk karakteristik perusahaan. Tabel 4.3 berikut menjelaskan pengungkapan berdasarkan jenis usaha perusahaan.

Tabel 4.3
Pengungkapan berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Aspek-Aspek				
	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	Produk	Hak Manusia
High (5 perusahaan)	15	40	25	15	25
Low (95 perusahaan)	270	380	380	360	450

Sumber : Data penelitian diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa, jenis usaha dikategorikan menjadi High profile dan Low profile. High-profile diartikan sebagai industri di bidang migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi. Klasifikasi ini dipilih karena cukup mampu menggambarkan klasifikasi (tipe) industri perusahaan. Ada 5 perusahaan yang dikategorikan dalam High-profile dan 95 perusahaan dikategorikan dalam Low-profile. Untuk high-profile ada 15 pengungkapan aspek ekonomi, 40 aspek lingkungan, 25 aspek social, 15 aspek produk dan 25 aspek hak manusia yang dilakukan. Pengungkapan yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan high-profile adalah pengungkapan yang mencakup aspek lingkungan.

Sedangkan 95 perusahaan dikategorikan Low-profile. dimana pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan Low-profile ini adalah 270 aspek ekonomi, 380 aspek lingkungan, 380 aspek social, 360 aspek produk, dan 450 aspek hak manusia. Pengungkapan yang banyak dilakukan oleh perusahaan Low-profile hanya mencakup aspek hak manusia.

Selain berdasarkan jenis (tipe) industri, pengungkapan juga dapat dikategorikan berdasarkan ukuran perusahaan (size).

Tabel 4.4
Pengungkapan berdasarkan Ukuran Perusahaan (Size)

Size	Aspek-Aspek				
	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	Produk	Hak Manusia
Size > 100 M (71 perusahaan)	74	270	250	213	200
Size < 100 M (29 perusahaan)	87	174	87	87	116

Sumber : Data penelitian diolah

Pada tabel 4.4, ukuran perusahaan, digambarkan menggunakan *total asset value*. Yaitu dengan mengukur rata-rata jumlah nilai kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Karena hal tersebut mampu menggambarkan ukuran perusahaan. Tabel 4.4 menjelaskan ada 71 perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan > 100 M dan 29 perusahaan dengan ukuran perusahaan rata – rata < 100 M. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan size > 100 M, yaitu 74 aspek ekonomi, 270 aspek lingkungan, 250 aspek social, 213 aspek produk, dan 200 pengungkapan dalam aspek hak manusia. Sementara itu untuk perusahaan dengan size < 100 M, pengungkapan yang dilakukan meliputi, 87

aspek ekonomi.174 aspek lingkungan, 87 aspek social, 87 aspek produk, dan 116 pengungkapan dalam aspek hak manusia.

Berdasarkan umur, perusahaan juga bisa dikategorikan menjadi perusahaan yang berumur > 50 tahun atau yang berumur < 50 tahun.

Tabel 4.5
Pengungkapan berdasarkan umur perusahaan

Size	Aspek-Aspek				
	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	Produk	Hak Manusia
Umur > 50 thn (15 perusahaan)	45	135	75	60	60
Umur < 50 thn (85 perusahaan)	255	425	425	255	340

Sumber : Data penelitian diolah

Seperti terlihat pada tabel 4.5, ada 15 perusahaan yang dikategorikan berumur > 50 tahun dan ada 85 perusahaan yang dikategorikan berumur < 50 tahun. Untuk perusahaan yang berumur > 50 tahun lebih banyak mengungkapkan aspek social, sedangkan perusahaan yang berumur < 50 tahun lebih banyak mengungkapkan aspek social dan lingkungan.

Pengungkapan tanggung jawab social juga dapat dikategorikan berdasarkan kepemilikan perusahaan.

