

MONOGRAPH

**CORPORATE
SOCIAL
RESPONSIBILITY**

Namira Ufrida Rahmi,SE.,M.Si

CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY

Penulis

Namira Ufrida Rahmi,SE.,M.Si

Editor

Widya Sari,SE.,M.Si

ISBN

Desain Cover

Mikha Vivia Crisia

Penerbit

Unpri Press

ANGGOTA IKAPI

Redaksi

Jl. Sampul No.4

Cetakan Pertama

Hak Cipta di lindungi Undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin dari penerbit

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kemudahan sehingga buku monograf *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini telah di selesaikan sesuai dengan waktunya. Buku monograf ini di susun sebagai panduan bagi mahasiswa untuk lebih memahami mengenai topik CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengimplementasikan *Good Corporate Governance (GCG)*.

Buku Monograf ini bertujuan agar para pembaca memahami berbagai indikator dari menilai suatu CSR. Buku Monograf ini dapat digunakan di dalam pembelajaran beberapa mata kuliah seperti Akuntansi Manajemen dan Tata Kelola Manajemen. Akhir kata, atas terbitnya buku monograf *Corporate Social Responsibility*, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan banyak arahan dan saran khususnya pada Universitas Prima Indonesia yang telah memberikan dukungan dalam penerbitan buku monograf ini. Semoga karya ini bias memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan di dunia pendidikan.

Medan, Maret 2022

Penulis

Namira Ufrida Rahmi

Daftar Isi

BAB I CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	1
1.1. KESADARAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	7
1.2. PERATURAN PEMERINTAH MENGENAI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i>	14
1.2.1. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas	16
1.2.2. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanam Modal	17
1.2.3. Peraturan Pemerintah tentang Kewajiban BUMN melaksanakan <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
1.2.4. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas ...	19
1.2.5. Undang-Undang No. 13 Tahun 2011 tentang Penanganan	

Masyarakat dengan Peerekonomian Rendah	20
1.2.6. Undang-Undang Minyak Gas dan Gas Bumi	
No.22 Tahun 2001	20
1.2.7. Keputusan Presiden Nomor 92 Tahun 1996	20
1.3. Manfaat Pelaksanaan Corporate Social Responsibility	
Bagi Perusahaan, Masyarakat dan Pemerintah	21
1.3.1. Manfaat CSR Bagi Perusahaan	21
1.3.2. Manfaat CSR Bagi Masyarakat	30
1.3.3. Manfaat CSR Bagi Pemerintah	33

BAB II KONSEP CORPORATE SOCIAL

RESPONSIBILITY	35
2.1. Definisi Corporate Social Responsibility	35
2.2. Ruang Lingkup CSR	44
2.3. Model-Model CSR	48
2.4. Implementasi CSR	49

BAB III PENGUKURAN CORPORATE

SOCIAL RESPONSIBILITY.....	54
3.1 Penilaian Dengan Menghitung Opportunity Cost Approach ...	54
3.2 Penilaian Menurut GRI (Global Reporting Initiative)	61
3.3 Penilaian Menurut ISO 26000	71
3.4 Penilaian Menurut PROPER	72

BAB IV ANALISA PENGARUH *GOOD*

***CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP**

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA**

PERUSAHAAN TRANSPORTASI DI

INDONESIA	78
4.1. Latar Belakang	78
4.2. Rumusan Masalah	81

4.3. Landasan Teori
81

4.4. Metode Penelitian
82

4.5. Hasil Penelitian
83

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian
93

4.8. Kesimpulan 95

DAFTAR PUSTAKA
96

BAB I

**KESADARAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY**

1.1. Kesadaran perusahaan terhadap corporate social responsibility

Indonesia merupakan negara berkembang yang memerlukan banyak dukungan untuk menjadikan negara Indonesia menjadi sebuah negara yang maju. Maka dari itu, pemerintah dan para pengusaha serta masyarakat harus saling membantu dalam kontribusi pembangunan perekonomian Indonesia.. Dalam hal ini, dunia usaha dapat berperan penting dalam sistem perekonomian dengan cara ikut serta ataupun membuat kegiatan yang dapat mengembangkan lingkungan, meningkatkan dan membangunkan perekonomian serta kesejahteraan kehidupan masyarakat agar lebih baik lagi atau dapat disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah paham yang memuat komitmen perusahaan untuk ikut serta dan bertanggung jawab dalam membuat program menjaga lingkungan dan kelompok masyarakat setempat. Bentuk program *Corporate Social Responsibility* yang sering diwujudkan di Indonesia yaitu terkait dengan aktivitas dibidang pendidikan dan kesehatan, seperti penyediaan peralatan pendidikan, peralatan kesehatan, air bersih, beasiswa dan lain sebagainya.

Perkembangan pemikiran tentang *Corporate Social*

Responsibility mulai muncul saat masyarakat dunia mulai pulih dari dampak Perang Dunia Kedua dan negara di dunia mulai memikirkan pembangunan nasionalnya, yaitu tepatnya pada Tahun 1950-an. Selanjutnya pada tahun 1953, Bowen mulai memperkenalkan konsep tanggung jawab sosial melalui seminar mengenai tanggung jawab sosial pengusaha. Peristiwa *Earth Summit*, yaitu pada Tahun 1992 di Rio de Janeiro, Brazil, menjelaskan tentang konsep pembangunan berkelanjutan atau dinamakan dengan *sustainable development*. Konsep ini menjelaskan tentang pembangunan berkelanjutan harus dilaksanakan berdasarkan pada penjagaan lingkungan, pembangunan ekonomi dan pembangunan sosial.

Konsep *Corporate Social Responsibility* juga dikemukakan oleh John Elkington dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business* 1998. Buku ini menjelaskan konsep “3P” yaitu : *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan). Konsep ini menjelaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh hanya mementingkan keuntungan perusahaan, tetapi ikut berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat dan menjaga lingkungan sekitar.

Tanggung jawab sosial (CSR) mulai dikenal secara luas setelah diadakannya pertemuan pada Tahun 2002 di Johannesburg, Afrika Selatan. Pertemuan ini membahas konsep pembangunan

berkesinambungan (*World summit and Sustainable Development*), dimana konsep ekonomi dan kelestarian lingkungan menjadi dasar diberlakukannya sertifikat ISO 26000 mengenai *Guidance of Social Responsibility* pada tahun 2010.

Corporate Social Responsibility muncul di Indonesia sejak pemerintahan dikendalikan pada masa Rezim Orde Baru, pembangunan nasional menjadi sistematis dan terancang secara jangka panjang di Indonesia. Namun, berakhirnya pemerintahan Orde Baru pada tahun 1988 menjadikan pembangunan ekonomi menjadi satu-satunya aspek yang dijadikan sebagai ukuran keberhasilan pembangunan nasional. Akibat dari pembangunan ekonomi sebagai indikator utama untuk mencapai keberhasilan pembangunan nasional, maka kurang diperhatikannya masalah-masalah yang terjadi di lingkungan ataupun masalah-masalah sosial (Siagian & Suriadi, 2020 : 37). Dari sini kita mengetahui bahwa pemerintah mengistimewakan para pelaku usaha karena dianggap dapat memenuhi kebutuhan masyarakat serta meningkatkan pembangunan nasional. Hal inilah yang dapat membuat kesenjangan di lingkungan sosial, dimana masyarakat merasa dirugikan atas eksploitasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Masyarakat pun melakukan protes terhadap aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku usaha sehingga melakukan musyawarah dengan pelaku usaha dan

pemerintah. Perusahaan multi nasional yang tertarik untuk menanam modalnya di Indonesia dan melakukan aktivitas ekonominya di Indonesia juga menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia, perusahaan multi nasional juga sebagai katalisator yang mengimplementasikan program tanggung jawab sosial di Indonesia (Siagian & Suriadi, 2020 : 41). Akibat dari eksploitasi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dilakukan oleh pelaku usaha, masyarakat dan komunitas ataupun lembaga-lembaga swadaya masyarakat mulai berani untuk meminta agar hubungan pelaku usaha dan lingkungan sosial dapat saling menguntungkan di masa depan, maka dari itu tanggung jawab sosial digiring ke ranah hukum atau yuridis.

Perundang-undangan yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 menyatakan bahwa pihak perseroan wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan juga lingkungannya, serta jika perusahaan tersebut tidak melaksanakannya maka akan diberikan sanksi sesuai dengan peraturan perundangundangan. CSR atau tanggung jawab sosial yang dibebankan kepada perusahaan adalah suatu program kepedulian dari perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, yang

diharapkan kontribusi tersebut dapat memberikan dorongan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Hal tentang perusahaan harus melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga terdapat didalam UU RI No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa setiap pelaku/pihak yang menanamkan modalnya harus melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menyatakan bahwa perusahaan yang tidak menjalankan kewajibannya dalam tanggung jawab sosial dapat dikenakan sanksi hukuman bersifat administrasi berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha atau pencabutan kegiatan usaha. Adanya sanksi yang ini membuat negara Indonesia menjadi s negara yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan CSR, Sedangkan *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan Amerika merupakan suatu tindakan yang bersifat sukarela dan kesadaran perusahaan sendiri untuk menjaga kelangsungan lingkungan sekitarnya.

Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang menjelaskan bahwa tanggung jawab perusahaan adalah melanjutkan komitmen sebagai bisnis yang bermoral, berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan meningkatkan kualitas kehidupan dari tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat setempat.

Bahkan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga ditekankan bagi perusahaan milik negara, hal ini terdapat pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003, pasal 2 yang menyatakan bahwa BUMN harus ikut serta untuk memberikan bimbingan dan kontribusi kepada perusahaan lemah, masyarakat dan koperasi. Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep-236/MBU.23, menyatakan bahwa BUMN berperan dalam program pengembangan lingkungan dan Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE433/MBU/2003 yang menyatakan bahwa BUMN berperan dalam mengelola program pembinaan lingkungan.

Contoh program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu PT. Nestlé Indonesia, Tbk yang melakukan program CSR dalam bentuk *Nestlé Healthy Kids* yang berfokus kepada penyediaan pendidikan yang komprehensif mengenai gizi, kebersihan diri dan lingkungan serta aktivitas fisik untuk murid sekolah dasar, melakukan program penghijauan hutan, pengelolaan air, program biogas, program air gas dan sanitasi, pembangunan pedesaan dan lain sebagainya (Haryanto and Ivana 2015), PT. Holcim Indonesia, Tbk yang membuat program pemberdayaan posdaya yang dilaksanakan di Kabupaten Cilacap dengan memberikan pendampingan dan pelatihan serta kebutuhan pelaksanaan program (Novita and Iriani 2016). Tidak hanya

perusahaan multi nasional saja yang melakukan tanggung jawab sosial tetapi perusahaan milik negara juga melakukannya, seperti membuat program pembangunan Balkondes (Balai Ekonomi Desa) di Kecamatan Borobudur, dengan mengajak 20 BUMN sebagai sponsor (Filia and Alfirdaus 2020), PT. Pertamina EP field Sanga-Sanga di Desa SariJaya, yang membuat program usaha pembinaan kepada kelompok Karang Taruna di Desa Sarijaya berbasis pengembangan perekonomian yang mandiri pasca kebergantungan pada dunia pertambangan di Sarijaya (Pranoto and Yusuf 2016).

Tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan akan menghasilkan citra positif baik di mata masyarakat, investor, kreditur maupun pemerintah. Para investor asing yang sudah biasa menerapkan CSR, akan memilih perusahaan di Indonesia yang melaksanakan CSR dengan baik untuk berinvestasi. Melaksanakan CSR di perusahaan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatnya nilai perusahaan (Karina and Setiadi 2020). Meningkatnya nilai perusahaan akan mengundang para calon investor untuk berinvestasi di perusahaan, sehingga CSR tidak mengurangi laba perusahaan tetapi justru merupakan laba jangka panjang bagi perusahaan.

Selain faktor keuntungan yang akan didapatkan perusahaan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial, sanksi yang akan

didapatkan perusahaan jika tidak melakukan tanggung jawab sosial juga merupakan salah satu faktor perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*.

1.2. PERATURAN PEMERINTAH MENGENAI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Aktivitas operasional perusahaan yang memiliki dampak buruk terhadap sumber daya alam dan sumber daya manusia menjadi perhatian dari berbagai kalangan. Masyarakat dan lembaga-lembaga swadaya masyarakat yang berjumlah banyak mulai berani protes akibat dari eksploitasi yang dilakukan perusahaan. Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat setempat. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial bertujuan untuk selalu menciptakan hubungan perusahaan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat (Untung, 2015). Hal ini dilakukan perusahaan agar aktivitas operasional yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya hambatan atau ancaman dari pihak luar.

Dalam proses perencanaan dan pembahasan untuk membuat peraturan perundang-undangan yang memuat tentang aturan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan

oleh perusahaan menjadi sebuah polemik, karena ada pihak yang berpendapat bahwa tanggung jawab sosial merupakan kegiatan yang dilaksanakan atas dasar kewajiban moral yang berada pada ranah etika, sedangkan pihak lain berpendapat bahwa tanggung jawab sosial hanya akan berjalan jika dijadikan sebagai kewajiban hukum yang dapat memberikan sanksi bagi perusahaan yang mengabaikannya (Siagian & Suriadi, 2020 : 45).

Kegiatan bisnis atau perusahaan yang ada di Indonesia seharusnya dapat mendukung pemerintah dalam kepentingan ekonomi yaitu dalam hal pembangunan nasional (Putra, 2015: 25). Maka dari itu pemerintah harus paham dan peduli terhadap implementasi program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu agar dapat membantu pembangunan nasional. Upaya pemerintah dalam membuat peraturan perundang-undangan mengenai CSR sudah dilakukan mulai tahun 1994 yaitu dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.316/KMK 016/1994 tentang Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara. Keputusan ini berisikan tentang kewajiban BUMN untuk menyisihkan laba yang dihasilkan perusahaan untuk ikut serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Namun sekarang ini, kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial tidak lagi hanya dibebankan kepada BUMN saja, melainkan kepada setiap perusahaan atau penanam modal. Berikut ini akan dijelaskan beberapa peraturan perundang-undangan mengenai *Corporate Social Responsibility* yang diharapkan melalui peraturan ini dapat membantu pelaksanaan program CSR yang baik dan berkelanjutan, sehingga dapat membantu pembangunan nasional di Indonesia.

1.2.1. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Dalam undang-undang ini terdapat 3 ayat, yaitu : 1). Perusahaan yang menjalankan aktivitas perusahaannya berkaitan dengan bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam , wajib melaksanakan program tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan; 2). Menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat setempat merupakan kewajiban perusahaan yang diperuntukkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran ; 3). Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosialnya akan dikenai hukuman sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan

adalah dikenai segala bentuk sanksi yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait (Pasal 74).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penerapan CSR pada perusahaan dipengaruhi oleh usia perusahaan, jenis industry, ukuran perusahaan, permintaan karyawan, kebijakan pemerintah, budaya organisasi, dan permintaan pelanggan (Ningrum et al. 2020). Diharapkan tanggung jawab sosial ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan langsung dalam memberikan dampak negatif pada sumber daya alam, tetapi pada perusahaan dibidang lain juga.

1.2.2. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanam Modal

Dalam Pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan ; Pasal 17 menyatakan bahwa penanam modal yang memanfaatkan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui wajib menyediakan biaya secara bertahap untuk pemulihan lingkungan. Penanam modal di Indonesia tentu akan melihat bagaimana potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada pada perusahaan sebelum melakukan investasi. Untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup dan keamanan dalam melakukan investasi, maka dari itu pemerintah

membuat undang-undang agar para investor juga memperhatikan dan menjaga lingkungan dan masyarakat setempat.

Sanksi- sanksi yang dikenakan jika perusahaan tidak melaksanakan kewajiban program tanggung jawab sosial terdapat pada Pasal 34 , yaitu :

1. Badan usaha atau perusahaan yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dalam pasal 15 dapat dikenai sanksi administrasi berupa :
 - a) Peringatan tertulis ;
 - b) Pembatasan kegiatan usaha ;
 - c) Pembekuan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal;
 - d) Pencabutan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal.
2. Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Kepedulian pemerintah terhadap lingkungan dan masyarakat membuat pemerintah mewajibkan penanam modal melaksanakan prinsip tanggung jawab sosial ini. Sehingga, para investor yang sudah terbiasa untuk melaksanakan prinsip tanggung jawab sosial akan memilih perusahaan yang bagus pula dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial untuk melakukan investasi.

1.2.3. Peraturan Pemerintah tentang Kewajiban BUMN melaksanakan *Corporate Social Responsibility*

Terdapat beberapa peraturan pemerintah yang mengatur tentang kewajiban pelaksanaan CSR pada Badan Usaha Milik Negara, yaitu :

1. Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2003, pasal 2 (e) menyatakan bahwa BUMN harus terlibat aktif memberikan bimbingan dan kontribusi kepada perusahaan lemah, koperasi dan masyarakat ;
2. Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep- 236/ MBU. 2003, mewajibkan BUMN untuk mengimplementasikan program kerjasama dan program pengembangan lingkungan ;
3. Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE-433/ MBU/ 2003, menyatakan bahwa BUMN diwajibkan membentuk bagian tersendiri yang secara khusus mengelola program pembinaan lingkungan ;

4. Keputusan Menteri BUMN Per-05/MBU/ 2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL memiliki 2 program, yaitu program penguatan usaha kecil dengan memberikan pinjaman dana bergulir dan pendampingan, serta pemberdayaan sosial kepada masyarakat menggunakan laba BUMN untuk menjalankan programnya.

1.2.4. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007. Dimana peraturan ini menjelaskan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan adalah ikut serta dalam meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya serta masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga perusahaan dapat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi.

1.2.5. Undang-Undang No. 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Masyarakat dengan Peerekonomian Rendah

Undang-Undang ini sesungguhnya membahas secara spesifik peran dan fungsi perusahaan dalam menangani masyarakat ekonomi rendah, namun terdapat penjelasan pada Pasal 36 ayat 1, 2 dan 3 yang menjelaskan bahwa perusahaan perseroan menyisihkan dana untuk dipakai sebagai sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin. Dimana dana tersebut sebesar-besarnya dipakai untuk penanganan

fakir miskin untuk mengembangkan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab sosial terhadap fakir miskin.

1.2.6. Undang-Undang Minyak Gas dan Gas Bumi No.22 Tahun 2001

Peraturan ini diperuntukkan bagi perusahaan yang beroperasi dibidang minyak dan gas. Dalam Pasal 11 ayat (3) huruf p menjelaskan bahwa perusahaan harus memuat ketentuan-ketentuan pokok yang tertera pada ayat (1) , yaitu pengembangan masyarakat sekitar perusahaan dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

1.2.7. Keputusan Presiden Nomor 92 Tahun 1996

Dalam peraturan ini menyatakan bahwa wajib pajak organisasi ataupun wajib pajak orang pribadi wajib memberikan kontribusi untuk memperdayakan keluarga yang belum sejahtera sebanyak dua persen dari keuntungan setelah pajak penghasilan dalam satu tahun.

1.3. Manfaat Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Bagi Perusahaan, Masyarakat dan Pemerintah

Corporate Social Responsibility adalah suatu komitmen yang dilakukan perusahaan untuk membantu meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Namun dalam praktiknya pelaksanaan program tanggung jawab sosial ini memiliki dampak bagi

perusahaan dan masyarakat. Berikut ini dijelaskan manfaat apa yang didapatkan oleh masyarakat dan perusahaan dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial.

1.3.1. Manfaat CSR Bagi Perusahaan

Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada suatu perusahaan memiliki manfaat yang besar tidak hanya bagi masyarakat melainkan kepada perusahaan itu sendiri, pelaksanaan CSR membuat masyarakat memberikan dukungan penuh pada perusahaan serta turut mempromosikan perusahaan tersebut sehingga dapat membangun kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan (Sri Ardani and Mahyuni 2020).

Menurut A.B Susanto (dalam Putra, 2015:23) menjelaskan ada beberapa manfaat yang akan didapatkan oleh perusahaan yang menerapkan pelaksanaan CSR, yaitu :

- a) Mengurangi risiko dan tuduhan atas perbuatan yang tidak pantas terhadap perusahaan ;
- b) CSR akan melindungi perusahaan dan membantu dalam meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis ;
- c) Munculnya keterlibatan dan kebanggaan karyawan pada perusahaan yang memiliki reputasi baik

- d) CSR yang dilaksanakan dengan konsisten akan memperbaiki dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan *stakeholder*-nya;
- e) Meningkatkan penjualan perusahaan, dikarenakan konsumen akan lebih menyukai perusahaan yang melaksanakan CSR dengan konsisten dan memiliki reputasi yang baik untuk membeli sebuah produk.

Menurut Wahyuningrum (dalam Herman, 2018:268) kegiatan CSR merupakan investasi sosial, dimana investasi sosial ini akan memberikan manfaat kepada perusahaan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh
- b. Meningkatkan akuntabilitas,assessment dan komunitas investasi
- c. Mendorong komitmen karyawan terhadap perusahaan

Perkembangan perekonomian membuat perusahaan harus meningkatkan kualitas efisiensi dan inovatif dalam memperkenalkan dan mempromosikan sebuah produk, untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan meningkatkan kualitas produk dari persaingan bisnis maka perusahaan perlu memperhatikan lingkungan dan masyarakat setempat dengan melakukan CSR, pelaksanaan kegiatan CSR ini

akan memberikan dampak positif kepada perusahaan seperti meningkatnya reputasi perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Kadek and Bayu 2015).

Pihak lain, menurut Nurjanah, Wirman, and Yazid (2017) menyatakan bahwa program CSR yang dilaksanakan perusahaan akan menguntungkan perusahaan secara *non finansial* berupa “Memperkuat Reputasi Perusahaan”, yaitu :

- 1) Kepercayaan Untuk suatu bangunan kepercayaan yang kokok dibutuhkan prinsip-prinsip kode etik, transparansi, keterbukaan, proses bisnis yang beretika dan mekanisme audit. Kemudian harus ada suplemen agar kepercayaan itu menjadi strategi berbisnis yang berkesinambungan. Suplemen itu melibatkan proses pembentukan kepercayaan dengan stakeholders.
- 2) Kredibilitas Reputasi perusahaan akan semakin berkembang melalui kerja keras dalam menjaga serta meningkatkan kredibilitas. Area kredibilitas tersebut mencakup kredibilitas finansial, kredibilitas sosial, kredibilitas lingkungan. Pengetahuan dan kompetensi serta kepemimpinan. Kunci-kunci ini yang harus dijalani perusahaan menuju proses masif peningkatan reputasi perusahaan.

