

**PRAKTIK PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) DI INDONESIA
(Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI)**

Rita Yuliana
Universitas Trunojoyo

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is the recent issue in accounting circumstances. The background of this issue is the willing of the company to be part of their surrounding. The point of this issue, company is participated in developing the wealth of communities surrounding. In fact, the CSR practices in Indonesia is already done. Their annual report shows the practice of CSR in many aspects. The main idea in this research is about the practice of CSR in Indonesian company.

The population of this research are all of company listed in Indonesian Stock Exchange. The method of sampling is purposive sampling. There are 94 companies used as research sample. Descriptive statistic is used as statistical method in this research.

The research result shows the rate of participation of the companies to disclose their CSR practice is low. It shows, there are only 116 from 342 companies disclose their CSR practice. The proportion of CSR disclosure in annual report is also too low. Company also choose showing the issue about community development, labor wealth, and surrounding. Those issues are chosen by the company in order to promote the company.

Keywords: CSR disclosure

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Akhir-akhir ini muncul wacana tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). Wacana tersebut muncul dilandasi pemikiran bahwa keberadaan perusahaan tidak lepas dari lingkungannya. Oleh karena itu, setiap tindakan yang diambil perusahaan berdampak nyata terhadap kualitas kehidupan manusia, baik individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan di bumi. Gagasan CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan sekedar kegiatan ekonomi, yaitu menciptakan laba demi kelangsungan usaha, melainkan juga tanggung jawab sosial, dan lingkungan. Dasar pikirnya adalah bahwa menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (Djarmiko, 2006).

Fokus akuntabilitas perusahaan selama ini masih mengedepankan pemegang saham. Perusahaan cenderung mengabaikan kepentingan *stakeholder* lainnya. Padahal keberadaan *stakeholder* tersebut berkait erat dengan kesinambungan hidup suatu usaha (*going concern of entity*).

Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan menurut Plunkett dan Arthur (1983: 174), dalam Purwati (2001), yaitu:

The moral and ethical content of managerial and corporate decision, that is, the value used in bussiness decision over and abore the pragmatic imposed by legal principles and the market economy.

Pada intinya tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) adalah kewajiban organisasi bisnis untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang

bertujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Disiplin akuntansi juga merespon perkembangan pertanggung-jawaban sosial perusahaan, yaitu dengan melahirkan wacana baru. Salah satunya adalah tema yang dikembangkan dalam wacana *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau akuntansi pertanggungjawaban sosial. Tema ini bertujuan untuk mengungkapkan item-item individual yang mempunyai dampak sosial (Belkaoui, 2006: 349).

Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan CSR.

Investor mengapresiasi praktik CSR ini dan melihat aktivitas CSR sebagai rujukan untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Bila perusahaan tidak mengungkapkan program CSR, bisa jadi *stakeholder* menganggap perusahaan yang bersangkutan tidak melakukan tanggung jawab sosialnya dan meragukan *going concern*-nya (Pambudi, 2006b). Selanjutnya, investor akan menilai perusahaan tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya sehingga investor tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Periode amatan penelitian ini adalah pada tahun 2006, sedangkan periode amatan kedua penelitian sebelumnya adalah tahun 2001 dan 2002. Penelitian ini menggunakan 116 perusahaan yang menyusun pengungkapan CSR dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2006 sebagai objek penelitian. Pengukuran tingkat keluasan pengungkapan CSR menggunakan indikator kinerja yang disusun oleh Global Report Initiative pada tahun 2006. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan analisis isi untuk mengukur tingkat keluasan pengungkapan CSR dengan menggunakan 5 indikator.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik pengungkapan CSR di Indonesia ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan deskripsi tentang praktik CSR di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Disiplin akuntansi merespon perkembangan pertanggungjawaban sosial perusahaan yaitu dengan melahirkan wacana baru (Belkaoui, 2000), yaitu (1) *Social Responsibility Accounting (SRA)* yang bertujuan untuk mengungkapkan item-item individual yang mempunyai dampak sosial, (2) *Total Impact Accounting (TIA)* yang meliputi pengaruh seluruh biaya yang ditanggung oleh perusahaan sebagai akibat operasi usaha yang dijalankan, baik biaya privat maupun biaya publik, dan (3) *Socio Economic Accounting (SEA)* yang didefinisikan oleh Linowes sebagai penerapan akuntansi di bidang ilmu sosial yang meliputi ilmu pengetahuan masyarakat, ilmu pengetahuan politik, dan ilmu pengetahuan ekonomi.