Tabel 4.6
Pengungkapan berdasarkan kepemilikan perusahaan

Size	Aspek-Aspek				
	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	Produk	Hak Manusia
Kepemilikan > 50 % (81 perusahaan)	243	378	324	150	324
Kepemilikan < 50 % (19 perusahaan)	57	152	95	68	60

Sumber : Data penelitian diolah

Seperti yang terlihat pada tabel 4.6, pengungkapan juga dapat dikategorikan berdasarkan kepemilikan perusahaan. Ada 81 perusahaan dengan kepemilikan > 50% dan 19 perusahaan dengan kepemilikan <50%. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepemilikan > 50%, yaitu 243 aspek ekonomi, 378 aspek lingkungan, 324 aspek social, 150 aspek produk, dan 324 aspek hak manusia. Sedangkan untuk perusahaan dengan kepemilikan < 50% melakukan pengungkapan 57 pada aspek ekonomi, 152 aspek lingkungan, 95 aspek social, 68 aspek produk, dan 60 aspek hak manusia.

4.2.2 Pengaruh Karakteristik Perusahaan seperti Jenis Usaha, Size, Umur, Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan

1. Uji Asumsi Klasik

1.1 Uji Normalitas

Analisis uji normalitas dalam penelitian bertujuan untuk menguji asumsi bahwa distribusi sampel dari data sampel mendekati normalitas populasi. Pengujian normalitas penyebaran skor data dengan menggunakan Uji Kolmogorof Smirnov. Taraf signifikansi yang digunakan sebagai dasar menolak atau menerima keputusan normal / tidaknya suatu distribusi data adalah α 0,05.

Hipotesis yang diajukan untuk normalitas ini adalah sebagai berikut:

H1 : data populasi berdistribusi normal

H0 : data populasi tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika $Asymsig > \text{Alpha } (0,05)$ berarti H_1 diterima
- Jika $Asymsig < \text{Alpha } (0,05)$ berarti H_1 ditolak

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada lampiran dan rangkuman tabel seperti di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	Jenis Usaha	Size	Umur	Kepemilikan	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
N	100	100	100	99	100
Normal Parameters					
Mean	.0600	4107.55	36.1900	67.0182	.9800
Std. Deviation	.23868	9349.24	6.47610	26.44002	.14071
Most Extreme Differences					
Absolute	.539	.438	.214	.112	.537
Positive	.539	.438	.214	.106	.443
Negative	-.401	-.429	-.141	-.112	-.537
Kolmogorov-Smirnov Z	1.392	1.375	1.140	1.118	1.365
Asymp. Sig. (2-tailed)	.098	.101	.125	.164	.118

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas diperoleh hasil bahwa variabel Jenis Usaha (X_1), Size (X_2), Umur (X_3), Kepemilikan (X_4), dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y) datanya tersebar secara normal, sebab level signifikan $> \alpha = 0,05$, masing-masing nilai signifikannya adalah $X_1 = 0,098$, $X_2 = 0,101$, $X_3 = 0,125$, $X_4 = 0,164$ dan $Y = 0,118$. Nilai signifikan $> 0,05$ ini menunjukkan bahwa semua variabel tersebut datanya yang berdistribusi normal.

1.2 Uji Multikolinearitas

Salah satu syarat dalam pemakaian analisis regresi linear berganda adalah terlebih dahulu harus dilakukan uji multikolinearitas dimana menurut (asumsi klasik) adalah bahwa sesama variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) tidak boleh berhubungan signifikan. Apabila sesama variabel bebas terdapat hubungan yang berarti, maka salah satu variabel bebas tersebut tidak dimasukkan (dieliminir) dari regresi linear berganda.