- 3) Tanggung Jawab Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negatif dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus dilaksanakan perusahaan tanpa syarat apa pun, karena tanggung jawab akan dilihat sebagai suatu sikap yang sangat penting dari penilaian dalam memperkuat reputasi perusahaan.
- 4) Akuntabilitas Akuntabilitas berorientasi untuk memperkuat reputasi perusahaan sebagai skema pelaporan aktivitas CSR kepada stakeholder dan bersifat dua arah.
- 5) Mengelola risiko bisnis secara lebih tanggap dan terperinci Reputasi perusahaan menyangkut stigma bahwa bagaimana risiko suatu bisnis akan dikelola lebih tanggap, detail dan presisi.

Menurut Wibisono (2007) menyatakan beberapa manfaat yang didapatkan perusahaan jika menjalankan CSR, yaitu :

- 1) Perusahaan akan mendapatkan citra yang positif di lingkungan sekitar perusahaan yang akan menguntungkan perusahaan untuk melangsungkan bisnisnya.
- 2) Mempermudah perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan.

- 3) Perusahaan akan mudah untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 4) Pelaksanaan program CSR yang baik akan menjadi manajemen risiko yang dapat membantu pencegahan terjadinya konflik.

Lebih lanjut, menurut Oktina *et al.*, (2020), menyatakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah :

- 1) Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- 2) Meningkatkan citra perusahaan.
- 3) Mengurangi risiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- 5) Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 6) Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital).
- 7) Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- 8) Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (risk management).

Lebih jelasnya, menurut Pratiwi (dalam Mardikianto 2018: 138) menjelaskan beberapa manfaat bagi perusahaan, yaitu :

a) Meningkatkan Citra Perusahaan

Perusahaan yang melakukan CSR akan membuat konsumen mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi perusahaan.

b) Perusahaan sebagai Memperkuat “Brand” perusahaan

Melalui kegiatan memberikan produk secara gratis kepada masyarakat, akan membuat kesadaran pada konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga memperkenalkan brand lebih luas lagi.

c) Mengembangkan Kerja sama dengan para pemangku kepentingan

Dalam menjalankan program CSR dibutuhkan dukungan pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan akan memiliki hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan.

d) Membedakan Perusahaan dengan pesaing lainnya

Pelaksanaan CSR yang dilakukan perusahaan memiliki kesempatan untuk menunjukkan

keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang lain.

- e) Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang baik dan tepat akan membuat perusahaan memerlukan kreativitas sehingga dapat memicu inovasi dalam perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

- f) Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan

Para investor kini telah mempertimbangkan untuk melakukan investasi kepada perusahaan yang telah melakukan CSR. Penyedia dana atau kreditur juga telah memprioritaskan pemberian bantuan dana kepada perusahaan yang melakukan CSR.

- g) Meningkatkan harga saham

Perusahaan yang sudah konsisten dalam melaksanakan program CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya akan membuat para pemangku kepentingan akan lebih mengenal perusahaan, sehingga permintaan saham perusahaan akan naik dan harga saham juga akan ikut meningkat.

- h) Keuntungan CSR bagi perusahaan, layak mendapatkan *social license to operate*

Ketika masyarakat merasakan manfaat dari pelaksanaan CSR yang dilakukan perusahaan, maka masyarakat sekitar akan merasa bagian dari perusahaan tersebut. Sehingga masyarakat akan mendukung proses operasional perusahaan dengan memberikan keleluasan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya di wilayah tersebut.

- i) Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan
CSR yang dilakukan perusahaan juga sebagai langkah *preventif* untuk mencegah memburuknya hubungan perusahaan dengan *stakeholders*-nya. Mengingat biaya untuk memperbaiki hubungan dengan stakeholders yang terlibat masalah akan lebih banyak dibandingkan dengan biaya pelaksanaan program CSR.
- j) Melebarkan Akses Sumber Daya
Memiliki riwayat yang baik selama melaksanakan program CSR akan memiliki keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu melancarkan proses untuk mendapatkan sumber daya yang diperlukan perusahaan.
- k) Membentangkan Akses Menuju Market
Investasi yang dilakukan perusahaan untuk program CSR akan mempermudah perusahaan menempuh

peluang yang lebih besar. Termasuk memperhatikan dan menjaga loyalitas konsumen dan mencapai pangsa pasar baru.

l) Mereduksi Biaya

Program CSR banyak sekali yang dapat membantu perusahaan untuk menghemat biaya, seperti program CSR untuk menjaga lingkungan dengan melakukan daur ulang limbah untuk dipakai kembali dalam proses produksi.

m) Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder

Pelaksanaan program CSR akan membantu peningkatan intensitas komunikasi perusahaan dengan *stakeholder*, komunikasi ini akan meningkatkan kepercayaan *stakeholders* kepada perusahaan.

n) Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan program CSR biasanya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang bertanggung jawab untuk meningkat kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

o) Meningkatkan Semangat dan Produktivitas Karyawan

Karyawan yang bangga terhadap perusahaan akan kebaikan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan melalui program pelaksanaan program

CSR akan meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja.

p) Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku CSR sekarang akan menambah peluang perusahaan untuk mendapatkan award lagi.

1.3.2. Manfaat CSR Bagi Masyarakat

Kegiatan bisnis suatu perusahaan akan memiliki dampak bagi lingkungan dan masyarakat setempat. Dampak tersebut dapat berupa masalah bagi masyarakat, seperti terjadinya polusi akibat aktivitas operasional perusahaan, adanya ketidakbebasan masyarakat dalam beraktivitas. Maka dari itu perusahaan harus memberikan manfaat yang signifikan kepada masyarakat dan lingkungan setempat, agar hubungan perusahaan dan masyarakat menjadi seimbang dan dapat terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Tanggung jawab sosial adalah komitmen dari pelaku usaha untuk memberikan perhatian terhadap kesejahteraan karyawannya dan bertindak adil terhadap berbagai pihak yang terkait dengan aktivitasnya, serta dengan ikhlas menyisihkan sebagian dari hasil usahanya untuk membiayai dan secara langsung atau tidak langsung

melakukan program-program yang bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat sebagai pemangku kepentingan utama perusahaan yang dikelola, perusahaan dapat melakukan program atau unit-unit aktivitas pemberdayaan masyarakat untuk mewujudkan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Siagian & Suriadi, 2020 : 148).

Menurut Apriyadi and Yudia Winata (2019) menyatakan bahwa maju tidaknya perekonomian di suatu wilayah dapat dilihat dari seberapa besarnya jumlah masyarakat yang pengangguran dan pekerjaan masyarakatnya. Dalam hal ini, perusahaan sering melakukan kegiatan tanggung jawab sosialnya dengan memperdayakan masyarakat setempat yang diharapkan masyarakat dapat lebih mandiri dalam pengembangan dan peningkatan taraf hidupnya.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Reban and Fachruddin (2019) menyatakan bahwa program CSR bermanfaat bagi lingkungan sekitar perusahaan karena dapat mendukung kegiatan-kegiatan yang dapat memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan dan dengan adanya program CSR semoga dapat juga membantu mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Hal ini sejalan dengan Herman (2018) yang menyatakan bahwa ada beberapa manfaat pelaksanaan CSR bagi masyarakat yaitu diantaranya adalah Peluang penciptaan kesempatan

kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan, Pendanaan investasi komunitas dalam pengembangan infrastruktur, Keahlian komersial (keahlian ber laba).

Menurut Clark (dalam Mardikanto 2018 : 134), menyimpulkan bahwa manfaat yang akan didapatkan oleh masyarakat atas pelaksanaan CSR yang dilakukan perusahaan yaitu :

- 1) Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan
- 2) Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur
- 3) Keahlian komersial
- 4) Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat
- 5) Representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas

Pihak lain, Pranoto and Yusuf (2016) menyatakan bahwa tanggapan dan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR menjadi penentu utama dari indeks keberhasilan program, terutama pada program yang berbasis pengembangan ekonomi mandiri dan pemberdayaan masyarakat. Berjalannya suatu program CSR yang dilakukan perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) harus mendapat dukungan dari masyarakat dan juga pemerintah. Hal ini

juga didukung oleh Reban and Fachruddin (2019) yang menyatakan bahwa pelaksanaan program CSR oleh perusahaan agar tepat sasaran dan sesuai dengan keinginan dan tujuan untuk pembangunan yang menyejahterakan masyarakat maka Pemerintah memfasilitasi dalam pelaksanaannya.

1.3.3. Manfaat CSR Bagi Pemerintah

Pemerintah harus mendukung penuh tentang pelaksanaan program-program CSR, karena dengan adanya program CSR ini otomatis telah membantu sedikit banyaknya pemerintah dalam pembangunan dan pemberdayaan masyarakat . Pelaksanaan program CSR yang dilakukan perusahaan akan membantu tugas pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat, seperti program pemberdayaan masyarakat, pemberian beasiswa, memberikan sumbangan untuk pembangunan sarana umum dan lain sebagainya. Menurut Reban and Fachruddin (2019) menyatakan bahwa program CSR dari perusahaan sangat bermanfaat untuk membantu pemerintah dalam pembangunan karena tidak mungkin semua pembiayaan pembangunan daerah dapat dibiayai dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Mengingat bahwa negara Indonesia sangat luas, maka dengan adanya program CSR yang dilaksanakan perusahaan di setiap daerah yang ada di Indonesia akan sangat membanttu pemerintah pusat untuk

menjangkau pembangunan dan mensejahterakan seluruh masyarakat Indonesia.

Menurut Mardikanto (2018) ada beberapa manfaat yang diberikan perusahaan atas kontribusinya dalam melaksanakan program CSR, yaitu dalam bentuk :

1. Dukungan pembiayaan, utamanya karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan.
2. Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan, pendidikan/pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian, dll.), baik yang sudah dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR.
3. Dukungan keahlian, melalui keterlibatan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat.
4. Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR , merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan, dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

BAB II

KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

2.1. Definisi Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan konsep ataupun komitmen berkelanjutan dunia usaha untuk bertindak etis dalam memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Untung, 2015). *Corporate Social Responsibility* mengingatkan perusahaan untuk tidak hanya fokus terhadap keuntungan, melainkan memperhatikan kehidupan masyarakat setempat dan menjaga kelestarian lingkungan.

Definisi CSR sangat banyak dan belum ada kesepakatan para ahli, lembaga resmi maupun penggiat pemberdayaan masyarakat atas definisi CSR yang sama. Berikut ini telah dirangkum perkembangan definisi CSR Menurut Mardikanto (2018:94), yaitu :

Tabel 1. Perkembangan Definisi CSR

Tahun	Nama Penulis	Definisi CSR
1953	Author Bowen	CSR mengacu pada kewajiban pengusaha untuk membuat kebijakan dan

		keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan yang mengarah pada tujuan yang sesuai dengan nilai-nilai masyarakat.
1960	Frederick	Tanggung jawab sosial dalam analisis akhir berimplikasi pada kehendak publik terhadap ekonomi masyarakat dan sumber daya manusia dan kemauan untuk melihat bahwa sumber daya yang digunakan untuk tujuantujuan sosial yang lebih luas dan tidak hanya untuk kepentingan sempit yang dibatasi pada minat pribadi dan perusahaan.