Teori-teori yang Mendasari Praktik CSR

Gray, *et al.*, (1995) mengemukakan beberapa teori yang melatar-belakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial, yaitu:

a. *Decision Usefulness Studies*

Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain selain para investor ke dalam kriteria dasar pengguna laporan akuntansi sehingga suatu pelaporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut. Beberapa peneliti melakukan studi dan menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh pengguna. Studi tersebut meminta para analis, banker, dan pihak lain yang terlibat untuk memberikan peringkat terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi yang telah dikenal selama ini, melainkan juga memuat informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi.

b. *Economic Theory Studies*

Studi ini berdasarkan pada *economic agency theory*. Teori tersebut membedakan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan dan menyiratkan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggung-jawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan. Selanjutnya, frase pemilik perusahaan mengalami perkembangan lebih lanjut, tidak hanya pemilik modal (*shareholder*), tetapi juga meluas ke unsur *stakeholders* lainnya, yaitu masyarakat luas termasuk pemerintah dan lingkungan alam. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan juga dituntut untuk membuat pelaporan yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi *stakeholders* tersebut.

c. *Social and Political Studies*

Sektor ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan politik, sosial, dan kerangka institusional tempat ekonomi berada. Studi sosial dan politik mencakup dua teori utama, yaitu: Pertama, Stakeholder Theory yang mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Fokus utama dalam teori ini, yaitu bagaimana perusahaan memonitor dan merespon kebutuhan para *stakeholders*-nya. Kedua, Legitimacy Theory yang menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar aktivitas dan keberadaan perusahaan terlegitimasi di mata masyarakat.

Teori-teori lain yang mendukung praktik pengungkapan sosial, yaitu teori kontrak sosial. Teori tersebut menyatakan bahwa perusahaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari suatu komunitas.

Laporan Perusahaan

Terdapat beberapa prinsip penting berkaitan dengan laporan perusahaan, yaitu:

1. Pengungkapan (*Disclosure*) dalam Laporan Tahunan

Pengungkapan didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1998:136). Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan di masa mendatang, perkiraan keuangan dan operasi, serta informasi lainnya (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

2. Tujuan Pengungkapan

Tujuan pengungkapan menurut *Securities Exchange Commission* (SEC) dikategorikan menjadi dua, yaitu (Wolk dan Ternay (1989) dalam Utomo, 2000):

a. *Protective disclosure*, yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor.

b. *Informative disclosure*, yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan.

3. Kualitas Informasi yang Seharusnya Diungkapkan

Hendriksen (1998: 140) menyatakan tiga konsep umum tentang pengungkapan yang umumnya diusulkan, yaitu:

- a. Pengungkapan yang cukup (*adequate*), merupakan pengungkapan yang minim cukup untuk membuat laporan tidak menyesatkan
- b. Pengungkapan yang wajar (*fair*), merupakan pengungkapan yang memberikan perlakuan yang sama bagi semua pembaca potensial.
- c. Pengungkapan yang lengkap (*full*), merupakan penyajian semua informasi yang relevan.

4. Manfaat Pengungkapan Bagi Pemakai Informasi

Informasi dalam laporan tahunan yang disajikan oleh perusahaan terutama perusahaan *go public* ditujukan kepada para pemakai laporan tahunan tersebut. IAI dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan menyatakan Pemakai laporan keuangan meliputi investor sekarang dan investor potensial, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan kreditor usaha lainnya, pelanggan, pemerintah serta lembaga-lembaganya, dan masyarakat.

Pedoman Global Reporting Initiative (GRI)

Isu mengenai CSR terkait erat dengan *sustainability reporting*. GRI merupakan salah satu dari lembaga yang serius menangani permasalahan yang berhubungan dengan *sustainability*. *Sustainability reporting* merupakan praktik pengukuran, pengungkapan, dan pertanggungjawaban kepada *stakeholder* internal dan eksternal perusahaan terkait dengan kinerja pencapaian tujuan keberlangsungan perusahaan. *Sustainability reporting* merupakan terminologi yang luas mengenai pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya Triple Bottom Line, Corporate Social Responsibility, dan lain-lain) (GRI, 2006: 4).