Melalui program komputer SPSS V.13 dengan menggunakan model matrix korelasi dapat dilihat hubungan dari masing-masing variabel, seperti terlihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Jenis Usaha	.974	1.026
	Size	.982	1.018
	Umur	.981	1.020
	Kepemilikan	.966	1.036

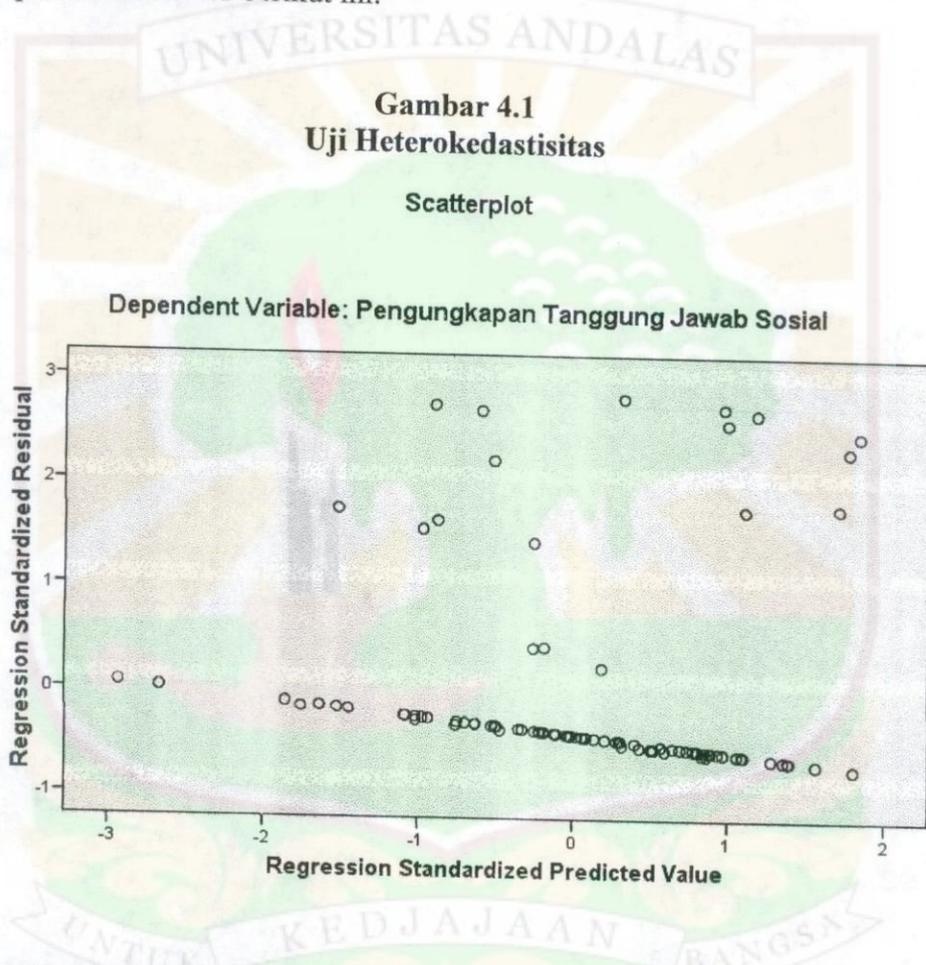
a. Dependent Variable: Pengungkapan
Tanggung Jawab Sosial

Berdasarkan hasil olahan data seperti terlihat pada Tabel 4.8 di atas diketahui bahwa nilai *tolerance* dari *Collinearity Statistics* mendekati 1 (satu) dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk semua variabel bebas di bawah 5 (lima). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data hasil

penelitian ini dapat dilakukan pengolahan data dengan regresi linear berganda karena tidak terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas.

1.3 Uji Heterokedastisitas

Untuk melihat ada tidaknya heterokedastisitas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut ini.



Berdasarkan gambar 4.1, maka dapat dilihat bahwa tidak adanya pola tertentu pada gambar, dimana sumbu x adalah \hat{y} yang telah diprediksi, dan y adalah residual (y prediksi- y sesungguhnya) yang telah di studentized. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadinya heterokedastisitas pada variabel dalam penelitian ini.