1962	Freidman	Ada satu dan hanya satu tanggung jawab sosial bisnis untuk menggunakan sumber daya dan terlibat dalam kegiatan yang dirancang
------	----------	---

		untuk meningkatkan keuntungan selama mungkin asalkan tetap dalam aturan permainan, yang dapat diterima dalam persaingan terbuka yang bebas dari penipuan dan ketakutan.
--	--	---

1966	Davis and Blomstrom	Karena itu, tanggung jawab sosial mengacu pada kewajiban seseorang untuk mempertimbangkan dampak dari keputusan dan tindakannya pada sistem sosial secara keseluruhan.
------	---------------------	--

1975	Sethi	Tanggung jawab sosial berimplikasi pada perilaku perusahaan sampai ke tingkat yang sesuai dengan norma-norma sosial, nilai-nilai, dan kinerja yang diharapkan.
1979	Carroll	Tanggung jawab sosial bisnis, meliputi harapan-harapan ekonomi, hukum, etika dan

		diskresioner yang dimiliki organisasi masyarakat pada suatu titik waktu tertentu.
1980	Jones	Tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk kelompok pelanggannya dalam masyarakat selain pemegang saham dan melebihi dari yang ditetapkan oleh hukum dan kontrak kesatuannya.

1991	Wood	Ide dasar dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah bahwa bisnis dan masyarakat terjalin melampaui perbedaan intensitasnya.
2003	Baker	CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat.

Tabel 2. Definisi CSR Menurut Lembaga atau Asosiasi Bisnis

Tahun	Lembaga	Definisi
-------	---------	----------

2002	Amnesty International Business Group (UK)	Perusahaan mengakui bahwa kemampuan mereka untuk terus menyediakan barang dan jasa serta menciptakan kekayaan keuangan akan tergantung pada penerimaan mereka ke masyarakat internasional yang semakin menganggap perlindungan hak asasi manusia sebagai syarat dari lisensi perusahaan untuk beroperasi.
2003	World Bussiness Council for Sustainable Development (WBCSD)	<i>Coporate Social Responsibility</i> adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja

		dengan karyawan, keluarga mereka, masyarakat setempat, dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.
2003	CSR Europe	<i>Corporate Social Responsibility</i> adalah cara perusahaan mengelola dan memperbaiki dampak sosial dan lingkungan untuk menghasilkan nilai bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan dengan berinovasi strategi, organisasi dan operasi.

2003	Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)	CSR melibatkan usaha yang cocok berkembang dengan masyarakat di mana mereka beroperasi. Fungsi bisnis dalam masyarakat adalah untuk menghasilkan keuntungan yang memadai
------	--	--

		<p>untuk pemilik modal dengan mengidentifikasi dan mengembangkan peluang yang menjanjikan investasi dan dalam proses untuk menyediakan pekerjaan dan memproduksi barang dan jasa yang diinginkan konsmen untuk membeli. Namun, tanggung jawab perusahaan perusahaan melampaui fungsi inti. Bisnis diharapkan untuk mematuhi berbagai undang-undang yang berlaku bagi mereka dan sering harus merespon harapan masyarakat yang tidak tertulis sebagai hukum formal.</p>
--	--	--

2003	The Corporate Responsibility Coalition (CORE)	Sebagai organ masyarakat, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melindungi hak-hak asasi
------	---	---

		manusia yang terkait langsung dengan operasi mereka maupun dalam lingkup yang lebih luas.
--	--	---

2003	Nvethic	<p>Terkait dengan aplikasi oleh perusahaan dari prinsip pembangunan berkelanjutan, konsep CSR mengintegrasikan tiga dimensi: dimensi ekonomi (efisiensi, profitabilitas), dimensi sosial (social responsibility) dan dimensi lingkungan (tanggung jawab lingkungan). Untuk menghormati prinsip-prinsip, perusahaan harus lebih memperhatikan semua pemangku kepentingan yang menginformasikan pada harapan masyarakat sipil dan lingkungan bisnis.</p>
------	---------	--

2003	Unilever	Kami mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai dampak atau interaksi kita dengan masyarakat di tiga wilayah yang berbeda: (i) kontribusi sukarela, (ii) dampak (bisnis langsung) operasi, dan (iii) dampak melalui rantai nilai.
2003	Novo Nordisk	Tanggung jawab sosial untuk Novo Nordisk adalah tentang merawat orang. Hal ini berlaku untuk karyawan dan orang-orang yang membutuhkan kesehatan kami layani. Hal ini juga mempertimbangkan dampak dari bisnis kami pada masyarakat global dan masyarakat setempat. Dengan demikian, tanggung jawab sosial lebih dari

		kebajikan itu adalah keharusan bisnis.
--	--	--

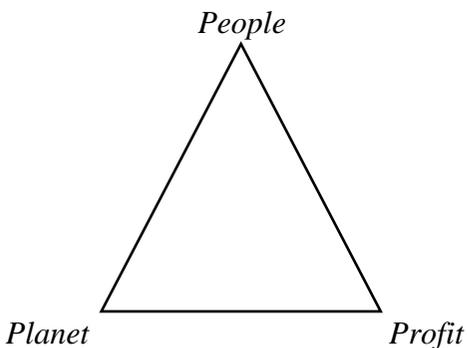
Persaingan pasar yang kompleks diakibatkan oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi, membuat perusahaan harus memikirkan strategi untuk bersaing dan memperoleh keunggulan dari perusahaan lainnya, melaksanakan CSR merupakan alat yang dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan reputasi yang lebih baik sehingga dapat bertahan di persaingan pasar yang kompetitif (Cheng and Ding 2021).

Corporate social responsibility harus juga berorientasi kepada karyawan dan konsumen, karena CSR berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hubungan karyawan kepada perusahaan, hal ini dapat meningkatkan komitmen karyawan terhadap perusahaan, serta meningkatkan hubungan yang erat antara konsumen terhadap perusahaan (Pfajfar et al. 2022).

2.2. Ruang Lingkup CSR

Melalui judul bukunya *Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness*, Elkington (1997) mengenalkan konsep tiga garis dasar (*Tripple Bottom Line*), dalam bukunya tersebut Elkington mencoba menyadarkan para pelaku

usaha, bahwa jika para pelaku ingin aktivitas ekonomi perusahaannya berkesinambungan dan berjalan baik, maka para pelaku usaha tidak boleh hanya berorientasi pada satu fokus berupa keuntungan, melainkan harus menjadikan 3 fokus sebagai orientasi aktivitas ekonomi, yang oleh Elkington dinamakan konsep “3p” (dalam Siagian & Suriadi, 2020 : 72). Hubungan ini kemudian diilustrasikan sebagai berikut :



Gambar 2.1. : Tripple Line Bottom

Hal ini menjelaskan bahwa cakupan perusahaan ada 3 hal, yaitu : keuntungan perusahaan (*Profit*) tetapi dalam mengejar keuntungan perusahaan harus memperhatikan dan membantu dalam memperdayakan masyarakat (*People*), dan perusahaan juga harus ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*).

Lebih lanjut Wibisono (2007) menjelaskan lebih lanjut mengenai 3P, yaitu :

1) Profit (keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Profit sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

2) People (Masyarakat Pemangku Kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka. Perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

3) Planet (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena tidak adanya keuntungan langsung di dalamnya. Maka, kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyakbanyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Menurut Fajar Mukti (dalam Fahham, 2011: 116) ruang lingkup CSR dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. Ruang Lingkup CSR Dalam Arti Sempit

Dalam lingkup yang sempit CSR mencakup antara lain:

- (1) Tanggung jawab sosial kepada karyawan;

(2) Tanggung jawab sosial kepada stakeholder, yakni pihak-pihak eksternal yang ikut mempengaruhi jalannya korporasi. Pihak-pihak tersebut baik langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi, yaitu konsumen dan mitra kerja;

(3) Tanggung Jawab Sosial kepada Masyarakat Umum.

2. Ruang Lingkup CSR Dalam Arti Luas

Dalam lingkup luas CSR meliputi antara lain:

- (1) tanggung jawab sosial terhadap lingkungan ;
- (2) tanggung jawab sosial terhadap hak asasi manusia;
- (3) tanggung jawab sosial perusahaan dan anti korupsi.

3. Ruang Lingkup CSR Menurut Perusahaan-Perusahaan Di Indonesia, pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia tentang ruang lingkup CSR tidak seragam, ada yang memandang CSR sebagai kegiatan philantropy atau kedermawanan sosial dari korporasi untuk membantu orang miskin. Ada juga perusahaan yang memandang CSR sebagai keikutsertaan korporasi dalam pembangunan bangsa bersama-sama pemerintah.

2.3. Model-Model CSR

Elizabeth Redman (2003) dalam Mardikanto, 2018 (

Tanggung Jawab Sosial Korporasi), membagikan 3 model CSR, yaitu

:

a. Model : Konflik Tradisional

Dalam model tradisional ini perusahaan masih memiliki pola pikir yang bertentangan antara tanggung jawab sosial dan lingkungan dan keuntungan, perusahaan cenderung mempertimbangkan biaya-biaya untuk kegiatan program CSR dan manfaat jangka pendek. Hal ini menyebabkan perusahaan kurang memperdulikan manfaat keuntungan dari program CSR tersebut.

b. Model Pemberian Uang Tunai

Model kedua ini, mayoritas perusahaan melakukan CSR sebagai alat bisnis strategis. Dimana ada alasan yang bertujuan mendapatkan keuntungan dalam menjalankan CSR.

c. Model Ketiga : Tujuan Ganda yang harus dikembangkan secara merata

Model ini menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan CSR untuk tujuan lingkungan dan sosial, bukan hanya mengarah kepada keuntungan keuangan yang akan didapatkan perusahaan.

2.4. Implementasi CSR

Definisi *Corporate Social Responsibility* yang telah dikemukakan oleh para ahli, menyadarkan pelaku usaha bahwa dalam menjalankan operasional usahanya perusahaan tidak sendirian. Implementasi CSR merupakan bentuk kerja sama pelaku usaha dengan lingkungannya untuk saling menguntungkan. Menurut Nurhuda et al. (2021) dalam mengimplemasikan sebuah model CSR harus memperhatikan konsep *triple line bottom* atau “3P” yaitu *planet, people, profit*. Memilih model implementasi CSR yang tepat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan setempat, perusahaan harus mengobservasi hal apa yang benar-benar menjadi kebutuhan untuk peningkatan pemberdayaan masyarakat setempat.

