

Digital Repository Universitas Jember

PERAN PERGURUAN TINGGI DAN DUNIA USAHA DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI ERA MEA

EKONOMI

Padang - Sumatera Barat
27 - 28 Oktober 2016

IFKM
DSRI
2016



Penyelenggara



Co-Host



PROSIDING KONFERENSI NASIONAL

Pengabdian kepada Masyarakat dan
Corporate Social Responsibility
PKM-CSR 2016

**Peran Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha dalam
Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan di
Era MEA**

Padang, 27 – 28 Oktober 2016

SERI EKONOMI

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

PROSIDING KONFERENSI NASIONAL

Pengabdian kepada Masyarakat dan
Corporate Social Responsibility I
PKM-CSR 2016

**Peran Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha dalam
Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan di
Era MEA**

SERI EKONOMI

ISBN: 978-602-97797-5-2

Editor : Rudy Pramono
Adolf J.N. Parhusip

Kulit Muka : Eston K. Mauleti

Tata Letak : Michael

Penerbit:

LPPM Universitas Pelita Harapan

Lippo Karawaci, Tangerang

T. 021 5460901

F. 021 5460910

Email: lppm@uph.edu

Cetakan pertama, Oktober 2016

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Isi manuskrip sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

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

PROSIDING KONFERENSI NASIONAL

Pengabdian kepada Masyarakat dan
Corporate Social Responsibility I
PKM-CSR 2016

**Peran Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha dalam
Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan di
Era MEA**

SERI EKONOMI

REVIEWER:

P.M Winarno
Rudy Pramono
Endah Murwani
Kholis Audah
Arko Djajadi
Indiwan Seto Wahyu Wibowo
Friska Natalia
Adolf J.N. Parhusip
Nila Krishnawati Hidayat
Tanika D. Sofia
Eka Budiarto
Sri Mulatsih

MENGAKUNTANSIKAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*: PENGUKURAN DAN PENYAJIAN BIAYA SOSIAL DALAM LAPORAN KEUANGAN

Zarah Puspitaningtyas
Universitas Jember, Jember
e-mail: zp.zarahpuspita@gmail.com

ABSTRAK

Prinsip dasar tata kelola perusahaan yang baik (good corporate governance) mengharuskan perusahaan untuk bertanggungjawab baik pada stockholders (pemilik atau pemegang saham) maupun stakeholders (pemangku kepentingan, seperti: pemerintah, karyawan, dan masyarakat luas). Oleh karena itu, diperlukan suatu akuntansi yang mampu mengukur aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan atau corporate social responsibility. Akuntansi tersebut disebut sebagai akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan atau corporate social responsibility accounting. Tujuan akuntansi corporate social responsibility adalah menyajikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan bagi semua pihak yang berkepentingan terkait dengan aktivitas sosial sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Paper ini merupakan sebuah tinjauan atas praktek mengakuntansikan corporate social responsibility yang dipandang dari perspektif pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan. Bagaimana mengukur biaya corporate social responsibility dan bagaimana menyajikannya dalam laporan keuangan menjadi rumusan masalah dalam paper ini. Sebab, selain pengukuran biaya corporate social responsibility, permasalahan akuntansi corporate social responsibility terletak pada bagaimana penyajiannya dalam laporan keuangan. Metode analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif naratif. Hasilnya diharapkan mampu mengkonfirmasi pentingnya pemahaman atas dimensi teoretis dan praktis dalam mengakuntansikan corporate social responsibility sebagai investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnisnya, serta mampu memberikan kontribusi pemahaman atas pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan.

Kata kunci: akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan, biaya sosial

ABSTRACT

The basic principles of good corporate governance requires companies to take responsibility for both the stockholders (owners or shareholders) and stakeholders (stakeholders, such as government, employees, and society at large). Therefore, we need an accounting that is capable of measuring the activity of corporate social responsibility. The accounting referred to as the accounting of corporate social responsibility. The purpose of accounting for corporate social responsibility is to present information that is useful in decision making for

all interested parties associated with social activities as a form of corporate responsibility to the social environment. This paper is a review of the accounting practices of corporate social responsibility which is seen from the perspective of measurement and presentation of social costs in the financial statements. How to measure the cost of corporate social responsibility and how to present them in the financial statements be the problem in this paper. Because, in addition to the measurement of the cost of corporate social responsibility, corporate social responsibility accounting problem lies in how the presentation in the financial statements. The analysis method using a qualitative approach, which is a descriptive narrative. The results are expected to confirm the importance of understanding the theoretical and practical dimensions of the corporate social responsibility accounting as an investment for the company for growth and sustainability of its business, as well as able to contribute to the understanding of the measurement and presentation of social costs in the financial statements.