1.4 Uji Auto Korelasi

Salah satu syarat untuk memakai analisis regresi adalah antara sampel atau data tidak terdapat korelasi yang signifikan. Penelitian ini menggunakan data kurun waktu yaitu 2008-2010. Oleh karena itu sebelum di regresi terlebih dahulu dilakukan uji auto korelasi yang dikemukakan oleh Durbin Watson yang dapat dilihat pada tabel klasifikasi nilai "d" (Tabel 4.9).

Tabel 4.9
Regresi Auto Korelasi

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. error of the estimate	Durbin-Watson
1	0,724	0,524	0,439	0,13946	1,079

Sumber: olahan data sekunder, 2012

Berdasarkan data di atas diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,079. Jika angka ini dibandingkan dengan klasifikasi nilai "d" maka angka koefisien ini terletak antara interval 1,01 – 1,46 yang berarti tidak ada auto korelasi pada data *fooled time series* yang di analisis. Dengan demikian asumsi klasik (persyaratan analisis) di atas dapat dipenuhi.

2. Hasil Pengujian Hipotesis

2.1 Uji Simultan

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 dan X_4) secara bersama-sama terhadap variabel tetap (Y), maka digunakan uji hipotesis dengan uji simultan. Dengan bantuan program komputer yang menggunakan persamaan

model regresi berganda, maka nilai *analysis of variance* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10
Analisis Of Variance Table
(ANOVA)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,040	4	510,000	9,690	0,000
	Residual	1,786	94	0,019		
	Total	3,826	98			

- a Predictors: (Constant), Kepemilikan, Umur, Size, Jenis Usaha
 b Dependent Variable: Pengungkapan Tanggungjawab Sosial
 Sumber : Pengolahan Data Primer

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 9,690 pada Sig 0,000. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi ($\alpha=0,05$) terbukti bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Jenis Usaha, Size, Umur, dan Kepemilikan perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2 Uji Parsial

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, digunakan pendekatan OLS (*Ordinal Least Square*) atau metode kuadrat terkecil yang dibentuk oleh variabel bebas (Jenis Usaha, Size, Umur, dan Kepemilikan) terhadap variabel terikat (Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan). Dengan

bantuan program komputer dan hasil analisis diperoleh koefisien regresi dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis 1, 2, 3, dan 4

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t	Sig.	Ket.
Konstanta	0,876	0,045	19,644	0,000	
Jenis Usaha	0,008	0,060	0,142	0,887	H1 Ditolak
Size	0,002	0,001	2,941	0,002	H2 Diterima
Umur	0,002	0,001	2,614	0,005	H3 Diterima
Kepemilikan	0,003	0,001	3,448	0,000	H4 Diterima

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka nilai penduga koefisien regresi dari masing-masing variabel dapat disubstitusikan ke dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,876 + 0,008 X_1 + 0,002 X_2 + 0,002 X_3 + 0,003 X_4$$

Besarnya koefisien determinasi untuk variabel bebasnya dilihat dari Angka R Square yaitu 0,524. Hal ini berarti 52,40% variasi dari Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan bisa dijelaskan oleh variasi dari ke empat variabel independennya, sedangkan sisanya (47,60%) dijelaskan oleh variabel lain.

Nilai dari konstanta atau *intercept* sebesar 0,876 poin, menyatakan bahwa Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan pada awalnya adalah sebesar 0,876 poin tanpa memperhatikan Jenis Usaha, Size, Umur, dan Kepemilikan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan Tabel 4.11, untuk menguji hipotesis 1, 2, 3, dan 4 maka digunakan uji t, yaitu untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

3. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

3.1 Pengujian Hipotesis Jenis Usaha terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H1)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah “terdapat pengaruh positif antara Jenis Usaha terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan”.

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Jenis Usaha (X_1) adalah sebesar 0,008. Nilai signifikansi dari variabel Jenis Usaha terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan adalah sebesar 0,887. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,887 > 0,05$). Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Jenis Usaha terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian hipotesis yang diajukan tidak dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

3.2 Pengujian Hipotesis Size terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H2)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah “terdapat pengaruh positif antara Size perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan”.