Secara umum, pedoman GRI terdiri atas empat bagian. Bagian pertama adalah pengantar. Bagian kedua berisi tentang penjelasan mengenai penggunaan pedoman GRI. Bagian ketiga tentang prinsip-prinsip pelaporan, dan bagian keempat menjelaskan isi pelaporan SR.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang mengungkap program CSR di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan data yang ada di *website* BEI, pada tanggal 31 Desember 2006 terdapat 342 perusahaan yang tercatat.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Pengambilan sampel bertujuan dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Hartono, 2004: 79).

Berdasarkan seleksi yang telah dilakukan, diperoleh 116 perusahaan sebagai sampel penelitian. Berikut ini kriteria yang digunakan untuk menyeleksi sampel penelitian:

1. Sampel penelitian merupakan perusahaan yang terdaftar di BEI per 31 Desember 2006.
2. Sampel penelitian harus merupakan perusahaan yang termuat dalam daftar direktori laporan tahunan per 31 Desember 2006.
3. Sampel penelitian harus menyajikan laporan tahunan per 31 Desember 2006.
4. Sampel penelitian harus menyajikan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya.

Berikut Tabel 1 yang memuat kriteria pemilihan sampel penelitian:

Tabel 1 Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1.	Jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI per 31 Desember 2006	342
2.	Jumlah perusahaan yang terdaftar di direktori laporan tahunan per 31 Desember 2006	210
3.	Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan per 31 Desember 2006	200
4.	Perusahaan yang menyajikan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan per 31 Desember 2006	116

Sumber: Data BEI yang diolah.

Horison Waktu

Sesuai dengan karakteristik masalah penelitian yang akan dijawab maka penelitian ini tergolong studi *cross-sectional*, yaitu tipe studi satu tahap yang datanya berupa beberapa subyek pada waktu tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002: 95).

Waktu amatan penelitian ditentukan pada tahun 2006 dengan alasan bahwa tahun 2006 merupakan tahun-tahun awal dimulainya pengungkapan CSR oleh perusahaan, meskipun masih bersifat sukarela (*voluntary*). Peneliti menilai bahwa pada saat tersebut, perusahaan yang mengungkapkan praktik CSR nya merupakan perusahaan yang memiliki kepedulian yang tinggi terhadap keberlangsungan usahanya.

Unit Analisis Data

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis dalam penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002: 94). Sesuai dengan rumusan masalah maka unit analisis data dalam penelitian ini tergolong tingkat perusahaan, yaitu mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di suatu bursa efek.

Metode Statistik yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tema penelitian dan nilai data, maka metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan 5 variabel, yaitu:

- a. Kuantitas pengungkapan CSR (CSR_{D1})
- b. Proporsi pengungkapan CSR (CSR_{D2})
- c. Dimensi pengungkapan CSR (CSR_{D3})
- d. Aspek pengungkapan CSR (CSR_{D4})
- e. Indikator kinerja CSR (CSR_{D5})

Tingkat keluasan pengungkapan CSR (CSR_D) merupakan nilai kinerja perusahaan atas praktik pertanggungjawaban sosialnya, yang terdiri atas kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR_D diukur dengan menggunakan alat analisis isi (*content analysis*) yang bersumber dari data sekunder. Analisis isi digambarkan sebagai suatu teknik penelitian untuk tujuan sistematis dan deskriptif kuantitatif suatu manifestasi jawaban komunikasi (Cooper dan Emory, 1998: 10).