Keywords: *corporate social responsibility accounting, social costs*

I. PENDAHULUAN

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pada hakikatnya merupakan nilai yang melandasi aktivitas perusahaan. CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan. Oleh karenanya, CSR harus diimplementasikan secara komprehensif dan seimbang. CSR merupakan perwujudan kontribusi perusahaan untuk ikut serta mewujudkan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yaitu pembangunan yang bertujuan memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan generasi yang akan datang (Ambarini, 2010; Rahmatullah, 2011).

Aktivitas perusahaan terkait dengan perwujudan pertanggungjawaban sosial disebut sebagai aktivitas (kegiatan) sosial. Aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan memerlukan biaya yang disebut sebagai biaya sosial (*social cost*). Biaya sosial yang terjadi harus diukur dan disajikan pada laporan keuangan. Hal tersebut selaras dengan tujuan laporan keuangan, yaitu menyajikan informasi akuntansi sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan (manajemen) kepada para pemakai (*user*) (Puspitaningtyas, 2012). Prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) juga mengharuskan perusahaan untuk melaporkan kinerja keuangannya baik pada *shareholders* maupun *stakeholders*.

Paper ini merupakan sebuah tinjauan atas praktek mengakuntansikan CSR yang dipandang dari perspektif pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan. Bagaimana mengukur biaya sosial dan bagaimana menyajikannya dalam laporan keuangan menjadi rumusan masalah dalam paper ini. Sebab, selain pengukuran biaya sosial, permasalahan akuntansi CSR terletak pada bagaimana penyajiannya dalam laporan keuangan.

Pembahasan sebagai hasil analisis disajikan dalam beberapa bahasan, yaitu konsep CSR (didalamnya juga menjelaskan tentang aktivitas dan biaya sosial), akuntansi CSR, serta pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan

keuangan. Hasil yang disajikan dari analisis paper ini diharapkan mampu mengkonfirmasi pentingnya pemahaman atas dimensi teoritis dan praktis dalam mengakuntansikan CSR sebagai investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya, serta mampu memberikan kontribusi pemahaman atas pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan.

II. METODE

Metode analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif naratif, pada objek delapan industri batik di Banyuwangi. Analisis bersifat deskriptif naratif yaitu bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan rangkaian suatu fenomena. Penggambaran dilakukan berdasarkan *review* dari beberapa hasil studi empirik yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya: Azizah (2011), Dewi (2013), dan Kurniawan *et al.* (2013). Selanjutnya, hasil *review* diperbandingkan dengan hasil observasi penulis terhadap beberapa industri batik di Banyuwangi. Tujuannya adalah diperoleh suatu gagasan untuk mengakuntansikan CSR dari sudut pandang pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan.

Batik merupakan salah satu sektor industri kreatif yang berpotensi memberikan solusi pada masalah-masalah sosial dan ekonomi bangsa, sekaligus berkontribusi memunculkan persoalan-persoalan lingkungan yang diakibatkan dari limbah produksi. Industri batik banyak terdapat di berbagai kota di Indonesia, diantaranya adalah kota Banyuwangi. Terdapat beberapa industri batik berskala kecil dan menengah di kota Banyuwangi, diantaranya: Godho Batik, Gondo Arum, Sayuwit, Seblang, Srikandi, Tatsaka, Tropical Batik, dan Virdes.