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Size (X_2) adalah sebesar 0,002. Nilai signifikansi dari variabel Size terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan adalah sebesar 0,002. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,002 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Size terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

3.3 Pengujian Hipotesis Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H3)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah “terdapat pengaruh positif antara Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan”.

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Umur (X_3) adalah sebesar 0,002. Nilai

signifikansi dari variabel Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan adalah sebesar 0,005. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,005 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

3.4 Pengujian Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah “terdapat pengaruh positif antara Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan”.

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kepemilikan (X_4) adalah sebesar 0,003. Nilai signifikansi dari variabel Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah sebesar 0,003. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,003 < 0,05$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan

Berkelanjutan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

4. Pembahasan

4.1 Pengaruh Karakteristik Perusahaan seperti Jenis Usaha, Size, Umur, Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan

4.1.1 Pengaruh Jenis Usaha Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan analisa data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Jenis Usaha adalah sebesar 0,008. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan ($\alpha=0,05$) terbukti bahwa nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikannya ($0,887>0,05$), hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, Jenis Usaha tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Temuan ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya seperti Novita dan Djakman (2008) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Hackston dan Milne (1996) dan Kasmadi dan Susanto (2006) dalam Novita dan Djakman (2008).

Jumlah sampel (perusahaan) yang tidak berimbang antara perusahaan high profile dan low profile mungkin menjadi alasan temuan di atas. Jumlah perusahaan high profile hanya sedikit sehingga akan mengurangi optimalisasi

hasil penelitian. Artinya sampel tersebut kurang dapat mendukung penelitian ini. Perbedaan tersebut juga mungkin dikarenakan perbedaan pengukuran dalam menentukan tipe atau klasifikasi industri. Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda. Penelitian ini menggunakan cara yang sama dengan Novita dan Djakman (2008) yaitu perusahaan yang dikategorikan sebagai high profile adalah industri di bidang migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi. Sementara Anggraini (2006) menggunakan kriteria untuk menentukan perusahaan high-profile dan low profile sama seperti yang dikelompokkan menurut Roberts (1992), Preston (1977), dan Patten (1991) dalam Hackston dan Milne (1996). Dimana perusahaan – perusahaan yang termasuk dalam industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik dikategorikan sebagai industri yang high-profile.

4.1.2 Pengaruh *Size* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan analisa data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Size* adalah sebesar 0,002 jika dibandingkan dengan tingkat signifikan ($\alpha=0,05$) terbukti bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya ($0,002 < 0,05$) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, *Size* berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara umum, hal ini berarti semakin besar suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat juga cenderung semakin luas.

Adanya hubungan signifikan antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial mengandung arti bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, dan pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

4.1.3 Pengaruh Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan analisa data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi umur adalah sebesar 0,005. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan ($\alpha=0,05$) terbukti bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya ($0,005 < 0,05$), hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, umur berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya semakin lama umur dari suatu perusahaan beroperasi maka Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan akan semakin luas pula.

Adanya hubungan yang signifikan antara umur perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial mengandung arti bahwa semakin lama suatu perusahaan tersebut berdiri, maka perusahaan tersebut akan cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas lagi. Hal ini dimungkinkan karena suatu perusahaan yang telah lama beroperasi atau beumur lebih dari 50 tahun, cenderung lebih dikenal banyak masyarakat dari pada perusahaan – perusahaan yang baru berdiri.

Hubungan ini menyebabkan timbulnya respon positif dari perusahaan terhadap masyarakat, karyawan, dan lingkungan. Sehingga perusahaan akan lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat, karyawan, dan lingkungan sekitar juga dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan dimasa yang akan datang.