Dalam implementasi CSR terdapat dua alasan yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan CSR, yaitu alasan moral dan alasan ekonomi. Alasan moral lebih didasarkan bahwa CSR memang bermula dari inisiatif perusahaan untuk dapat menjalin relasi yang saling menguntungkan dengan stakeholders. Sementara alasan ekonomi lebih pada bagaimana perusahaan mampu memperkuat citra dan kredibilitas *brand* atau produknya melalui CSR. (Nurbaiti and Bambang 2017)

Siagian & Suriadi (2020 : 102-104) memiliki 2 rekomendasi model implementasi program tanggung jawab sosial yang dapat diterapkan perusahaan, yaitu :

a. Model Perusahaan – Masyarakat

Model ini menyuruh perusahaan untuk memiliki unit pemberdayaan masyarakat, unit ini memiliki posisi yang sama dengan seorang manager, unit ini harus diisi dengan karyawan yang terampil dalam merencanakan hingga melakukan evaluasi terhadap pemberdayaan kualitas hidup masyarakat.

b. Model Perusahaan – Pihak Ketiga – Masyarakat Model ini menggambarkan niat baik perusahaan untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial yang efektif dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Maka dari itu perusahaan mencari pihak ketiga yang memiliki staff yang kompeten dalam implementasi program tanggung jawab sosial, pihak ketiga ini dapat berupa Yayasan ataupun Perguruan Tinggi.

Menurut Kotler dan Lee (2005) menjelaskan ada 6 bentuk cara perusahaan untuk mewujudkan kegiatan CSR, yaitu :

- a. *Cause Promotions*, program yang terkait dengan kontribusi perusahaan dalam memberikan dana atau apapun yang membantu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan masalah-masalah sosial.
- b. *Cause-related marketing*, program pemasaran yang berkaitan dengan kegiatan sosial. Perusahaan memberikan persentase dari laba penjualan untuk kegiatan sosial tertentu.
- c. *Corporate Social Marketing*, program yang dilakukan perusahaan untuk membantu masyarakat dalam mengubah perilaku masyarakat untuk sadar akan kondisi kesehatan, keselamatan, lingkungan. Fokus perusahaan disini adalah adanya perubahan perilaku untuk menciptakan kebiasaan yang baik.
- d. *Corporate Philanthropy*, di sini perusahaan memberikan kontribusi langsung berbentuk donasi ataupun sumbangan uang tunai kepada masyarakat yang memenuhi kriteria. Seperti : pemberian beasiswa, pemberian produk.
- e. *Community Volunteering* , di program ini perusahaan membantu dan mendukung karyawan untuk ikut serta dalam kegiatan sukarela atau kegiatan-kegiatan sosial yang bertujuan untuk membantu masyarakat setempat.

f. *Socially Responsibility Business Practices* , komitmen yang dilakukan perusahaan untuk setiap kegiatan perusahaan harus mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

Selanjutnya, menurut Mardikanto (2018) menyatakan bahwa suatu kegiatan dapat disebut CSR jika memiliki sejumlah unsur-unsur berikut :

1. *Continuity and sustainability* atau bekesinambungan dan berkelanjutan merupakan unsur vital dari CSR. Suatu kegiatan amal yang berdasar trend ataupun insidental bukanlah CSR. CSR merupakan hal yang bercirikan pada *long tern perspective*, bukan *instant, happening* ataupun *booming*. CSR adalah suatu kegiatan yang terencanakan, sistematis, dan dapat dievaluasi.
2. *Community empowerment* atau pemberdayaan masyarakat, hal inilah yang membedakan CSR dengan kegiatan yang bersifat *charity* ataupun *philanthropy* semata. Kegiatan dermawan meskipun membantu masyarakat, tetapi tidak menjadikan masyarakat tersebut mandiri. Salah satu indikasi kesuksesan program CSR adalah adanya kemandirian yang lebih pada masyarakat dibandingkan sebelum adanya program CSR.

3. *Two ways*, program CSR itu bersifat dua arah. Perusahaan tidak berperan sebagai komunikator saja, tetapi juga harus mampu sebagai komunikan yang mendengarkan aspirasi masyarakat, dengan melakukan *need assessment*, yaitu mengetahui *needs*, *desires*, *interest*, dan *wants* dari masyarakat.

BAB III

PENGUKURAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

3.1 Penilaian Dengan Menghitung Opportunity Cost Approach

Menurut Fitri (dalam Andreas, Suchayo, and Elisabeth, 2015 : 121) menyatakan bahwa pengukuran CSR dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Opportunity Cost Approach* (OCA) dimana dalam metode ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yaitu :

- a. Biaya *Employee Relations* (BER)

$$\text{BER} = \frac{\text{Proporsi Biaya Pelatihan Karyawan}}{\text{Total Biaya Operasi}} \times 100\%$$

Proporsi biaya pelatihan karyawan dapat diperoleh dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

- b. Biaya *Community Services* (BCS)

$$\text{BCS} = \frac{\text{Proporsi Biaya Kepedulian Sosial}}{\text{Total Biaya Operasi}} \times 100\%$$

Proporsi biaya kepedulian sosial dapat diperoleh dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

c. Biaya *Environmental Awareness*

BEA = Proporsi Biaya Lingkungan Hidup x 100%

Total Biaya Operasi

Proporsi biaya lingkungan hidup dapat diperoleh dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Selanjutnya, Menurut Zetta, Raharjo, and Resnawaty (2021) menyatakan bahwa CSR adalah sebuah investasi bagi pertumbuhan, perkembangan, dan keberlanjutan sebuah perusahaan dan tidak bisa hanya dilihat sebagai saran biaya. Penting bagi investor untuk mempertimbangkan apakah suatu perusahaan melaksanakan CSR untuk melakukan investasi (Haerani 2017). Dalam hal ini, maka diperlukan penilaian kelayakan investasi agar investasi bisa menghasilkan tingkat pengembalian yang diharapkan di masa

mendatang. Untuk menilai usulan proyek investasi tersebut, maka dapat digunakan metode penilaian sebagai berikut:

1. Metode *Payback Period*

Metode *Payback period* adalah teknik evaluasi yang digunakan untuk mengukur lamanya waktu yang diperlukan oleh suatu proyek investasi sampai proyek tersebut dapat menutup seluruh dana atau modal yang telah ditanamkan (*outlays*), oleh karena itu hasil penghitungannya dinyatakan dalam satuan waktu (yaitu tahun atau bulan). Hasil penghitungan dari metode ini kemudian dibandingkan dengan batas waktu pengembalian proyek investasi yang dikehendaki oleh pihak manajemen. Perhitungan *payback period* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\textit{Payback Period} = \frac{\text{Investasi}}{\text{Laba tunai rata-rata per tahun}}$$

Rumus perhitungan Laba Tunai adalah sebagai berikut:

$$LT = LA + D - PL \quad \text{Keterangan:}$$

LT = Laba Tunai

LA = Laba Akuntansi Sebelum Pajak

D = Depresiasi Aktiva Tetap

PL = Pajak Atas Laba

Kriteria keputusan:

- a. Bila periode pengembalian proyek investasi memiliki jangka waktu yang lebih singkat jika dibandingkan dengan periode pengembalian yang telah ditentukan oleh pihak manajemen perusahaan, maka proyek diterima.
- b. Bila periode pengembalian proyek investasi memiliki jangka waktu yang lebih panjang jika dibandingkan dengan periode pengembalian yang telah ditentukan oleh pihak manajemen perusahaan, maka proyek ditolak.

2. Metode *Internal Rate of Return* (IRR)

Metode *Internal Rate of Return* adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menentukan tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari aliran kas neto tahunan atau *proceeds* yang diharapkan akan diterima selama usia ekonomis investasi (*PV of future proceeds*) menjadi sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal (*PV of capital outlays*). Proses penentuan tingkat bunga dengan menggunakan metode ini dapat dicari dengan cara "*trial and error*" atau coba-coba. *Rate of return* dapat dihitung dengan berbagai pendekatan rumus perhitungan sebagai berikut:

- a. Persentase *return on investment* (ROI) untuk penanaman modal yang menghasilkan laba per tahun yang sama besarnya.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Akuntansi Sesudah Pajak per Tahun}}{\text{Investasi Rata-rata}}$$

- b. Persentase *return on investment* (ROI) untuk penanaman modal yang menghasilkan laba per tahun yang tidak sama besarnya.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Jumlah Laba Akuntansi Selama Umur Proyek}}{\text{Jumlah Investasi Rata-rata per Tahun Selama Umur Proyek}}$$

Kriteria keputusan:

- a) Bila *Internal Rate of Return* lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat bunga pengembalian investasi (*Required Rate of Return / RRR*), maka proyek investasi diterima.
- b) Bila *Internal Rate of Return* lebih rendah dibandingkan dengan tingkat bunga pengembalian investasi (*Required Rate of Return / RRR*), maka proyek investasi ditolak.

3. Metode *Net Present Value*

Metode *Net Present Value* (NPV) merupakan selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan arus kas keluar yang berhubungan dengan suatu proyek. Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang dari aliran masuk kas bersih (*proceeds*) rencana proyek investasi dengan nilai atau jumlah pengeluaran modal untuk proyek investasi tersebut. Berdasarkan kriteria keputusan metode NPV, apabila nilai sekarang dari aliran masuk kas bersih yang akan dihasilkan dari suatu proyek investasi melebihi atau sama jumlahnya 30 dengan jumlah pengeluaran modal untuk proyek investasi, maka proyek investasi tersebut layak untuk dilaksanakan. Tarif diskonto atau tingkat bunga pengembalian yang dikenakan pada suatu proyek investasi biasanya lebih besar daripada suku bunga umum yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya karena terdapat risiko yang lebih besar yang terdapat pada proyek investasi dibandingkan dengan risiko dari kredit atau simpanan di bank. Metode NPV dapat dirumuskan dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{NPV} &= [(\sum \text{CF}_t / (1 + i)^t) - I] \\
 &= [\sum \text{CF}_t \text{dft}] - I \\
 &= P - I
 \end{aligned}$$

Keterangan:

CF_t = arus kas masuk yang diterima dalam periode t, dengan t =

1...n

I = Nilai sekarang dari biaya proyek $n =$

Umur manfaat proyek $i =$ Tingkat

pengembalian yang diperlukan $t =$

Periode waktu

P = Nilai sekarang dari arus kas masuk proyek di masa depan

dft = Faktor diskonto

Kriteria keputusan atas usulan investasi adalah sebagai berikut:

- a. Apabila jumlah PV dari keseluruhan *proceeds* yang diharapkan lebih besar daripada PV dari investasinya (NPV positif), maka usulan investasi dapat diterima.
- b. Apabila jumlah PV dari keseluruhan *proceeds* yang diharapkan sama dengan nol (NPV nol), maka usulan investasi dapat diterima atau ditolak.
- c. Apabila jumlah PV dari keseluruhan *proceeds* yang diharapkan lebih kecil daripada PV dari investasinya (NPV negatif), maka usulan investasi seharusnya ditolak.

4. Metode *Accounting Rate of Return*

Metode *Accounting Rate of Return* (ARR) atau sering juga disebut "*average rate of return*" menunjukkan persentase

keuntungan neto setelah pajak dihitung dari "*average investment*" atau "*initial investment*". Dasar perhitungan metode ini adalah keuntungan yang dilaporkan dalam pembukuan (laporan keuangan).