Industri batik membuang limbah produksi (dari proses pewarnaan, pencelupan, dan pencucian) langsung ke sungai di area persawahan, sehingga mengakibatkan air sungai menjadi tercemar. Sudah saatnya industri batik memikirkan dan melakukan tindakan solusi atas terjadinya pencemaran tersebut. Upaya-upaya tersebut memunculkan biaya sosial. Apa saja biaya sosial yang diperkirakan terjadi, bagaimana mengukur dan menyajikannya dalam laporan keuangan akan dijelaskan pada hasil dan pembahasan berikut. Sebagai catatan, tidak semua industri batik di kota Banyuwangi menyajikan laporan keuangan. Setidaknya, pemaparan ini akan membantu memberikan pemahaman atas aktivitas sosial sebagai wujud pertanggungjawaban dan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan pendekatan untuk mengintegrasikan kepedulian lingkungan sosial dalam kegiatan operasi perusahaan berdasarkan prinsip kesukarelaan (Santosa, 2012). Terdapat sinergi yang meliputi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan dalam pengimplementasian CSR sehingga diharapkan konsep

pembangunan berkelanjutan dapat terwujud. Luhglatno (2007), Titisari (2008), Yentifa (2008), Asy'ari (2009), Ma'rif *et al.* (2013), dan Sagitaningrum dan Frisko (2015) mengemukakan bahwa pendekatan CSR timbul sebagai wujud kesadaran sosial perusahaan, bahwa setiap aktivitas perusahaan (baik aktivitas operasional maupun non operasional) tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sekitar.

Aktivitas CSR bersifat sosial, bukan bertujuan komersial dengan menggunakan dana yang telah disisihkan untuk kemasyarakatan atau lingkungan sekitar perusahaan. Jones (1999), Titisari *et al.* (2010), Cheng dan Christiawan (2011), Handriyani dan Andayani (2013), Chan *et al.* (2014), Gregory *et al.* (2014), dan Michel dan Buler (2016) mengungkapkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, cenderung memberikan keuntungan yang lebih tidak hanya dari perspektif finansial, bahkan mampu memberikan prospek pertumbuhan jangka panjang yang lebih baik. Lian dan Fu (2014) mengemukakan bahwa proses strategis CSR dapat dibagi menjadi empat tahap, yaitu: mengintegrasikan CSR ke dalam strategi perusahaan, mengidentifikasi *key stakeholders*, ikut serta dalam aktivitas CSR, dan memberikan manfaat baik secara bisnis maupun sosial.

Kotler dan Lee (2005) mengemukakan bahwa terdapat enam kelompok aktivitas yang dikategorikan sebagai aktivitas sosial yang menunjukkan keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, yaitu: 1) *promotion*, merupakan aktivitas sosial yang dilakukan untuk meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap isu-isu sosial yang sedang berkembang. Aktivitas sosial ini dilakukan melalui komunikasi persuasif; 2) *marketing*, merupakan komitmen perusahaan untuk menyumbangkan sejumlah tertentu dari hasil penjualan untuk aktivitas sosial; 3) *corporate social marketing*, merupakan aktivitas sosial yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat. Aktivitas sosial ini dilakukan dengan memberikan dukungan perubahan perilaku masyarakat; 4) *corporate philanthropy*, merupakan aktivitas sosial yang diberikan secara langsung oleh perusahaan sebagai perwujudan dari rasa dan nilai kemanusiaan; 5) *community volunteering*, merupakan aktivitas sosial yang ditujukan untuk memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan; dan 6) *social responsibility business practices*, merupakan aktivitas sosial yang dimaksudkan untuk melakukan penyesuaian dan pelaksanaan operasional perusahaan yang mendukung kesejahteraan masyarakat dan melestarikan lingkungan, seperti: membangun fasilitas pengolahan limbah, menggunakan kemasan yang ramah lingkungan, dan sebagainya.

3.2 Akuntansi Corporate Social Responsibility

Akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban berfungsi sebagai pengendali dari berbagai aktivitas perusahaan. Akuntansi CSR atau akuntansi sosial sejatinya tidak hanya berfungsi untuk mengukur dan menyajikan biaya sosial, akan tetapi juga mengukur dan menyajikan *benefit costs* yang ditimbulkan dari aktivitas sosial. Jika aktivitas sosial perusahaan terungkap atau tersaji dalam laporan keuangan dan dibaca

oleh publik, maka bukan tidak mungkin perusahaan akan memperoleh reputasi baik atau citra positif dari masyarakat. Hal ini lah yang disebut sebagai aspek *benefit costs* dari aktivitas sosial.