Acuan yang dipakai dalam melakukan analisis isi adalah pedoman indikator kinerja GRI 2006. Pertimbangan pemakaian alat analisis tersebut adalah supaya informasi yang diperoleh lebih berkualitas baik secara kuantitas maupun kualitasnya. Hal tersebut terkait dengan seberapa besar perusahaan memiliki kepedulian terhadap CSR. Hasil yang diperoleh dari penggunaan analisis konten adalah berupa beberapa

indikator yang representatif untuk mengukur tingkat keluasan pengungkapan CSR. Berikut ini beberapa hal yang menjadi indikator tingkat keluasan pengungkapan CSR:

1. Kuantitas pengungkapan CSR (CSR_{D1}).
Kuantitas pengungkapan CSR terkait dengan seberapa banyak perusahaan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk memfasilitasi pengungkapan CSR. Kuantitas tersebut diukur dengan menggunakan jumlah halaman yang digunakan untuk pengungkapan CSR. Jumlah halaman menunjukkan seberapa banyak informasi yang disajikan oleh perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosialnya.
2. Proporsi pengungkapan CSR (CSR_{D2}).
Proporsi pengungkapan CSR merupakan perbandingan antara jumlah halaman yang digunakan untuk pengungkapan CSR dengan jumlah halaman laporan tahunan seluruhnya. Proporsi ini menunjukkan seberapa besar perhatian perusahaan dalam mengimplementasikan CSR dibandingkan dengan kegiatan perusahaan lainnya.
3. Dimensi pengungkapan CSR (CSR_{D3}).
Dimensi pengungkapan CSR merupakan sub bagian CSR yang menyebutkan hal pokok apa saja yang harus ada dalam pengungkapan CSR. Terdapat 6 dimensi pengungkapan CSR, yaitu lingkungan, ekonomi, hak asasi, ketenagakerjaan, tanggung jawab produk, dan kemasyarakatan. Berdasarkan daftar dimensi tersebut, maka dilakukan penilaian sejauh mana dimensi yang dimiliki oleh pengungkapan CSR setiap perusahaan. Penilaian dilakukan dengan menghitung dimensi pengungkapan yang ada pada setiap pengungkapan CSR.
4. Aspek pengungkapan CSR (CSR_{D4}).
Aspek pengungkapan merupakan tinjauan atas praktik CSR untuk setiap dimensi. Dari keenam dimensi yang ada, setiap dimensi dirinci lagi ke dalam beberapa aspek. Misalnya, dimensi ekonomi terdiri atas tiga aspek, yaitu: aspek kinerja ekonomi, aspek keberadaan pasar, dan aspek dampak ekonomi tidak langsung. Setiap pengungkapan CSR perusahaan akan dinilai seberapa banyak aspek pengungkapan yang dinyatakan.
5. Tingkat kesesuaian pengungkapan CSR dengan indikator kinerja yang ada pada setiap aspek pengungkapan (CSR_{D5}).
Rincian paling akhir dalam pengungkapan CSR adalah indikator kinerja. Indikator kinerja tersebut disusun berdasarkan aspek yang ada. Jumlah keseluruhan indikator kinerja adalah 79. Jadi, perusahaan yang memenuhi 79 indikator kinerja tersebut dikatakan paling luas pengungkapan CSR-nya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka data yang telah diperoleh akan diproses dengan menggunakan statistik deskriptif. Namun demikian, setelah melakukan tahanan pengumpulan data, ternyata peneliti tidak bisa memperoleh data semua perusahaan yang mempublikasikan laporan CSRnya karena kendala teknis. Oleh karena itu, dari 116 perusahaan yang dijadikan sampel, peneliti hanya berhasil memperoleh 94 di antaranya. Berdasarkan pengujian statistik deskriptif, berikut tabel yang menunjukkan hasil olah data:

Tabel 2 Statistik Deskriptif

No	Variabel	Minimum	Maximum	Rata-rata
1.	CSRD1	1	11	2,6
2.	CSRD2	0,01	0,14	0,04
3.	CSRD3	1	5	1,79
4.	CSRD4	1	10	2,81
5.	CSRD5	1	16	3,85

sumber: output statistik deskriptif

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa praktik CSR di Indonesia masih sangat terbatas. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari rendahnya nilai variabel yang dijadikan indikator pengungkapan CSR. Lebih jelasnya, berikut kami sajikan bahasan untuk tiap-tiap variabel.