Perhitungan metode ARR dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{ARR} = \frac{\text{Rata-rata laba bersih setelah pajak}}{\text{Rata-rata investasi}}$$

Kriteria keputusan:

- a. Bila persentase *Accounting Rate of Return* dari suatu usulan proyek investasi lebih besar dibandingkan dengan ARR minimum yang ditetapkan pihak manajemen, maka usulan proyek investasi tersebut dapat diterima atau layak untuk direalisasikan.
- b. Bila persentase *Accounting Rate of Return* dari suatu usulan proyek investasi lebih kecil dibandingkan dengan ARR minimum yang

3.2 Penilaian Menurut GRI (Global Reporting Initiative)

Global Reporting Initiatives (GRI) merupakan sebuah pedoman laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). GRI adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *Sustainability Report* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan, panduan pelaporan dan standar pengungkapan (termasuk didalamnya indikator kinerja). Pengukuran CSR dapat dilakukan dengan menggunakan metode yang ditetapkan *Global Reporting Initiative* (GRI). Berikut indikator dalam pengukuran metode GRI :

1. Kategori Ekonomi, mencakup kinerja ekonomi. Dalam

kategori ini ada beberapa kriteria yang dapat dinilai, yaitu :

- Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
- Implikasi finansial dan risiko serta peluang
- Cakupan kewajiban organisasi atas program CSR
- Bantuan financial yang diterima
- Rasio upah standar pegawai pemula
- Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan
- Pembangunan dan dampak dari investasi& infrastruktur yang digunakan
- Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
- Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan

2. Kategori Lingkungan, memuat air, keragaman hayati, misi, limbah dan sampah. Berikut kriteria yang dapat menilai kinerja perusahaan terhadap lingkungan :

- Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
- Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
- Konsumsi energi dalam organisasi
- Konsumsi energi diluar organisasi
- Intensitas Energi
- Pengurangan konsumsi energi

- - Konsumsi energi diluar organisasi
- Total pengambilan air berdasarkan sumber
- Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
- Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
- Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki atau disewa yang berdekatan kawasan dilindungi
- Uraian dampak signifikan kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati
- Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
- Jumlah total spesies dalam IUCN red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi
- Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung
- Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung
- Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya
- Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
- Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
- Emisi bahan perusak ozon (BPO)
- NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
- Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan

-
- Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
Jumlah dan volume total tambahan signifikan
- Bobot limbah yang dianggap berbahaya
- Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati
- Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
- Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang dapat didaur ulang
- Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
- Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi
- Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan
- Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan

-
- Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
 - jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
- 3. Kategori Sosial, memuat produk dan layanan, kepatuhan dan lain sebagainya.
 - Aspek komunitas
 - Aspek korupsi
 - Aspek kebijakan public
 - Aspek kelakuan tidak bersaing
 - Aspek kepatuhan
- 4. Kategori Praktik dan cara kerja
- 5. Kategori Ketenagakerjaan, kriteria yang dapat dinilai dalam kategori ini adalah :
 - Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
 - Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan

- - Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan
 - Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum di perjanjian

-
- - Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja
 - Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja
- Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
- Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
- Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
- Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan
- Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender
-

- -
 - Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, kelompok minoritas
 - Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan
 - Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
 - Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
 - Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
6. Kategori Hak Azasi Manusia, kriteria penilaian yang dapat dilihat dapat kategori ini , yaitu :
- Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan terkait hak asasi manusia
 - Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi yang relevan

-
-
- Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
- Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat
- Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak
Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja
Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dgn oprasi
- Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
- Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak azasi manusia
-

-
-
- Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
- Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan dengan mekanisme formal

7. Kategori Kemasyarakatan, kriteria yang dapat dinilai pada kategori ini, yaitu :

- Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program

pengembangan yang diterapkan

Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal

- Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan
- Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
- Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil negara
- Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
- Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap UU
- Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
- Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
- Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi

8. Kategori Tanggung Jawab Produk, hal yang dapat dinilai dalam kategori ini, yaitu :

Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan

- Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk
- Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa
- Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa
- Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
- Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
- Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi
- Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
- Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap UU dan peraturan terkait

•

Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan

3.3 Penilaian Menurut ISO 26000

ISO 26000 tentang *International Guidance for Social Responsibility* dirilis pada tanggal 1 November 2010, yang mendefinisikan tanggung jawab organisasi terkait dengan dampak, keputusan, dan kegiatan di masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan pemangku kepentingan, adalah sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional, dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktikkan dalam hubungannya. Jika pengukuran CSR berdasarkan ISO 26000, maka hal yang harus diperhatikan adalah :

•

1. Tata kelola perusahaan, diharapkan perusahaan dapat bertanggung jawab atas kepentingan pengendali perusahaan, menaati hukum dan mencegah terjadinya dampak negatif yang tidak diinginkan di masa depan.
2. Praktik ketenaga-kerjaan, perusahaan menghargai, mempertimbangkan dan menanggapi setiap pemangku kepentingan perusahaan.
3. Praktik beroperasi yang adil, menghargai dan menaati hukum yang berlaku dalam pelaksanaan perusahaan adalah kewajiban.

4. Hak azasi manusia , perusahaan harus menghargai dan menaati norma-norma hak azasi manusia bahkan harus mendukung dan mensosialisasikan hak-hak tersebut.
5. Lingkungan, setiap perusahaan harus peduli terhadap manusia, hewan dan lingkungan serta membuat komitmen tuntut mengatasi dampak dari kegiatan dan keputusan perusahaan.
6. Hak dan perlindungan konsumen, perusahaan harus memperhatikan produk atau jasa yang tidak membahayakan keselamatan para konsumen
7. Keterlibatan dan partisipasi masyarakat, perusahaan ikut serta bertanggung jawab dalam pemberdayaan masyarakat.

3.4 Penilaian Menurut PROPER

Pemerintah melalui Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2021 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Selanjutnya, Kementerian Lingkungan Hidup melakukan penilaian dengan menetapkan 2 kategori, yaitu kriteria penilaian ketaatan dan kriteria penilaian lebih dari yang disyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*)

1. Aspek-aspek yang dijadikan sebagai penilaian ketaatan terhadap pengelolaan lingkungan hidup :

- Pengendalian pencemaran air
- Pengendalian pencemaran udara
- Pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun
- Pengendalian pencemaran air laut
- Potensi kerusakan lahan

2. Aspek-aspek yang menjadi penilaian dalam kriteria *beyond compliance* :

- Penerapan sistem manajemen lingkungan, dimana perusahaan dapat memberi pengaruh terhadap supplier dan konsumennya untuk melaksanakan pengelolaan lingkungan yang baik.
- Upaya efisiensi energi dengan mencakup ruang lingkup efisiensi energi dari proses produksi dan utilitas pendukung. Membuat proses produksi yang lebih ramah lingkungan, efisien dalam menjalankan pembangunan maupun sistem transportasi.
- Upaya menurunkan emisi ataupun polusi dari gas rumah kaca serta bahan perusak lapisan ozon. Dalam hal ini dinilai persentase pemakaian energi terbarukan dalam proses produksi dan jasa, memakai bahan bakar ramah lingkungan.

- Menerapkan *reduce*, *reuse* dan *recycle* limbah B3. Perusahaan ditekankan untuk mengurangi terjadinya sampah dan memanfaatkan limbah kembali.
- Melaksanakan *reduce*, *reuse* dan *recycle* limbah padat non B3
- Konservasi air dan penurunan beban pencemaran air limbah. Semakin kecil intensitas pemakaian air dalam proses produksi dan mengurangi jumlah pencemaran di dalam air limbah yang dibuang ke lingkungan maka akan menerima poin yang lebih besar.
- Perlindungan keanekaragaman hayati. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk memelihara dan merawat keanekaragaman hayati.
- Program pengembangan masyarakat.. Untuk memperoleh nilai yang baik perusahaan harus memiliki strategis untuk pengembangan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Rencana strategis pemberdayaan masyarakat juga harus berkelanjutan atau bersifat jangka panjang dan dirinci dengan program tahunan, menjawab kebutuhan kelompok rentan dan dapat mengukur program yang dilaksanakan serta melibatkan masyarakat.

Hasil penilaian yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup terhadap perusahaan berdasarkan audit KROPER memiliki tingkatan sebagai berikut :

1. Hitam, diperuntukkan bagi perusahaan yang dengan sengaja melakukan tindakan ataupun kelalaian yang menyebabkan terjadinya pencemaran bahkan kerusakan lingkungan serta tidak taat terhadap undang-undang yang berlaku ataupun tidak menjalankan sanksi administrasi.
2. Merah, diperuntukkan bagi perusahaan yang pengelolaan lingkungan hidupnya tidak sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh perundang-undangan.
3. Biru, diperuntukkan bagi perusahaan yang melaksanakan pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam undang-undang.
4. Biru, diperuntukkan kepada perusahaan yang melaksanakan pengelolaan lingkungan hidup memenuhi syarat peraturan *beyond compliance* dan melaksanakan CSR dengan baik.
5. Emas, diperuntukkan kepada perusahaan yang konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan proses bisnis yang beretika dan bertanggung jawab kepada masyarakat.

3.1. Penilaian Menurut Metode *Content Analysis*

Berikut ini definisi Metode *Content Analysis* menurut George V. Tito, Ole O. Holsti, Merriam-Webster Dictionary (dalam Pratama et.al., 2021 : 1), yaitu :

- Analisis isi dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang penelitiannya mencermati isi pesan manifest tertulis, terucap, dan terpublikasikan secara sistematis (George V. Tito)
- Analisis isi adalah teknik penelitian yang objektif, sistematis, dan bersifat kuantitatif deskriptif dari konten manifest dari komunikasi yang terjadi (Ole O. Holsti)
- Analisis isi bersifat manifest dan laten dari suatu isis pesan yang dikomunikasikan (seperti buku atau film) melalui klasifikasi, tabulasi, dan evaluasi simbol dan tema utamanya untuk memastikan maknanya dan kemungkinan efeknya (Merriam-Webster Dictionary).

Menurut Pratama et.al. (2021) berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis isi kuantitatif , yaitu :

1. Peneliti menentukan tema penelitian, tema penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah brand berdasarkan beberapa kajian dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.
2. Penentuan populasi dan sampel.

3. Pengumpulan sampel.
4. Selanjutnya untuk dapat menelaah objek penelitian, peneliti membuat defenisi operasional dengan menentukan empat kategori.
5. Melakukan uji reliabilitas menggunakan intercoder reliability. Pada tahap ini peneliti menggunakan 3 pengoder yang terdiri dari peneliti sendiri dan dua koder lainnya yang telah dipilih berdasarkan tiga kriteria kemampuan kognitif, latar belakang, dan frekuensi. Sebelum melakukan proses pengodingan peneliti memberikan pelatihan dan penjelasan terhadap dua koder atas variabel dan kategorisasikategorisasi yang digunakan dalam penelitian untuk proses koding.
6. Melakukan penelitian.
7. Menyusun hasil penelitian. Pengumpulan data dan uji reliabilitas dan validitas penelitian dalam penelitian metaanalisis tematik menggunakan analisis isi kuantitatif.

BAB IV

ANALISA PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP CORPORATE SOCIAL

RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI DI INDONESIA

4.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan yang terdiri dari 17.504 pulau. Suatu negara yang memiliki perekonomian yang baik pasti didukung dengan tingkat pembangunan infrastruktur yang baik salah satunya yaitu sektor transportasi. Sektor transportasi di Indonesia merupakan pelayanan jasa dan sumber utama dalam kegiatan ekonomi yang pada akhirnya akan menentukan tingkat kualitas daya saing suatu perekonomian, tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, layak, efektif, efisien dan berkembangnya industri jasa pada sector transportasi darat, laut dan udara akan menentukan kecepatan pertumbuhan perekonomian Indonesia untuk mengatasi persaingan global yang semakin tinggi.