Johansen (2007) mengungkapkan bahwa inisiatif akuntansi CSR dapat dipahami dalam hal interaksi operasi yang efektif dari perspektif karyawan, bahwa pengungkapan akuntansi CSR membawa efek bagi kedisiplinan dan sosialisasi karyawan tidak hanya bersifat formal, akan tetapi juga dipandang sebagai tatanan moral (timbang-balik dari hak dan kewajiban). Masnila (2010) dan Fatourehchi (2015) mengemukakan bahwa dari sudut pandang *customer*, pengungkapan aktivitas CSR dapat memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap komitmen, kepercayaan, dan kepuasan konsumen. Saat ini pilihan konsumen terhadap produk cenderung subjektif, mereka cenderung mencari produk yang lebih memperhatikan masalah lingkungan, sehingga perusahaan yang mengabaikan faktor lingkungan akan cenderung sulit untuk bersaing.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa aktivitas sosial akan memberikan manfaat bagi perusahaan, antara lain: meningkatkan penjualan, memperkuat posisi pasar, meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan, meningkatkan kemampuan untuk mempertahankan dan memotivasi karyawan, menurunkan biaya operasional, dan meningkatkan ketertarikan calon investor untuk berinvestasi.

3.3 Pengukuran dan Penyajian Biaya Sosial dalam Laporan Keuangan

Penyajian biaya sosial di beberapa perusahaan (baik perusahaan kecil maupun besar) di Indonesia masih relatif rendah. Hal tersebut selain karena faktor perusahaan cenderung kurang melakukan aktivitas sosial, juga karena perusahaan cenderung tidak memanfaatkan laporan keuangan sebagai media komunikasi kepada *stakeholders* (Hendarti, 2006). Di Indonesia, penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan secara umum telah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tahun 2004 tentang penyajian laporan keuangan dan *Exposure Draft* PSAK No. 20 tahun 2005 tentang akuntansi lingkungan (Masnila, 2010).

Mengutip Masnila (2010), bahwa dalam PSAK No. 1 tahun 2004 pada bagian tanggungjawab atas laporan keuangan paragraf 09 dinyatakan bahwa:

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

Dalam *Exposure Draft* PSAK No. 20 tahun 2005 pada bagian pendahuluan paragraph 01 dinyatakan bahwa:

”.....perusahaan-perusahaan pada masa kini diharapkan atau diwajibkan untuk mengungkapkan informasi mengenai kebijakan dan sasaran-sasaran lingkungannya, program-program yang sedang dilakukan dan kos-kos yang terjadi karena mengejar tujuan-tujuan ini dan menyiapkan serta mengungkapkan risiko-risiko lingkungan.

Dalam area akuntansi, inisiatif yang telah digunakan untuk memfasilitasi pengumpulan data dan untuk meningkatkan kesadaran perusahaan dalam hal terdapatnya implikasi keuangan dari masalah-masalah lingkungan”.

Biaya sosial adalah seluruh komponen biaya yang berkaitan dengan aktivitas sosial sebagai wujud tanggungjawab perusahaan atas kerugian yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya kepada kehidupan masyarakat sekitar. Santoso (2012) menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi biaya sosial, yaitu: dimensi lingkungan, dimensi sosial, dimensi pemangku kepentingan (*stakeholder*), dimensi ekonomi, dan dimensi sukarelawan (*volunteer*). Biaya sosial yang ditimbulkan dari seluruh aktivitas sosial diungkapkan (disajikan) dalam laporan keuangan sebagai bagian dari pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). *Sustainability reporting* menyajikan laporan terkait dengan kebijakan ekonomi, lingkungan sosial, kinerja organisasi, serta produk perusahaan dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Berdasarkan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan tersebut diharapkan menjadi dokumen strategis bagi perusahaan yang mampu menganalisis tantangan dan peluang untuk menuju *core business* dalam sektor industrinya.