Kuantitas pengungkapan CSR (CSRD₁)

Kuantitas pengungkapan ditunjukkan dari banyaknya jumlah halaman yang dipakai untuk menyajikan informasi terkait aktivitas CSR perusahaan. Berdasarkan hasil uji deskripsi diketahui bahwa rata-rata perusahaan hanya mengalokasikan sedikit saja, yaitu 2 – 3 halaman untuk menyajikan informasi CSRDnya. Berdasarkan penelitian, dari beberapa halaman tersebut ada beberapa perusahaan yang masih banyak mencantumkan gambar-gambar yang mencitrakan aktivitas CSR tanpa memberikan narasi yang memadai. Dengan demikian, meski jumlah halamannya banyak, namun jika narasinya sedikit maka akan mempengaruhi nilai CSRD lainnya. Memang penilaian praktik CSR berdasarkan jumlah halaman yang dipakai untuk menyajikan informasi CSR masihlah sangat kasar. Akan tetapi setidaknya, jumlah halaman tersebut dapat mengungkapkan siratan makna CSR yang ingin disampaikan oleh perusahaan.

Proporsi pengungkapan CSR (CSRD₂)

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan menyediakan porsi 4% saja dari keseluruhan jumlah halaman yang tersedia pada laporan tahunan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih menganggap isu CSR ini tidak terlalu penting untuk diinformasikan, sehingga menjadikan perusahaan membatasi porsi pengungkapan CSR pada laporan tahunannya. Perusahaan cenderung memberikan porsi yang jauh lebih besar untuk informasi yang itu lebih bersifat informasi yang diperlukan oleh *shareholder* maupun calon investor.

Dimensi pengungkapan CSR

Dimensi pengungkapan CSR merupakan sub bagian CSR yang menyebutkan hal pokok apa saja yang harus ada dalam pengungkapan CSR. Terdapat 6 dimensi pengungkapan CSR, yaitu lingkungan, ekonomi, hak asasi, ketenagakerjaan, tanggung jawab produk, dan kemasyarakatan. Berikut tabel yang menunjukkan praktik CSR di Indonesia berdasarkan dimensi pengungkapan:

Tabel 3 Tingkat Keluasan CSR berdasarkan Dimensi Pengungkapan

No	Dimensi	Jumlah	Prosentase
1.	Lingkungan	22	23,4
2.	Ekonomi	17	18,1
3.	Hak Asasi Manusia	8	8,5
4.	Ketenagakerjaan	23	24,5
5.	Tanggungjawab Produk	7	7,4
6.	Kemasyarakatan	91	96,8

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa perusahaan lebih memilih untuk menampilkan dimensi kemasyarakatan dalam laporan CSR. Hal tersebut terlihat dari mayoritas perusahaan yang mengungkapkan hal tersebut, yaitu sebanyak 91 dari 94 perusahaan atau 96,8%. Sebaliknya, isu tanggung jawab produk tidak menjadi hal yang menarik untuk diungkapkan. Terlihat dari rendahnya partisipasi perusahaan untuk mengangkat dimensi tersebut dalam laporan CSR, yaitu hanya ada 7 perusahaan saja. Hal ini menarik mengingat bahwa pada paradigma lama, produk menjadi satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Produk juga menjadi faktor penting dalam penentuan harga yang selanjutnya berpengaruh pula pada pendapatan dan kemudian laba perusahaan.

Isu sentral lain yang menjadi perhatian perusahaan adalah isu lingkungan dan ketenagakerjaan. Hal ini nampak dari posisi kedua isu tersebut dalam penilaian dimensi pengungkapan CSR, yang menempati urutan kedua dan ketiga. Memang sudah menjadi pemahaman bersama bahwa selama ini persepsi mayoritas masyarakat bahwa CSR selalu terkait erat dengan lingkungan, kepedulian terhadap masyarakat, dan juga pekerja.

Aspek pengungkapan CSR

Aspek pengungkapan merupakan tinjauan atas praktik CSR untuk setiap dimensi. Dari keenam dimensi yang ada, setiap dimensi dirinci lagi ke dalam beberapa aspek. Misalnya, dimensi ekonomi terdiri atas tiga aspek, yaitu: aspek kinerja ekonomi, aspek keberadaan pasar, dan aspek dampak ekonomi tidak langsung. Setiap pengungkapan CSR perusahaan dinilai seberapa banyak aspek pengungkapan yang dinyatakan. Berikut hasil penilaian tingkat keluasan pengungkapan CSR berdasarkan aspek pengungkapannya:

Tabel 4. Aspek Pengungkapan CSR

No	Dimensi	Jumlah	Prosentase
1.	Lingkungan	3	4,2
2.	Ekonomi	12	12,8
3.	Hak Asasi Manusia	3	3,2
4.	Ketenagakerjaan	8	8,5
5.	Tanggungjawab Produk	3	3,2
6.	Kemasyarakatan	40	42,6

Sumber: data diolah

Tabel di atas menunjukkan seberapa rinci perusahaan mengungkapkan praktik CSR yang dilakukannya. Aspek kemasyarakatan menempati urutan teratas, yaitu sebanyak 42,6%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan lebih menyukai untuk mengeksplorasi kegiatan kemasyarakatannya sebagai wujud dari CSR. Fakta tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan lebih mudah untuk melakukan kegiatan kemanusiaan dalam implementasi CSR dibandingkan dengan isu-isu lainnya.

Sebaliknya, isu ekonomi dan tanggung jawab produk menjadi isu yang paling tidak disukai oleh perusahaan dalam pengungkapan kegiatan CSR. Kedua isu tersebut dinilai kurang populis untuk menaikkan citra perusahaan. Memang secara teori, kedua isu tersebut merupakan isu yang terkait dengan internal perusahaan sehingga dinilai kurang menarik untuk dieksplorasi.

Lain halnya dengan isu lingkungan. Meskipun isu lingkungan cukup menarik untuk diungkap dalam CSR, akan tetapi isu ini tidak terlalu tereksplor. Hal ini terlihat dari sedikitnya aspek yang dingkap. Jadi, dalam menyajikan dimensi lingkungan dalam laporan CSR, perusahaan menyajikannya hanya sekilas saja atau sekedar menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan.

Indikator Pengungkapan CSR

Rincian paling akhir dalam pengungkapan CSR adalah indikator kinerja. Indikator kinerja tersebut disusun berdasarkan aspek yang ada. Jumlah keseluruhan indikator kinerja adalah 79. Jadi, perusahaan yang memenuhi 79 indikator kinerja tersebut dikatakan paling luas pengungkapan CSR-nya. Berikut tabel yang menunjukkan indikator pengungkapan CSR:

Tabel 5. Indikator Pengungkapan CSR

No	Dimensi	Jumlah	Prosentase
1.	Lingkungan	1	1,1
2.	Ekonomi	9	9,6
3.	Hak Asasi Manusia	1	1,1
4.	Ketenagakerjaan	1	1,1
5.	Tanggungjawab Produk	1	1,1
6.	Kemasyarakatan	15	16

Sumber: data yang diolah

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa isu kemasyarakatan menjadi pilihan favorit perusahaan dalam pengungkapan CSR. Hal tersebut terlihat dari nilai indikator yang tinggi untuk dimensi kemasyarakatan, yaitu 15. Penjelasannya masih sama, bahwa isu kemasyarakatan adalah isu yang sangat *friendly* dan sangat ampuh untuk pencitraan perusahaan. Di sisi lain, pengangkatan isu kemasyarakatan ini juga merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus konsumen dan juga pelanggannya (calon pelanggan). Di sini terlihat bahwa sebenarnya di balik niatan perusahaan mengungkapkan CSR, ada harapan bahwa dengan pengungkapan CSR perusahaan akan mendapatkan pelanggan baru.

Hal yang menarik adalah bahwa dimensi ekonomi menduduki urutan kedua dalam pengungkapan indikatornya. Hal ini dapat dipahami mengingat isu ekonomi mendapatkan respon yang sangat intens oleh perusahaan, sehingga menjadikan perusahaan dengan mudah dapat menyajikannya dalam laporan CSRnya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil statistik deskriptif diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Tingkat partisipasi perusahaan dalam praktik pengungkapan CSR masih rendah. Hal ini ditunjukkan dari data bahwa hanya 116 perusahaan dari 342 perusahaan, yang menyajikan laporan CSR.
2. Rendahnya porsi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Fakta menunjukkan bahwa baik secara kuantitas maupun proporsi penggunaan media laporan tahunan untuk mengungkap praktik CSR masih minim.
3. Perusahaan memilih untuk mengangkat tema kemasyarakatan dalam pengungkapan CSR. Disusul kemudian isu ketenagakerjaan dan lingkungan. Ketiga isu tersebut dinilai lebih efektif dalam mencitrakan perusahaan dalam kegiatan CSR.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini telah memberikan temuan positif bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini sebaiknya perusahaan mempertimbangkan untuk melengkapi laporan CSRnya sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan. Jika tidak, maka laporan CSR akan tidak bermakna. Karena laporan ini dinilai penting

sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap stakeholdernya dan juga terkait erat dengan keberlangsungan perusahaan.