Indonesia adalah negara berkembang yang diharapkan tahun ke tahun dapat semakin berkembang hingga pada tahap dikatakan negara maju. Oleh sebab itu, diharapkan dalam membantu pembangunan perekonomian, para stakeholder, yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk dapat saling menguntungkan, saling berkontribusi dan dapat memiliki hubungan yang harmonis (Setyarini & Paramitha, 2011). Hal ini berarti setiap perusahaan harus menjalankan bisnisnya dengan baik agar dapat berkontribusi dalam

meningkatkan perekonomian Indonesia, maka dari itu menjalankan perusahaan yang baik memerlukan sebuah sistem yang baik dalam perusahaan. Sebuah sistem yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses operasional suatu perusahaan untuk membuat hubungan baik antara manajemen, pemegang saham dan pihak berkepentingan lainnya demi menambah nilai bagi perusahaan merupakan pengertian dari *Good Corporate Governance* (GCG) (Pratiwi 2016). Untuk menjalankan GCG yang baik dalam sebuah perusahaan harus menerapkan 4 prinsip, yaitu: akuntabilitas, keterbukaan, kewajaran, dan tanggung jawab (Untung, 2015) . Oleh karena itu, erat kaitan antara GCG dan CSR karena di prinsip tanggung jawab dan kewajaran menuntut perusahaan untuk menyadari bahwa setiap kegiatan bisnis yang dilakukan memiliki dampak negatif bagi lingkungan sekitar, sehingga diperlukan adanya pencegahan maupun perbaikan oleh perusahaan.

Dalam hal ini, dunia usaha memegang peran yang sangat penting dalam sistem ekonomi dengan cara turut berpartisipasi dalam kegiatan sosial maupun kegiatan apapun yang bertujuan untuk mengembangkan lingkungan, meningkatkan dan membangun perekonomian serta mensejahterahkan kehidupan masyarakat agar lebih baik lagi, atau dapat disebutkan dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Seperti halnya ditetapkan dalam UU No. 40

Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74, bahwa pihak perseroan wajib melaksanakan tanggungjawab sosial serta lingkungan, dan jika perusahaan tersebut tidak melaksanakannya maka akan diberi sanksi sesuai dengan peraturan perundangundangan. CSR atau tanggung jawab sosial yang dibebankan pada perusahaan adalah suatu program kepedulian dari perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, kontribusi yang diberikan dapat mendorong pemberdayaan masyarakat. Keterlibatan sosial perusahaan ini sangatlah diharuskan, dikarenakan melalui program ini dapat mendapatkan berbagai keuntungan baik bagi pihak perusahaan maupun masyarakat, seperti dalam hal mendapat citra positif dari masyarakat. Dengan melaksanakan program CSR, maka perusahaan dapat memperoleh keuntungan jangka panjang, ataupun dalam hal terbangkitkannya kesadaran dari perusahaan akan pentingnya lingkungan sosial yang baik. Lingkungan sosial yang baik akan dapat mendukung keberhasilan bisnis untuk waktu yang panjang (Keraf, 1998).

Berdasarkan keterkaitan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* tersebut maka penelitian ini ingin membuktikan apakah GCG berpengaruh dalam pengungkapan CSR dalam sebuah perusahaan dengan indikator GCG berupa komite audit,

dewan komisaris, kepemilikan institutional dan komisaris independen.

4.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh GCG terhadap penerapan CSR perusahaan?
2. Bagaimana kontribusi indikator GCG dalam implementasi CSR di perusahaan?

4.3. Landasan Teori

Komite audit dibentuk oleh dewan komisaris, yang memiliki tugas membantu menjalankan tugas dewan komisaris. Ukuran komite audit diukur dengan menghitung jumlah anggota komite audit dalam laporan tahunan perusahaan yang tercantum pada laporan tata kelola perusahaan (Waryanto, 2010). Pengukuran untuk komite audit adalah jumlah keseluruhan dari anggota komite audit milik perusahaan

Dewan komisaris bertugas mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, terjaminnya pelaksanaan strategi perusahaan serta terlaksananya akuntabilitas. Dewan komisaris dapat dikatakan pula sebagai wakil dari para investor atau pemilik perusahaan untuk mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan manajemen (Pasaribu et al., 2015). Pengukuran untuk dewan komisaris adalah

jumlah keseluruhan dari anggota dewan komisaris yang berada di dalam perusahaan.

Kepemilikan institusional adalah jumlah saham yang dimiliki oleh suatu institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank, investasi, atau institusi lain-lain (Rustiarini, 2010). Dalam kepemilikan institusional dilakukan pengecualian atas anak perusahaan dan institusi yang memiliki hubungan istimewa (afiliasi dan asosiasi). Pengukuran untuk kepemilikan institusional adalah rasio perbandingan antara proporsi jumlah saham yang dimiliki pihak institusional dengan jumlah keseluruhan saham perusahaan yang beredar di pasar modal.

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak memiliki ikatan bisnis atau hubungan keluarga dengan direksi maupun anggota dewan komisaris lainnya (Rachmad, 2013). Pengukuran untuk komisaris independen adalah rasio perbandingan antara jumlah anggota komisaris independen dengan jumlah seluruh anggota dari dewan komisaris perusahaan.

4.4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi, yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* pada perusahaan

transportasi. Jenis data yang diambil merupakan data sekunder, yaitu laporan tahunan perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2018.

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dan pengolahan data dibantu menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25. Regresi linier berganda yaitu teknik analisis yang mengukur pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Dimana :

Y adalah indeks skor pengungkapan CSR; α

adalah Konstanta β adalah koefisien regresi dari

variabel independen

X1 adalah Komite Audit

X2 adalah Dewan Komisaris

X3 adalah Kepemilikan Institusional

X4 adalah Komisaris Independen e

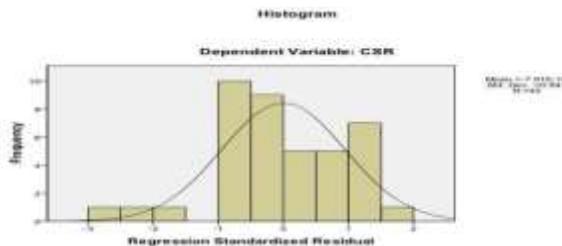
adalah error term.

4.5. Hasil Penelitian

Dengan menggunakan SPSS versi 25, maka didapat hasil sebagai berikut :

Uji normalitas memiliki 3 cara, yaitu : uji histogram, uji P-P Plot dan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

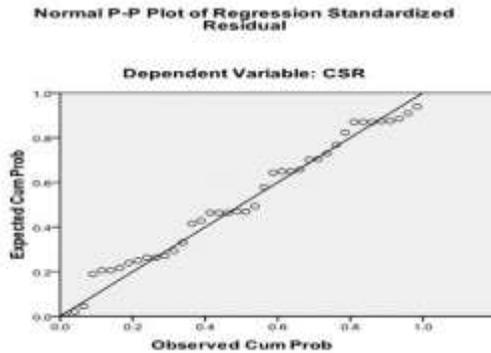
Gambar 1. Hasil Uji Histogram



Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji histogram (Gambar 1), diperoleh bahwa garis kurva cenderung simetris (U), sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 2. Hasil Uji P-P Plot



Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Hasil uji P-P Plot (Gambar 2) juga menunjukkan titik-titik menyebar mendekati garis diagonal, sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04596766
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.057

	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.638
Asymp. Sig. (2-tailed)		.810

- a. Test A. A. distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : Data Sekunder diolah,2019

Hasil uji KolmogorovSmirnov (Tabel 1) memperoleh nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar $0,810 > 0,05$, dimana ini berarti data berdistribusi normal. Dengan demikian, ketiga hasil uji normalitas tersebut menyatakan data penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas *Coefficients*^a

		Unstandardized		Collinearity	
		Coefficients		Statistics	
Model		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.425	.076		
	Komite_audit	-.081	.030	.941	1.063
	Dewan_komisaris	.007	.004	.906	1.104

Kepemilikan_inst	-.002	.000	.738	1.354
Komisaris_independen	.000	.001	.751	1.331

a. Predictors: (Constant), Komisaris_independen, Dewan_komisaris, Komite_audit, Kepemilikan_inst

Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Berikutnya, berdasarkan hasil uji multikolinieritas (Tabel 2), diperoleh nilai *Tolerance* dari X1 sebesar $0,941 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $1,063 < 10$; nilai *Tolerance* dari X2 sebesar $0,906 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $1,104 < 10$; nilai *Tolerance* dari X3 sebesar $0,738 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $1,354 < 10$; dan, nilai *Tolerance* dari X4 sebesar $0,751 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $1,331 < 10$. Hasil analisis atas nilai *Tolerance* maupun VIF tersebut menunjukkan tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen di dalam model penelitian ini.

Gambar 3. Hasil Uji Scatterplot

Coefficients^a

1	(Constant)	.467	.494		.946	.351
---	------------	------	------	--	------	------

Komite_audit	-.257	.196	-.216	1.311	.198
Dewan_komisaris	.018	.026	.119	.706	.485
Kepemilikan_inst	.000	.003	.019	.102	.919
Komisaris_independen	.007	.008	.151	.816	.420

Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen ($X_1 = 0,198$; $X_2 = 0,485$; $X_3 = 0,919$; $X_4 = 0,420$) lebih besar dari 0,05. Selain itu, dari grafik scatterplot (Gambar 3) terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tanpa pola yang jelas di atas dan dibawah angka nol (0). Dengan demikian, dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary

Model	R	R Adjusted	R Square	Std. Error	Durbin- of the Watson Estimate
Square					

1	.757 ^a	.524	.04852	1.820
	.573			

- a. Predictors: (Constant), Komisariss_independen, Dewan_komisaris, Komite_audit, Kepemilikan_inst
- b. Dependent Variable: CSR Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Hasil uji autokorelasi (Tabel 4) menunjukkan nilai DurbinWatson (DW) sebesar 1.820 sedangkan dalam tabel DW pada taraf nyata 5% (k = 4; n = 40) maka didapatkan nilai dL= 1,2848 dan dU=1,7209. Berdasarkan kriteria $dU < DW < 4-dU$ atau $1,7209 < 1,820 < 2,2791$ maka dinyatakan tidak terdapat autokorelasi dalam persamaan regresi dari penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.415	.076		5.628	.000
	Komite_audit	-.081	.030	-.305	-2.681	.011
	Dewan_komisaris	.007	.004	.216	1.860	.071
	Kepemilikan_inst	-.002	.000	-.547	-4.259	.000
	Komisaris_independen	.000	.001	-.098	-.772	.446

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diformulasikan model ataupun persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini, yaitu: $Y = 0,425 - 0,081X_1 + 0,007X_2 - 0,002X_3 + 0,000X_4$ dimana Y adalah Corporate Social Responsibility; X1 adalah Komite Audit; X2 adalah Dewan Komisaris; X3 adalah Kepemilikan Institusional; dan, X4 adalah Komisaris Independen. Makna dari persamaan itu dijabarkan sebagai berikut. Nilai konstanta sebesar 0,425 menyatakan bahwa apabila semua variabel independen memiliki nilai konstan atau tidak berubah maka pengungkapan CSR sebesar 0,425. X1 sebesar -0,081 menyatakan bahwa Komite Audit memiliki pengaruh bersifat negatif terhadap CSR; yaitu apabila komite audit mengalami penambahan anggota maka pengungkapan CSR mengalami penurunan, atau sebaliknya. Nilai X2 sebesar 0,007 menyatakan Dewan Komisaris memiliki pengaruh bersifat positif terhadap CSR; yaitu apabila dewan komisaris mengalami penambahan anggota maka pengungkapan CSR akan mengalami kenaikan, atau sebaliknya.