Santoso (2012) mengemukakan bahwa dari kelima dimensi biaya sosial tersebut secara empiris ditemukan bukti bahwa aktivitas CSR memiliki hubungan yang kuat dengan dimensi ekonomi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas CSR bukan merupakan kegiatan yang tulus, akan tetapi selalu dikaitkan dengan motif-motif ekonomi, sehingga dalam implementasinya aktivitas CSR menjadi bias apabila ditinjau dari dimensi sukarela (*volunteer*) yang berbasis pada nilai etika dan moral.

Model implementasi CSR pada perusahaan di Indonesia, menurut Kodrat (2009) terdiri dari beberapa hal berikut: 1) dalam bidang sosial, yaitu memberikan bantuan sosial yang meliputi: bakti sosial, pengadaan sarana kesehatan, rumah ibadah, perbaikan jalan, biaya penanggulangan bencana, serta pembinaan pada masyarakat; 2) dalam bidang pendidikan dan pengembangan yang meliputi pengadaan sarana dan prasarana pendidikan dan pelatihan, serta memberikan beasiswa kepada anak-anak usia sekolah; 3) dalam bidang ekonomi yang meliputi mengadakan program kemitraan, memberikan dana bantuan atau pinjaman lunak untuk pengembangan usaha, serta memberdayakan masyarakat sekitar; 4) dalam bidang lingkungan, meliputi: pengelolaan lingkungan, penanganan limbah, melakukan reklamasi, serta mengupayakan pelestarian alam dan keanekaragaman hayati; 5) dalam bidang konsumen, meliputi: perbaikan produk secara berkesinambungan, pelayanan bebas pulsa, serta menjamin ketersediaan produk; dan 6) dalam bidang karyawan, meliputi: program keselamatan dan kesehatan kerja, jaminan hari tua, serta pemberian remunerasi yang layak.

Cara pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan bagi tiap-tiap perusahaan menggunakan akun biaya yang berbeda-beda. Namun, pada umumnya yang digunakan adalah akun biaya sosial yang terbagi dalam biaya lingkungan, biaya kesejahteraan karyawan, dan biaya masyarakat. Pengukuran dan

penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan menjadi penting, karena: 1) sebagai pertanggungjawaban manajemen perusahaan dalam melaporkan aktivitas sosial yang dijalankan pada *stockholders*, dan 2) sebagai media komunikasi kepada *stakeholders*, bahwa perusahaan telah mengimplementasikan program CSR. Beberapa alasan perusahaan dalam melakukan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan, antara lain: menaati peraturan pemerintah tentang CSR, mendapatkan kepercayaan masyarakat, menarik minat calon investor, dan sebagainya.

Masnila (2010) menyebutkan terdapat tujuh teknik pengukuran biaya dan manfaat aktivitas sosial, yaitu: 1) penilaian pengganti, yaitu memberikan nilai ganti atas kerusakan lingkungan yang terjadi; 2) teknik survei, yaitu melakukan survei kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat terkait dengan ekspektasinya terhadap perusahaan; 3) biaya perbaikan dan pencegahan, yaitu mengukur biaya yang akan dikeluarkan terkait dengan pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan; 4) penilaian (penaksiran) oleh tim independen, merupakan penaksiran yang dilakukan oleh pihak independen dalam menilai barang berwujud, seperti: bangunan dan tanah; 5) putusan pengadilan, yaitu cara untuk menilai atau menghitung kerusakan atau biaya sosial melalui putusan pengadilan; 6) analisa, yaitu melakukan analisis ekonomi dengan pendekatan statistik untuk mengetahui pengukuran biaya sosial; dan 7) biaya pengeluaran, yaitu melakukan pengukuran atas hubungan aktivitas sosial dan manfaatnya.

