

PROSIDING SIMPOSIUM NASIONAL

Makassar 14 Desember 2014
Gedung IPTEKS UNHAS Makassar



**MEMBANGUN KARAKTER
PANCASILAIS DAN
KEMANDIRIAN BANGSA**

Diterbitkan Oleh
Majelis Cendekiawan Republik Indonesia

DAFTAR NAMA PENYERAHANAN NASKAH MCRI

NO	NAMA	INSTITUSI	JUDUL	KET
1	Ahmad A.B	Akademi Pariwisata Makassar	Membangun Citra Destinasi Wisata Konvensi	
2	Hapsawati Taan	Univ. Negeri Gorontalo	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Karsa Utama Lestari Gorontalo)	
3	Arnis Budi Susanto	STIE Pelita buana	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Swasta	
4	Andriana	Univ. Jember	Pengungkapan <i>Corporate Social Responbility</i> Bagi Perusahaan: Perspektif Akuntansi Sosial	
5	St. Rukaiyah	STIE Pelita Buana	Pengaruh Faktor Komunikasi, Kompensasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan	
6	Rahmat Laan	Univ. Muhammadiyah Kupang	Pengaruh Kompensasi Dan Pengembangan Pegawai Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai	
7	Hendrikus Lembang	Univ. Musamus Merauke	Kesejahteraan Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Kemandirian Bangsa	
8	Hasniaty	STIE AMKOP	Meningkatkan Daya Saing Tenaga Pendidik Perguruan Tinggi Melalui Pelaksanaan Program Beasiswa Luar Negeri Sandwich Like	

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BAGI PERUSAHAAN: PERSPEKTIF AKUNTANSI SOSIAL

Andriana, SE, M.Sc, Ak, CA

Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi

Universitas Jember

Abstrak

Paper ini bertujuan untuk memberikan gambaran CSR di perusahaan. Paper ini menjelaskan mengenai aturan pemerintah mengenai CSR, kritikan terhadap CSR serta dampak CSR bagi perusahaan dan pengungkapan CSR dari sudut pandang akuntansi sosial. Metode yang digunakan dalam paper ini yaitu deskriptif mengenai CSR dan kaitannya dengan teori-teori Akuntansi. Hasil yang dicapai dalam paper ini menunjukkan bahwa CSR mampu meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Terkait pengungkapan CSR dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu tema yang diungkapkan, tingkat pengungkapan, lokasi atau tempat pengungkapan dan tipe pengungkapan

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, *Good Corporate Governance*, Akuntansi Sosial, Legitimasi Theory, Stakeholder Theory

Pendahuluan

Sejak tahun 1990an, masalah mengenai tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi masalah baik di bidang politik maupun bisnis. Kebutuhan untuk adanya aturan yang lebih proaktif bagi perusahaan untuk berperan serta dalam proses perkembangan baik pada pertumbuhan ekonomi dengan kestabilan lingkungan dan masalah sosial yang ada mendorong munculnya *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR akan melibatkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan bagi perusahaan, dimana perusahaan merupakan perwujudan tanggung jawab operasional perusahaan.

CSR merupakan suatu bentuk kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan sebagaimana yang tercantum dalam UU no 40 tahun 2007. Dengan adanya Undang-undang ini maka perusahaan wajib melaksanakan CSR namun bukan berarti menjadi memberatkan perusahaan, karena jika ditelaah lebih mendalam, kemajuan suatu negara dan perkembangan ekonomi bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, namun juga merupakan tanggung jawab perusahaan dan seluruh elemen masyarakat dalam menciptakan kesejahteraan sosial. Posisi perusahaan adalah mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memperhatikan lingkungan hidup.

Dalam perkembangannya, CSR menjadi isu yang penting bagi perusahaan dikarenakan masih menjadi perdebatan, hal ini dikarenakan adanya pandangan yang berbeda mengenai CSR. Disatu sisi, CSR dipandang harus dilakukan secara sukarela oleh perusahaan, namun disisi lain dengan adanya undang-undang tersebut akan memaksa perusahaan untuk melaksanakan CSR. Kondisi ini akan memunculkan permasalahan yaitu adanya perbedaan paradigma dari pelaku bisnis yaitu perusahaan se-

hingga masih ada beberapa perusahaan yang menolak menjalankan CSR. Seperti yang dikemukakan oleh Friedman (1976) bahwa perusahaan dalam operasionalnya telah menyetorkan pajak kepada negara sehingga CSR menjadi tanggung jawab pemerintah. Pandangan lainnya yaitu memandang CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan karena program-program CSR dilakukan berdasarkan pada kebutuhan masyarakat atau lebih dikenal dengan *Good Corporate Governance* (GCG).