Selanjutnya, nilai X3 sebesar -0,002 menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh bersifat negatif terhadap CSR; yaitu apabila porsi jumlah saham dari Kepemilikan Institusional mengalami peningkatan maka pengungkapan CSR mengalami penurunan, atau sebaliknya. Nilai X4 sebesar 0,000 menyatakan Komisaris Independen relatif bisa dinyatakan tidak memiliki pengaruh terhadap CSR; yaitu apabila jumlah anggota dari tim Komisaris

Independen mengalami penambahan ataupun penurunan maka pengungkapan CSR relatif tidak mengalami perubahan. Berdasarkan perbandingan atas nilai koefisien regresi pada persamaan regresi, maka bisa dinyatakan bahwa variabel Komite Audit ($b_1 = -0,081$) memiliki pengaruh paling besar terhadap perubahan pengungkapan CSR dibandingkan variabel-variabel independen lain. Di sisi lain, variabel Komisaris Independen ($b_4 = 0,000$) dinilai memiliki pengaruh paling kecil atas perubahan pengungkapan CSR dibandingkan variabelvariabel independen yang lain.

Berdasarkan Tabel 5 bisa dilakukan identifikasi derajat signifikan atas masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel tersebut menunjukkan bahwa hanya dua variabel independen yang memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, yaitu Komite Audit ($X_1 = 0,011 < 0,05$) dan Kepemilikan Institusional ($X_3 = 0,000 < 0,05$). Sementara itu, Tabel 5 juga menunjukkan bahwa dua variabel independen yang lain dinilai memiliki pengaruh parsial yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, yaitu Dewan Komisaris ($X_2 = 0,071 > 0,05$) dan Komisaris Independen ($X_4 = 0,446 > 0,05$).

Tabel 6. Hasil Uji Simultan

ANOVA^b

a. Predictors: (Constant), Komisaris_independen, Dewan_komisaris, Komite_audit, Kepemilikan_inst

b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	
1	Regression	.111	4	.028	11
	Residual	.082	35	.002	
	Total	.193	39		

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Sig. F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 (α), atau bahwa keempat variabel independen yang dicakup dalam persamaan dari penelitian ini dinilai memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b		
Model	R R Square	Adjusted R Square Std. Error of the Estimate

1	.757 ^a	.573	.524	.04852
---	-------------------	------	------	--------

- a. Predictors: (Constant), Komisariss_independen, Dewan_komisaris, Komite_audit, Kepemilikan_inst
- b. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2019.

Tabel 7 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) yang diperoleh adalah sebesar 0,524. Hasil ini menyatakan variabel-variabel independen yang dicakup dalam persamaan dari penelitian ini (yaitu: Komite Audit, Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional dan Komisaris Independen) mampu menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 52,4%; sementara sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel independen lainnya yang tidak termasuk dalam persamaan, seperti kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, probabilitas, *earning management*, profil perusahaan, ataupun *leverage*.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

Komite audit dibuktikan melalui penelitian ini bahwa memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Wiyuda dan Pramono (2017) yang menemukan adanya pengaruh negatif oleh komite audit terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sedikit jumlah anggota audit, maka akan lebih baik pengaruhnya terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dewan komisaris terbukti berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Paramita dan Marsono (2014) yang menemukan pengaruh dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility* dilihat dari jumlah dewan, bahwa semakin banyak jumlah anggota dari dewan komisaris perusahaan maka tingkat pengendalian dan pengambilan keputusan yang terjadi semakin tinggi. Pada perusahaan-perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini, rata-rata jumlah dewan komisaris tergolong rendah.

Kepemilikan institusional memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap CSR. Hal tersebut terjadi karena rata-rata kepemilikan institusional dalam perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini adalah saham mayoritas. Kondisi ini menyebabkan kepentingan saham minoritas akan diabaikan karena investor institusional mayoritas cenderung berkompromi dengan pihak manajemen. Karenanya apabila proporsi dari jumlah kepemilikan saham oleh pihak investor institusional mengalami kenaikan, maka luas pengungkapan dari *Corporate Social Responsibility* akan mengalami penurunan.

Komisaris independen tidak berpengaruh positif terhadap CSR. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi Paramita dan Marsono (2014) yang menemukan adanya kemungkinan pihak komisaris independen tidak mempengaruhi pengambilan keputusan terkait pengungkapan CS karena tidak terlibat di dalam operasional rutin perusahaan. Hasil empiris milik peneliti tersebut memunculkan argumen bahwa level komisaris independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun demikian, penelitian ini memberikan hasil berbeda dengan yang ditunjukkan oleh studi empiris milik Nugroho (2016) yang menemukan bahwa komisaris independen berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil-hasil yang berbeda ini memunculkan gap yang memerlukan pembuktian lebih banyak dari riset-riset yang akan datang, sehingga bisa diperoleh konklusi yang kuat mengenai pola hubungan antara jumlah komisaris independen di dalam perusahaan dan keluasan pengungkapan CSR.

4.8. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, Komite Audit, Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional dan Komisaris Independen terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap CSR. Namun demikian, hasil pengujian statistik secara parsial membuktikan bahwa Komite Audit dan Kepemilikan

Institusional secara signifikan berpengaruh negatif terhadap CSR; Dewan Komisaris berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap CSR, serta Komisaris Independen memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Hans Hananto, Usil Sis Suchayo, and Delima Elisabeth. 2015. "Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas." *Jurnal Manajemen Maranatha* 15(1):119–36.
- Apriyadi, and Nova Yudia Winata. 2019. "SEBAGAI WUJUD PROGRAM CSR PT PERTAMINA." 1(1):80.

- Cheng, Huijin, and Hao Ding. 2021. "Dynamic Game of Corporate Social Responsibility in a Supply Chain with Competition." *Journal of Cleaner Production* 317(June 2020):128398. doi: 10.1016/j.jclepro.2021.128398.
- Fahham, A. Muchaddam. 2011. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Penerapannya Pada Perusahaan Di Indonesia." *Fahham, Muchaddam* 2(1):111–19.
- Filia, Priska Grace, and Laila Khalid Alfirdaus. 2020. "Analisis Stakeholder Dalam Program CSR-BUMN: Balkondes (Balai Ekonomi Desa) Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang." *Journal of Politic and Government Studies* 3(9):1–13.
- Haerani, F. 2017. "Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Dalam Kajian Aspek Hukum Bisnis)." *Lex Librum: Jurnal Ilmu Hukum* 4(1):637–55.
- Haryanto, Joko Tri, and Nina Ivana. 2015. "Studi Kepedulian Sosial Dan Lingkungan Perusahaan (CSR) Terhadap Perkembangan Kapitalisasi Perusahaan Sebagai Potensi Pendanaan Lingkungan Swasta Di PT. Nestlé Indonesia, Tbk." *Jurnal Ekonomi* 17(1):32–52.

Herman. 2018. “Manfaat Corporate Social Responsibility Oleh Stakeholder Primer Dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau) Herman Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Islam Riau.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial* 2(2):264–77.

Kadek, I., and Gede Bayu. 2015. “Corporate SOCIAL Responsibility 2007 Corporate SOCIAL Responsibility 2007.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 4(4):813–31.

Karina, Desita Riyanta Mitra, and Iwan Setiadi. 2020. “Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi.” *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana* 6(1):37. doi: 10.26486/jramb.v6i1.1054.

Ningrum, Herawati, Alma Avida Purnama, Alysa Oktaviana, Giovani Calista, Ida Farida Adi Perwira, and Arim Nasim. 2020. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Perusahaan.” *Journal of Business Management Education (JBME)* 4(3):46–53. doi: 10.17509/jbme.v4i3.22007.

Novita, Novita, and Francy Iriani. 2016. “DAMPAK PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. HOLCIM INDONESIA, Tbk TERHADAP MASYARAKAT LOKAL DI KABUPATEN CILACAP.” *Jurnal Kesejahteraan Sosial* 3(1):27–38. doi: 10.31326/jks.v3i01.167.

Nurbaiti, Siti Robiah, and Azis Nur Bambang. 2017. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Factors Affecting Community Participation in the Implementation of Corporate Social Responsibility Program.” *Proceeding Biology Education Conference* 14(1):224–28.

Nurjanah, N., W. Wirman, and T. P. Yazid. 2017. “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Provinsi Riau.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8(2):197–211.

Oktina, Dina Anggresa, Eka Septiana Sari, Intan Angelina Sunardi, Laili Nurul Hanifah, and Vicky Sanjaya. 2020. “PENGARUH PENERAPAN STRATEGI CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) TAHUN 2018.” *Kompetensi* 14(1):61–79.

- Pfajfar, Gregor, Aviv Shoham, Agnieszka Malecka, and Maja Zalaznik. 2022. "Value of Corporate Social Responsibility for Multiple Stakeholders and Social Impact – Relationship Marketing Perspective." *Journal of Business Research* 143(January):46–61. doi: 10.1016/j.jbusres.2022.01.051.
- Pranoto, Asa Ria, and Dede Yusuf. 2016. "Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang Di Desa Sarij Aya." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 18(1):39. doi: 10.22146/jsp.13094.
- Pratiwi, Angrum. 2016. "Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia (Periode 2010-2015)." *ALTijary* 2(1):55–76. doi: 10.21093/at.v2i1.610.
- Reban, Reban, and Imam Fachruddin. 2019. "PERAN PEMERINTAH DALAM PENGELOLAAN PROGRAM CSR DI KABUPATEN TRENGGALEK (Studi Implementasi Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Tanggungjawab Sosial Perusahaan)." *Jurnal Mediasosian : Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara* 2(1):19–26. doi: 10.30737/mediasosian.v2i1.191.

Sri Ardani, Ni Ketut, and Luh Putu Mahyuni. 2020. “Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Manfaatnya Bagi Perusahaan.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(1):12. doi: 10.38043/jmb.v17i1.2339.

Zetta, Zagita Zilvana, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty. 2021. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI PERUSAHAAN FACTORS AFFECTING THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN THE COMPANY.” 2(3).

Siagian, Suriadi (2020) *CSR Perspektif Pekerjaan Sosial. Edisi Ketiga*. PT. Grasindo Monoratama : Medan

Mardikanto, Totok. 2018. *Corporate Social Responsibility Tanggung Jawab Sosial Korporasi. Edisi kedua*. ALFABETA : Bandung

Untung, Budi. 2015. *CSR dalam Dunia Bisnis. Edisi pertama*. CV Andi Offset : Yogyakarta

Yusuf, Wibisono. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT Gramedia : Jakarta.

Pratama et al.. 2021. *Metode Analisis Isi (Metode Penelitian Populer Ilmu-Ilmu Sosial)*. Edisi Pertama. Unisma Press : Malang

Purtra, Dedi K Syah. 2015. *Komunikasi CSR Politik. Edisi Pertama.*

Prenadamedia Group : Jakarta

International Institute for Sustainable Development (2010). *ISO 26000; Corporate Social Responsibility Guidance*

MONOGRAPH

UNPRI PRESS