2. Pihak-pihak yang berkepentingan lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pihak yang berkepentingan khususnya Pemerintah, Bapepam dan IAI dalam merumuskan kebijakan, peraturan dan standar yang berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan- perusahaan di Indonesia, baik yang telah go publik maupun belum.

Keterbatasan Penelitian

Kelemahan/keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Penyusunan daftar pengungkapan sosial cenderung bersifat subyektif dan memungkinkan terlewatnya item-item tertentu yang seharusnya diungkap oleh perusahaan.
2. Terdapat beragam tema pengungkapan CSR yang disusun oleh perusahaan, misalnya lingkungan, kepedulian sosial, atau pengembangan wilayah. Tema tersebut merupakan fokus dari kegiatan CSR perusahaan. Sedangkan indikator yang dipakai dalam penelitian ini mencakup berbagai aspek kepedulian. Dengan demikian, sulit membedakan kualitas pengungkapan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.
3. Penelitian ini hanya membatasi pada sisi pengungkapan sosial, bukan pada aktifitas sosial. Bilamana perusahaan tidak memanfaatkan laporan tahunan untuk menjelaskan seluruh aktivitas selama tahun pelaporan, akan muncul kesenjangan antara aktivitas sosial dengan pengungkapan sosial. Akibatnya laporan tahunan gagal menjelaskan seluruh aktivitas sosial perusahaan.

Saran untuk Penelitian Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan referensi dalam penelitian berikutnya. Adapun instrumen yang perlu ditambahkan dalam penelitian selanjutnya adalah jumlah objek penelitian, periode pengamatan lebih diperpanjang, dan item pengungkapan sosial sebaiknya lebih disempurnakan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, C.; W., Hill.; C., Roberts. (1998). Corporate Social Reporting Practices in Western Europe. *British Accounting Review*, 30(1), 1-21.
- Angraini, F. (2006). *Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 9, Universitas Andalas, Padang.
- Ardiansyah, R. (2002). Pengaruh Pengumuman Saham Bonus Terhadap Volume Perdagangan Saham. *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, 2(2).
- Baron, D. (2005). *Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship*. Research Paper No. 1916, Stanford Graduate School of Business.
- Belkaoui, A. (2006). *Accounting Theory*. Fifth Edition. Thomson Learning, Singapore. Diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto: Teori Akuntansi. Buku Satu, Edisi Kelima. Salemba Empat, Jakarta.
- Belkaoui, A.; P., Karpik. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 2(1), 36-51.
- Capaldi, N. (2005). Corporate Social Responsibility And The Bottom Line. *International Journal of Social Economics*, 32(5), 408-423.

