

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
CALL FOR PAPER

MEMBANGUN DAN MENINGKATKAN DAYA SAING
NASIONAL DI ERA KETERBUKAAN EKONOMI

YOGYAKARTA, 16-18 NOVEMBER 2011

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA

Tema	Membangun dan Meningkatkan Daya Saing Nasional di Era Kerterbukaan Ekonomi
Penyelenggara	Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta
Reviewer	<ol style="list-style-type: none">1. Prof. Dr. Didit Welly Udjianto, MS (UPN "Veteran" Yogyakarta)2. Prof. Dr. Ni Luh Putu Wiagustini (Udayana)3. Dr. Ir. Adi Djoko Guritno, M.Sc (UGM)4. Dr. Sri Setyo Iriani, M.Si (Unesa)5. Dr. Kristian Susilowati, MS (Unibraw)6. Dr. Idayanti N, M.Si (Unhas Makassar)7. Dr. Nurita Andriani, MM (Univ. Trunojoyo)8. Dr. M. Irhas Effendi, MSM (UPN "Veteran" Yogyakarta)9. Dr. Joko Susanto, M.Si (UPN "Veteran" Yogyakarta)10. Dr. Yuni Istanto, MS (UPN "Veteran" Yogyakarta)11. Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si (UPN "Veteran" Yogyakarta)12. Dr. Muafi, M.Si (UPN "Veteran" Yogyakarta)13. Dr. Noto Pamungkas, MS (UPN "Veteran" Yogyakarta)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAHAMAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI MENGENAI SELF ASSESSMENT SYSTEM (STUDI PADA PENGUSAHA KECIL DAN MENENGAH YANG TERDAFTAR DI DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN BANTUL)

Sucahyo Heriningsih, Ichsan Setiyo Budi & Fendy Ferdiansyah 80

PENGEMBANGAN METODE BELAJAR-CEPAT AKUNTANSI: LANGKAH AWAL PENINGKATAN DAYA SAING UMKM

Tomy G. Soemapradja & Holly Deviarti 95

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA INDUSTRI PERTAMBANGAN: SUATU DESKRIPSI

Sri Astuti, Kusharyanti & Ridha Priyanto 115

KAITAN INDEKS RISIKO NEGARA DENGAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

Didi Achjari & Sri Suryaningsum 135

PROSES BELAJAR AKUNTANSI: PERSAMAAN AKUNTANSI vs PERSAMAAN MATEMATIKA?

Sri Suryaningsum 157

POLA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PERUSAHAAN BAGI PENGEMBANGAN UMKM DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Sujatmika 169

KESESUAIAN INDIVIDU DENGAN ORGANISASI TERHADAP KINERJA ORGANISASI (SUATU PROPOSISI)

Pribadi Widyatmojo 175

ANALISIS PENGARUH *INSTITUTIONAL SHAREHOLDER* TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN : PENDEKATAN *TAX BASED HYPOTHESIS* DAN *AGENCY COST BASED HYPOTHESIS*

Khoirul Hikmah 198

POLA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN BAGI PENGEMBANGAN UMKM DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Sujatmika

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk melakukan suatu interaksi sosial terhadap lingkungannya. Tanggungjawab sosial sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan, dan dapat berpengaruh pada kinerja lingkungan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kehadiran dan kepedulian perusahaan besar melalui program CSR akan membawa dampak kepada beberapa pihak diantaranya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan masyarakat disekitarnya. CSR akan lebih bisa berdampak positif jika pemerintah ikut berperan untuk melakukan sosialisasi terhadap CSR. Kinerja lingkungan akan sangat ditentukan dengan sejauh mana pengelolaan perusahaan terhadap lingkungan bisnis khususnya lingkungan eksternal, artikel ini akan membahas tipe strategi pengelolaan lingkungan yang dapat mendukung perusahaan dalam menciptakan kinerja lingkungan yang lebih baik. Beberapa kasus pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan dibahas untuk memberikan gambaran sejauhmana keefektifan program CSR dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat ataupun pemandirian UMKM di Indonesia.

Keywords : Peran strategik Corporate Social Responsibility; Keberlanjutan bisnis; Kinerja lingkungan; Government participation; PolaCSR

I. Pendahuluan

Sejak beberapa tahun belakangan ini banyak masyarakat yang sudah sadar akan dampak yang diakibatkan oleh munculnya beberapa perusahaan yang ada disekitarnya. Hal ini akan mengakibatkan kesadaran perusahaan akan akibat atas kegiatan produksi yang dilakukannya, sehingga perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab social secara simultan. Tanggungjawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau stakeholders (Solikin, 2008).