Berkaitan dengan aktivitas sosial pada industri batik, Kurniawan *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa untuk mewujudkan pengelolaan air limbah batik yang optimal dan berkelanjutan diperlukan pengkajian, perencanaan, kerjasama, dan kemitraan yang baik diantara pelaku usaha dan *stakeholders* dalam kerangka pembangunan yang berkelanjutan. Tindakan solusi yang diusulkan pada industri batik di Banyuwangi sebagai implementasi dari aktivitas CSR, antara lain: penyusunan regulasi oleh pemerintah daerah terkait dengan kebijakan tentang pengelolaan air limbah di Banyuwangi, pembinaan terhadap pelaku usaha batik terkait dengan aktivitas pengelolaan limbah dan pencemaran lingkungan oleh instansi terkait. Sedangkan, aktivitas sosial yang telah diimplementasikan oleh mayoritas pelaku usaha batik, seperti: memberdayakan masyarakat di lingkungan sekitar serta kegiatan bakti sosial harus terus dipertahankan. Selain itu, diupayakan pelaku industri batik melakukan pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan sehingga dapat mengetahui manfaat aktivitas sosial yang telah dijalankan baik pada bisnisnya maupun pada lingkungan sosialnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha batik di Banyuwangi, dapat disimpulkan bahwa mereka tidak mengenal istilah *corporate social responsibility*. Akan tetapi, berdasarkan pada apa yang telah mereka lakukan pada lingkungan sosialnya dapat dikategorikan sebagai aktivitas sosial, diantaranya: pemberdayaan masyarakat sekitar sebagai karyawan (dengan jam kerja yang fleksibel), bersama-sama dengan masyarakat sekitar melakukan kerja bakti secara rutin, ada upaya (walaupun secara sederhana) untuk mengelola limbah produksi sebelum dialirkan ke

pembuangan akhir (sungai) (yaitu, dengan menggunakan bak-bak penampungan untuk menetralkan limbah), memberikan sumbangan untuk pembangunan fasilitas umum, dan memberikan sumbangan untuk kegiatan-kegiatan kemasyarakatan (misalnya, memeriahkan hari kemerdekaan dan hari-hari besar keagamaan).

Berikut adalah kutipan wawancara dengan salah satu pelaku usaha batik di Banyuwangi yang mempertegas pernyataan terkait dengan pemberdayaan masyarakat sekitar dengan jam kerja yang fleksibel:

“karena, karyawan saya banyak yang ibu-ibu jadi jam kerjanya tidak pasti, disesuaikan dengan jam mereka. Biasanya, ada yang mulai bekerja setelah mengantar anak sekolah, setelah masak, atau sepulang dari sawah. Waktunya terserah mereka, karena sistem gajinya sesuai dengan berapa lembar kain yang diselesaikan. Mereka akan menghitung sendiri sesuai kebutuhannya. Selama ini dengan sistem itu tidak ada persoalan bagi kami. Bahkan, saat bulan puasa, mereka rata-rata akan bekerja pagi-pagi setelah sahur, tapi hanya sampai siang, karena mereka harus pulang untuk menyiapkan buka puasa bagi keluarganya. Target hasilnya mereka tentukan sendiri, biasanya mereka akan ngebut kerjanya supaya pada saat hari raya dapat bayaran lumayan. Biaya yang saya keluarkan untuk mereka, saya cata sebagai bagian dari gaji/ bayaran mereka” (Informan HN)

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pengukuran dan penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan penting untuk dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud pertanggungjawaban atas aktivitas sosial yang telah dilakukan kepada *stockholders*, sekaligus sebagai media komunikasi kepada *stakeholders* bahwa perusahaan telah menjalankan aktivitas sosial seperti yang diekspektasikan. Pengelompokan akun biaya sosial dan pengukurannya tergantung pada aktivitas sosial yang perlu dilakukan oleh tiap-tiap perusahaan. Namun demikian, kelompok akun biaya sosial yang pada umumnya diungkapkan adalah biaya lingkungan, biaya kesejahteraan karyawan, dan biaya masyarakat. Sedangkan, penyajian biaya sosial dalam laporan keuangan telah terakomodasi dalam PSAK No. 1 tahun 2004 dan *Exposure Draft* PSAK No. 20 tahun 2005.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarini, NSB. 2010. Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Instrumen Hukum Ekonomi di Era Globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*. 10(3): 308-318.
- Asy'ari, H. 2009. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Modal Sosial pada Pt. Newmont. *Tesis*. Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Azizah, RA. 2011. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan pada UKM Batik Kota Pekalongan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Semarang.