- Cetindamar, D.; K., Husoy. (2007). Corporate Social Responsibility Practices And Environmentally Responsible Behavior: The Case Of The United Nations Global Compact. *Journal Of Business Ethics*, 76, 163–176.
- Cooper, D.R.; C.W., Emory, (1996). *Business Research Methods*. 5th Edition, Richard D. Irwin, Inc., USA.
- Cooper, C.; P., Taylor.; N., Smith.; L., Catchpowle. (2004). A Discussion of the Political Potential of Social Accounting, *Critical Perspectives on Accounting*, xxx, 1-24.
- Darmawati, D. (2006). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Faktor Regulasi Terhadap Kualitas Implementasi Corporate*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 9, Universitas Andalas, Padang.
- Djarmiko, H. (2006, 11 Januari). Saatnya Menabur. *Majalah SWA*, 26(XXI/19).
- Frankental, P. (2001). Corporate Social Responsibility - A PR Invention?. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 18-23.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Global Reporting Initiatives. (2006). *Sustainability Reporting Guidelines*. GRI, CERES Boston.
- Gray, R.; R., Kouhy.; S., Lavers. (1995). Corporate Social And Environmental Reporting: A Review of The Literature and A Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Gray, R.; M., Javad.; M., David. (2001). Social And Environmental Disclosure, and Corporate Characteristic: A Research Note and Extension, *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 28(3), 327-356.
- Hackston, D.; M., Milne. (1996). Some Determinants of Social And Environmental Disclosures In New Zealand Companies. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 9(1), 77-108.
- Hartono, J. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi 3. BPFE UGM, Yogyakarta.
- (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2003/2004, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Hendriksen, E. (1998). *Accounting Theory*. Fifth Edition. Diterjemahkan oleh Herman Wibowo: Teori Akunting. Buku Satu, Edisi Kelima. Interaksara, Batam.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2002). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Indra, D. (2008). *Respon Investor Terhadap Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Kasus Pada Perusahaan Pemenang CSR Award yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*. Unpublished Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Univeritas Brawijaya, Malang.
- Indriantoro, N.; B., Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE UGM, Yogyakarta .
- Jensen, M.; Meckling. (1976). The Agency Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Awnership Structure. *Journal of Financial Economic*, 3(4).
- Lopez, M.; A., Garcia., L., Rodriguez. (2007). Sustainable Development And Corporate Performance: A Study Based On The Dow Jones Sustainability Index. *Journal of Business Ethics*, 75, 285–300.
- Machfoedz, M. (1994). Financial Ratio Analysis and The Prediction of Earnings Changes in Indonesia. *Kelola: Gajah Mada University Business Review*, 7/III.
- Martono, C. (2002). Analisis Pengaruh Profitabilitas Industri, Rasio Leverage Keuangan Tertimbang Dan Intensitas Modal Tertimbang Serta Pangsa Pasar Terhadap “ROA” dan “ROE” Perusahaan Manufaktur Yang Go- Public di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 4(2), 126-140.
- Pambudi, T. (2006a, 11 Januari). Perjalanan Si Konsep Seksi. *Majalah SWA*, 26(XXI/19), 44-45.

- . (2006b, 11 Januari). Reporting, Sukarela tapi Bernilai. *Majalah SWA*, 26(XXI/19), 46-47.
- Pratiwi, S.; A., Djahhuri. (2004). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik-praktik Pengungkapan Sosial: Studi pada Perusahaan-perusahaan High-Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *TEMA*, 5(1).
- Purwati, I. (2001). *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Terhadap Reaksi Investor*. Unpublished Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Univeritas Brawijaya, Malang.
- Rakhmad, B. (2006). *Analisis Perbedaan Harga Dan Volume Saham Sebelum Dan Sesudah Pengumuman Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA) 2005 (Studi Kasus Pada Empat Perusahaan Pemenang Award*. Unpublished Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Univeritas Brawijaya, Malang.
- Rashid, A.; S., Ibrahim. (2002). Executive And Management Attitudes Towards Corporate Social Responsibility In Malaysia. *Corporate Governance*, 2(4), 10-16.
- Rasmiati. (2002). *Hubungan Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan Dengan Volume Penjualan Saham: Studi Kasus Pada Perusahaan High-Profile di BEJ*. Unpublished Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Univeritas Merdeka, Malang.
- Robert, R. (1992). Determinant of Social Corporate Disclosure: An Application of Stakeholder Theory”, *Accounting, Organizations, and Society*, 17(6).
- Rute, A.; F., David.; D., Crowther. (2005). Corporate Social Responsibility In Portugal: Empirical Evidence of Corporate Behaviour. *Corporate Governance*, 5(5), 3-18.
- Sallyanne, D. (2004). Corporate Social Responsibility And Structural Change In Financial Services. *Managerial Auditing Journal*, 19(6), 712-728.
- Sembiring, E. (2003). *Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 6, Universitas Airlangga, Surabaya.
- . (2005). *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 8, Universitas Negeri Sebelas Maret, Solo.
- Simanjuntak, B.; L., Widiastuti. (2004). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 7(3).
- Utomo, M. (2000). *Praktik Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia: Studi Perbandingan antara Perusahaan-perusahaan High-Profile dan Low-Profile*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 3.
- Wibisomo, F. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing, Gresik.
- Zuhroh, D.; I., Sukmawati. (2003). *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus Pada Perusahaan-perusahaan High Profile di BEJ)*. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi 6, Universitas Airlangga, Surabaya.