Lebah(tawon) bekerja dengan prinsip tanpa merusak apapun yang terlibat dalam usahanya menghasilkan madu. Lebah justru menumbuhkan dan menjaga keberlanjutan tanaman yang sari bunganya diambil. Jenis korporasi inilah yang menjadi bentuk ideal dari suatu perusahaan. Berorientasi pada *profit, people, dan planet* (3P) dalam proporsinya yang seimbang menjadi filosofi serta motor

penggerak usaha, artinya tujuan bisnis tidak hanya mencari laba atau profit, tetapi juga mensejahterakan orang atau people dan menjamin keberlangsungan hidup planet (Elkington 1977 dalam Sarfian 2008). Hal tersebut dalam perkembangannya didunia bisnis dikenal dengan tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *Stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi dibidang hukum (Darwin 2004).

Sayekti dan Widodo (2007) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan diharapkan dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa datang. Pengungkapan CSR, merupakan bagian dari pengungkapan sukarela perusahaan. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi social dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006).

Legitimacy Theory tentang hubungan perusahaan dengan masyarakat menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai Justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Sayekti dan Wondobio 2007). Dan jika terjadi ketidakselarasan antara system nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Sayekti dan Wondobio 2007).

II. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR, also called corporate responsibility, corporate citizenship, responsible business and corporate social opportunity) is a concept whereby organizations consider the interests of society by taking responsibility for the impact of their activities on customers, suppliers, employees, shareholders, communities and other stakeholders, as well as the environment.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggungjawaban social perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social kedaam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders yang melebihi tanggungjawab organisasi hukum (Darwin, 2004).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka

terhadap social/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian modal dan kemitraan kepada UMKM, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat social dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut berada.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan fenomena strategis perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *Stakeholder*-nya. *Stakeholder* (Freeman, 1984) adalah kelompok ataupun individu yang dapat mempengaruhi atau sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan, sehingga secara eksplisit dapat disimpulkan bahwa stakeholder dapat mempengaruhi kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan. Menurut Blaiir et.al (1991) *stakeholders* "is group or individuals who have an interest in the actions of an organization and ability to influence it" yang diartikan bahwa stakeholders sebagai sebuah kelompok atau individu yang memiliki kepentingan dan dapat pula mempengaruhi jalannya operasional perusahaan. Stakeholders disini tidak cuma sebatas individu saja tetapi juga termasuk kelompok masyarakat dan unit-unit usaha yang ada yang bisa diajak kerjasama dan saat ini usaha-usaha tersebut dapat diwadahi dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting dari pada sekedar *profitability*. Disamping itu sinergitas didalam memperdayakan usaha-usaha kecil mikro dan menengah juga menjadi kunci penentu dalam rangka memperkuat daya saing dimasa yang akan datang.

III. Tanggungjawab Social Perusahaan (*Social Corporate Responsibility*)

Klasifikasi konseptual tanggungjawab social perusahaan dikemukakan oleh Carrol (1991); Wattrick dan Cohan (1985) dengan memberikan karakteristik tanggungjawab perusahaan yang didasarkan pada empat tipe perusahaan:

1. Tipe Perusahaan Reaktif (*Reactive*) dengan cirri:
 - a. Tidak adanya dukungan dari manajemen.
 - b. Manajemen merasa entitas social itu tidak penting
 - c. Tidak adanya dukungan pelatihan tentang entitas social kepada karyawan
2. Tipe Perusahaan Defensif (*Defensive*) dengan cirri:
 - a. Isu lingkungan social hanya diperhatikan jika dipandang perlu.
 - b. Sikap perusahaan tergantung pada kebijakan pemerintah tentang dampak lingkungan social yang harus dilaporkan.

- c. Sebahagian kecil karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan.
3. Tipe Perusahaan Akomodatif (*accommodative*) dengan cirri:
- Terdapatnya beberapa kebijakan Top manajemen tentang lingkungan social.
 - Kegiatan akuntansi social dilaporkan secara internal dan sebahagian kecil secara eksternal.
 - Terdapat beberapa karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan.
4. Tipe Perusahaan Proaktif (*Proactive*) dengan cirri:
- Top Manajemen mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan social perusahaan.
 - Kegiatan akuntansi social dilaporkan baik secara internal maupun eksternal perusahaan.
 - Karyawan memperoleh pelatihan secara berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan social perusahaan.

IV. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti, diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, memenuhi ketentuan kontrak pinjaman, memenuhi ekspektasi masyarakat, melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (**Degan dan Blomquist, 2001**).