4.1.4 Pengaruh Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan analisa data dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Kepemilikan adalah sebesar 0,003. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikan ($\alpha=0,05$) terbukti bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya ($0,003 < 0,05$), hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, Kepemilikan berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya semakin besar tingkat Kepemilikan saham asing maka Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan akan semakin meningkat.

Adanya hubungan antara kepemilikan saham asing dengan pengungkapan CSR mengandung arti bahwa semakin besar / tinggi persentase kepemilikan saham asing pada perusahaan, maka akan memperluas tingkat pengungkapan CSR. Keadaan ini terjadi apabila suatu perusahaan memiliki persentase kepemilikan saham asing yang tinggi, maka keberadaan perusahaan tersebut akan lebih disorot oleh *stakeholder*-nya. Perhatian dan tekanan yang besar membuat perusahaan harus lebih transparan dalam pengelolaannya. Perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai salah satu media pelaporan pertanggungjawaban manajemen. Pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud akuntabilitas atas pengelolaan perusahaan.

4.2.3 Aspek-Aspek Kinerja Ekonomi, Kinerja Sosial, dan Kinerja Lingkungan yang Dipublikasikan Sudah Mengacu Kepada GRI G3

Berdasarkan kategori *Corporate Social Reporting (CSR)* menurut Darwin (2004) terdapat tiga aspek kinerja yang terdiri dari kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial yang dibagi menjadi empat kategori, antara lain : praktik kerja, hak manusia, sosial dan tanggung jawab terhadap produk. Dari *content analysis* yang dilakukan terhadap 100 perusahaan sampel selama tiga tahun, diperoleh hasil bahwa pada tahun 2008 total pengungkapan yang dilakukan adalah sebanyak 80% aspek ekonomi, 26,67% aspek lingkungan, 35,7% aspek praktik kerja, 33,33% aspek hak manusia, 37,5% aspek social, 33,33% aspek produk. Sedangkan dan pada tahun 2009 terjadi pengungkapan sebanyak 72% aspek ekonomi, 40% aspek lingkungan, 64,3% aspek praktik kerja, 55,56% aspek hak manusia, 75% aspek social, 55,56% aspek produk. Sementara untuk tahun 2010, terjadi pengungkapan sebanyak 100% aspek ekonomi, 93,33% aspek

lingkungan, 85,7% aspek praktik kerja, 77,78% aspek hak manusia, 100% aspek social, dan 77,78% aspek produk. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa terjadi suatu peningkatan pada jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan sampel dari tahun 2008 ke tahun 2010.

Tabel 4.12
Pengungkapan Aspek Ekonomi

Tahun	Jumlah	Jumlah pengungkapan CSR		
		Seharusnya	Diungkapkan	%
2008	20	180	144	80
2009	25	225	162	72
2010	55	495	495	100

Tabel 4.13
Pengungkapan Aspek Lingkungan

Tahun	Jumlah	Jumlah pengungkapan CSR		
		Seharusnya	Diungkapkan	%
2008	20	600	160	26.667
2009	25	750	300	40
2010	55	1650	1540	93.333

Tabel 4.14
Pengungkapan Aspek Praktik Kerja

Tahun	Jumlah	Jumlah pengungkapan CSR		
		Seharusnya	Diungkapkan	%
2008	20	280	100	35.7
2009	25	350	225	64.3
2010	55	770	660	85.7

Tabel 4.15
Pengungkapan Aspek Hak Manusia

Tahun	Jumlah	Jumlah pengungkapan CSR		
		Seharusnya	Diungkapkan	%
2008	20	180	60	33.333
2009	25	225	125	55.556
2010	55	495	385	77.778

Tabel 4.16
Pengungkapan Aspek Sosial

Tahun	Jumlah	Jumlah pengungkapan CSR		
		Seharusnya	Diungkapkan	%
2008	20	160	60	37.5
2009	25	200	150	75
2010	55	440	440	100