- Chan, MC., Watson, J., Woodliff, D. 2014. Corporate Governance Quality and CSR Disclosures. *J Bus Ethics*. 125: 59-73.
- Cheng, M., Christiawan, YJ. 2011. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 13(1): 24-36.
- Dewi, BK. 2013. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengukurannya terhadap Laba Perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. *Skripsi*. Fakultas ekonomi Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Fatourehchi, V., Parham, H., Yusifov, E. 2015. The Effect of Corporate Social Responsibility on Relation Quality with Customers. *European Online Journal of Natural and social Sciences*. 4(1): 559-566.
- Gregory, A., Tharyan, R., Whittaker, J. 2014. Corporate Social Responsibility and Firm Value: Disaggregating the Effects on Cash Flow, Risk and Growth. *J Bus Ethics*. 124: 633-657.
- Handriyani, AN., Andayani. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. 2(5): 1-15.
- Hendarti, H. 2006. Peranan Biaya Sosial dalam Meningkatkan Kinerja Sosial dan Keuangan Perusahaan High dan Low Profile. *Journal The Winners*. 7(2): 128-143.
- Johansen, TR. 2007. Employees and the Operation of Accountability. *Journal of Business Ethics*. 83: 247-263.
- Jones, MT. 1999. The Institutional Determinants of Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*. 20: 163-179.
- Kodrat, DV. 2009. *Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kotler, P., Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley and Sons, Inc.. New Jersey.
- Kurniawan, MW., Purwanto, Sudarno. 2013. Kajian Pengelolaan Air Limbah Sentra Industri Kecil dan Menengah Batik dalam Perspektif Good Governance di Kabupaten Sukoharjo. *Prosiding Seminar Nasional Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Hal. 501-508.
- Lian, X., Fu, H. 2014. Strategic Corporate Social Responsibility: A Case Study of Yingli Green Energy. *Management & Engineering*. 17: 85-92.
- Luhglatno, 2007. Akuntansi Sosial Bentuk Kepedulian Perusahaan terhadap Lingkungan. *Fokus Ekonomi*. 2(2): 1-16.
- Ma'rif, S., Sugiri, A., Waskitaningsih, N., Hayati, RN. 2013. Kajian Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) di Kota Semarang. *Riptek*. 7(2): 11-35.
- Masnila, N. 2010. *Corporate Social Responsibility: Sebuah Pandangan dari Sudut Akuntansi*. <https://isa7695.wordpress.com/2010/07/19/corporate-social->

[responsibility-sebuah-pandangan-dari-sudut-akuntansi/](#). 12 September 2016.

- Michel, N., Buler, SA. 2016. Maximizing The Benefits Of Corporate Social Responsibility. How Companies Can Derive Benefits From Corporate Sosial Responsibility. *European Scientific Journal*. 499-506.
- Puspitaningtyas, Z. 2012. Relevansi Nilai Informasi Akuntansi dan Manfaatnya Bagi Investor. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 16(2): 164-183.
- Rahmatullah. 2011. CSR dan Kepentingan Pemerintah Daerah. *Proceeding Simposium Nasional Otonomi Daerah*. Hal. 197-202.
- Santosa, REWA. 2012. Corporate Social Responsibility: Dimensi dan Perspektif dalam Penelitian-Penelitian Empiris. *Value Added*. 8(2): 63-77.
- Sagitaningrum, D., Frisko, D. 2015. Corporate Social Responsibility: Keterkaitan Letak Geografis terhadap Desain Program dan Pelaporan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 18(3): 43-58.
- Titisari, KH. 2008. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. *Tesis*. Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Titisari, KH., Suwardi, E., Setiawan, D. 2010. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*. Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Hal. 1-28.
- Yentifa, A. 2008. CSR sebagai Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Lokal. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*. 3(1): 41-46.



Konferensi Nasional PKM-CSR 2016
Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility
"Peran Perguruan Tinggi dan Dunia Usaha Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat di Era MEA"
Padang, Sumatera Barat, 27 - 28 Oktober 2016

SERTIFIKAT

Terima kasih kepada

Zarah Puspitaningtyas

Pemakalah

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Multimedia Nusantara


Dr. Ir. P.M. Winarno, M.Kom
Direktur

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Swiss Jerman


Dr.-Ing. Evita H. Legowo
Direktur

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Pella Harapan


Prof. Dr.-Ing. Harianto Hartiasaputra
Ketua

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Bung Hatta


Dr. H. Abdullah Munzir, M.Si
Ketua