Adapun alasan perusahaan dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) antara lain sebagai berikut (**Dian, 2007**):

- Alasan Social, perusahaan melakukan CSR untuk memenuhi tanggungjawab social masyarakat. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan mengembangkan unit-unit usaha dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan akibat operasi perusahaan.
- Alasan Ekonomi, motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Program CSR sebagai daya tarik tersendiri bagi perusahaan untuk menarik minat investor.
- Alasan Hukum, munculnya peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan Perseroan Terbatas untuk melakukan tanggungjawab social, yaitu Undang-Undang PT No. 40 Pasal 74 yang isinya mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang terkait langsung terhadap SDA dan menghasilkan limbah.

Menurut **Chuck Williams (2001)**, perusahaan dapat memberi manfaat yang terbaik bagi stakeholder dengan cara memenuhi tanggungjawab-tanggungjawab sebagai berikut:

1. Tanggungjawab Ekonomis, sebuah perusahaan menghasilkan laba dimana sebuah perusahaan harus memiliki nilai tambah sebagai prasyarat untuk dapat berkembang. Laba merupakan pondasi yang diperlukan demi kelangsungan hidup perusahaan. (*make a profit*).
2. Tanggungjawab Hukum, dimana dalam mencapai tujuannya mencari laba sebuah perusahaan harus mentaati hukum. Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang atau dihindari. (*obey the law*)
3. Tanggungjawab Etika, perusahaan berkewajiban menjalankan hal yang baik dan benar, adil, dan berimbang. Perusahaan harus menghindari praktek yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut diatas. Norma-norma masyarakat menjadi rujukan bagi langkah-langkah bisnis perusahaan. (*be ethical*)
4. Tanggungjawab Filantropis, tanggungjawab ini mewajibkan perusahaan untuk memberikan kontribusi kepada public dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan semuanya. (*be a good corporate citizen*).

Seluruh pelaksanaan tanggungjawab social yang telah dilaksanakan oleh perusahaan akan disosialisasikan kepada public, salah satunya melalui pengungkapan social dalam laporan tahunan perusahaan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, dan social, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Berdasarkan peraturan Bapepam, No VIII.G.2 tentang laporan tahunan mengatakan bahwa pengungkapan tanggungjawab social disusun dengan 7 katagori yaitu, lingkungan, energy, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Di Indonesia, tidak secara eksplisit mewajibkan bagi perusahaan untuk mengungkapkan kewajiban dan biaya yang berhubungan dengan tanggungjawab social, namun telah terdapat beberapa PSAK yang menyinggung isu lingkungan, antara lain: PSAK 1 tentang penyajian laporan keuangan (revisi 1998) yang dinyatakan dalam PSAK 1 par.09.

Dalam PSAK 33 terdapat sub seksi yang dianjurkan untuk mengungkapkan lingkungan atau biaya-biaya yang berhubungan dengan lingkungan. Selain itu pemerintah melalui UU Perseroan Terbatas, pasal 74 hanya mewajibkan pelaksanaan tanggungjawab social dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA), (Kompas, 2007).

Dari sini nampak jelas bahwa CSR bagaimanapun dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tanpa harus dipaksa supaya berdampak tidak hanya internal saja tetapi juga berdampak kepada UMKM dan pada masyarakat umum, sehingga memunculkan suatu kepercayaan yang lebih baik lagi oleh masyarakat

terhadap perusahaan-perusahaan tersebut. Dan dimasa yang akan datang dapat berjalan dengan baik.

V. Kesimpulan

Corporate Social Responsibility (CSR) akan lebih berdampak positif bagi masyarakat ataupun UMKM apabila pemerintah ikut berperan untuk melakukan sosialisasi tentang aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah itu sendiri. Seperti Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. CSR akan mempunyai dampak positif pula bagi UMKM dengan cara kemitraan dan perkuatan permodalan bagi UMKM dan masyarakat, jika pemerintah dan lembaga memfasilitasi, mengawal, mendukung, mengawasi dan memberi penghargaan (*reward*) serta konsistensi dari tingkat pusat dan daerah terhadap kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya pelaksanaan CSR tersebut.

Daftar Pustaka

- Ali, Suryadharma, (2007), *Kembangkan Lembaga Keuangan Mikro dari Dana CSR* (wawancara dalam majalah Bisnis & CSR :Reference for Decision Maker)
- Dian, “Memahami Corporate Social Responsibility Sebagai Wujud Investasi Perusahaan”, www.csrindonesia.com.
- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke (2005) “*The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*”, *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp.391-430.
- Ikatan Akuntan Indonesia, (2004), *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kompas (2007) “*Perusahaan Sebagai Agen Perubahan*”, Fokus, 4 Agustus 2007.