Tabel 4.17
Pengungkapan Aspek Produk

Tahun	Jumlah	Jumlah pengungkapan CSR		
		Seharusnya	Diungkapkan	%
2008	20	180	60	33.333
2009	25	225	125	55.556
2010	55	495	385	77.778

Berdasarkan tabel 4.12 – 4.17 di atas, dapat dilihat bahwa pada umumnya perusahaan – perusahaan di Indonesia hanya peduli terhadap kegiatan ekonomi dan social semata. Hal ini terlihat dari aksi – aksi social yang dilakukan perusahaan terhadap karyawan dan masyarakat sekitar, seperti mengadakan pengobatan gratis untuk masyarakat sekitar, aksi donor darah, sunatan massal, pemberian bantuan modal kerja dan lain sebagainya. Namun untuk aspek lingkungan dan produk belum sepenuhnya perusahaan bertanggung jawab. Pada

umumnya, perusahaan belum bisa menjamin keamanan produk yang dihasilkannya.

Untuk itu diperlukan pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas dalam menjalankan perusahaan, terutama mengenai tanggung jawab perusahaan. Baik itu menyangkut aspek ekonomi, social, lingkungan, Praktik kerja, Hak manusia, dan produk.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Pada dasarnya, perusahaan-perusahaan di Indonesia belum semuanya yang menerbitkan laporan keberlanjutan (sustainability report). Laporan keberlanjutan tanggung jawab sosial (CSR), yang dapat dikelompokkan menjadi aspek ekonomi, aspek lingkungan, aspek praktik kerja, aspek hak manusia, dan aspek produk. Walaupun dibagi dalam beberapa karakteristik perusahaan seperti jenis usaha, ukuran perusahaan, umur, dan kepemilikan, namun pada umumnya pengungkapan yang dilakukan lebih banyak pada aspek ekonomi, dan sosial. Hal ini mungkin dikarenakan aspek ekonomi dan aspek sosial merupakan langkah pendekatan perusahaan dengan masyarakat sekitar yang paling sederhana. Selain itu untuk menarik simpati dari lingkungan dan masyarakat sekitar, sehingga tercipta respon yang positif dari masyarakat. Ini bertujuan untuk kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang.
2. Tidak terdapat pengaruh positif antara Jenis Usaha terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai sig. lebih

besar dari alpha 0,05 ($0,887 > 0,05$), Dengan demikian hipotesis yang diajukan tidak dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

3. Terdapat pengaruh positif antara Size terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai sig. lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,002 < 0,05$), dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.
4. Terdapat pengaruh positif antara Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai sig. lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,005 < 0,05$), dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.
5. Terdapat pengaruh positif antara Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai sig. lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.
6. Terdapat pengaruh positif antara Jenis Usaha, Size, Umur, dan Kepemilikan secara bersama-sama terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Pelaporan Berkelanjutan di Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai sig. lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

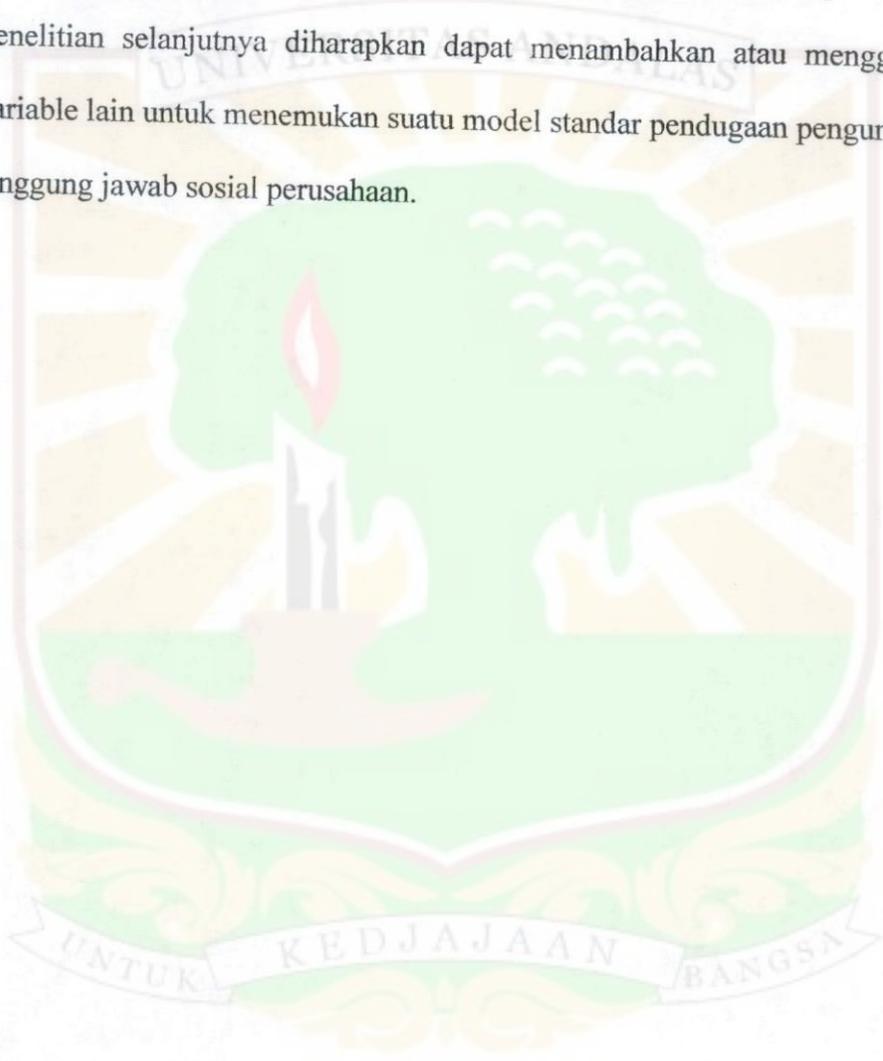
7. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan belum semuanya mengacu kepada standar global reporting initiative (GRI). Hal ini mungkin dikarenakan pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial belum dipahami secara menyeluruh oleh perusahaan-perusahaan tersebut. namun seiring dengan perkembangan zaman dan semakin canggihnya teknologi membuat para pengusaha tersebut tahu dan sadar akan pentingnya laporan keberlanjutan (sustainability report). Kenyataannya dari tahun 2008 sampai dengan 2010 terjadi peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial, artinya sampai pada tahun 2010 pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan sudah hampir mengacu pada standar Global Reporting Initiative (GRI)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi manajemen diharapkan lebih lengkap dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya.
2. Bagi pemerintah dan IAI diharapkan mampu merumuskan suatu kebijakan untuk menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah *mandatory disclosure* mengingat rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan indikator pengungkapan CSR yang lebih sesuai dengan karakter perusahaan di Indonesia.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya serta menambah jumlah sampel.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan variable lain untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nurkhin. 2009. *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia*. FE UNDIP. Semarang.
- Andre Christian Sitepu dan Hasan Sakti Siregar. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa efek Jakarta*. FE USU. Medan.
- Angling. 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan di Indonesia: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2006 dan 2008. Simposium Nasional Akuntansi
- Anggainsi, Fr. RR. 2006. —Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar pada Bursa Efek Jakarta)||. *Simposium Nasional Akuntansi 9*
- Devina, Florence. 2005. —Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta. *Tesis Tidak Dipublikasikan*. Universitas Diponegoro
- Eddy Sembiring. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo.
- Ghozali dan Chariri, 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2009. *SPSS. Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Machmud, Novita dan Chaerul D. Djakman. 2008. —Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006. *Simposium Nasional Akuntansi 11*
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. —Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta||. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. Solo
- Utami. 2011. — Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*. Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th 16, No.1

www.idx.co.id