Disisi lain, dengan adanya perdebatan mengenai CSR bagi perusahaan mendorong munculnya akuntansi kontemporer yaitu akuntansi sosial (*social accounting*). Akuntansi sosial merupakan pengukuran dan pelaporan baik secara internal maupun eksternal atas informasi yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan masyarakat (Kolk,2003). Namun akuntansi sosial masih dipandang sebelah mata oleh sebagian perusahaan, karena bagi beberapa perusahaan memandang pelaporan yang terkait CSR hanya berupa pelengkap saja sehingga tidak bisa dijadikan acuan untuk menilai kinerja CSR yang dilakukan perusahaan (Gray,2006). Akuntansi sosial menekankan konsep akuntabilitas perusahaan. D. Crowther (2000) mendefinisikan akuntansi sosial dalam pengertian ini sebagai "sebuah pendekatan untuk melaporkan kegiatan perusahaan yang menekankan kebutuhan untuk mengidentifikasi perilaku sosial yang relevan, penentuan mereka kepada siapa perusahaan bertanggung jawab untuk kinerja sosial dan pengembangan tindakan yang tepat dan teknik pelaporan

Kritikan Terhadap Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Kritikan yang muncul terkait pelaksanaan CSR perusahaan yaitu seringkali dalam pelaksanaannya perusahaan

mengeluarkan biaya yang tidak sedikit terkait CSR sehingga muncul anggapan bahwa CSR hanya mampu dilakukan oleh perusahaan besar. Hal ini dapat menimbulkan permasalahan yaitu perusahaan besar dimana memiliki kemampuan untuk memanipulasi opini publik, dimana terkadang kegiatan CSR yang dilakukan hanya untuk menutupi perilaku tidak etis dan melanggar hukum. Disisi lain, perusahaan besar juga dapat menjadi sorotan apabila terbukti melakukan perbuatan tidak etis atau bahkan melanggar hukum. Hal berbeda jika perusahaan kecil yang melakukannya sehingga luput dari perhatian publik. Padahal perilaku-perilaku yang tidak etis serta perubahan melanggar hukum yang dilakukan oleh siapapun tidak dapat diterima. Pada posisi ini, media memiliki peranan untuk memberikan tekanan bagi perusahaan.

Peranan media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan sehingga perusahaan tidak dapat mengabaikan peranan media (William, 1993). Media massa menjadi penting karena juga merupakan salah satu komponen stakeholder perusahaan (Freeman, 1984). Media mampu memberikan informasi kepada masyarakat dan berfungsi sebagai alat publikasi kebijakan yang dilakukan perusahaan terkait isu sosial dan lingkungan.

Dalam menjawab kritikan tersebut dapat merujuk pada teori legitimasi dimana menjelaskan bahwa perusahaan harus terus berupaya untuk tetap didalam norma hukum dan perilaku etis selama melakukan CSR sehingga kegiatan mereka dapat diterima oleh masyarakat (Deegan,2004). Perusahaan memiliki keterikatan dengan masyarakat dalam melakukan kegiatannya berdasar norma yang ada di masyarakat.

Teori legitimasi juga menjelaskan keterkaitan nilai perusahaan dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Lindblom (1995) dalam Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau status yang ada ketika suatu system nilai perusahaan seiring dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau yang potensial ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Secara empiris, beberapa penelitian yang berkaitan tentang isu sosial perusahaan dalam mengelola CSR dan lingkungannya menunjukkan bahwa perusahaan tidak bisa terlepas dari fokus isu-isu sosial dan lingkungan karena berdampak pada legitimasi perusahaan baik dari segi kinerja CSR, (Henriques dan Sadosrky,1995); Praktik pengungkapan sosial (Ince, Davult, 1997, Andrew, et.al, 1989, Hacston. et.al, 1986); Pelaporan akuntansi sosial (Tsang dan Erick,1998).

Dampak *Corporate Social Responsibility* Bagi Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan

Secara empiris, berbagai penelitian bidang akuntansi menunjukkan CSR memiliki manfaat bagi perusahaan secara ekonomi yaitu dapat meningkatkan tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan. Untung (2010) mengungkapkan bahwa *good-corporate governance* berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa *goodcorporate governance* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Demikian pula dengan Avita (2010). Simpulan penelitiannya menunjukkan hasil bahwa penerapan *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap ROA dan penerapan *good corporate governance* juga tidak berpengaruh terhadap NPM. Dari hasil-

hasil penelitian yang masih kontradiktif tersebut menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan melakukan pengkajian lebih mendalam. Selain itu penelitian Ullman (1985) menyatakan bahwa dampak dari peningkatan kinerja sosial yang diungkapkan perusahaan dapat mempengaruhi kinerja ekonomi yang diukur dengan rasio dalam laporan keuangan.

Sedangkan secara teoritis konsep mengenai CSR dapat dijelaskan dengan menggunakan teori stakeholder (*Stakeholder Theory*) dimana dalam teori stakeholder menjelaskan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan stakeholder, nilai-nilai perusahaan, penghargaan masyarakat dan komitmen perusahaan dalam mendukung pembangunan yang *sustainable*. Dalam operasionalnya, perusahaan tentu saja memaksimalkan laba untuk memberikan manfaat bagi para stakeholder perusahaan, namun tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya memandang *profit oriented* saja, melainkan lebih luas yaitu mampu memberikan kesejahteraan bagi semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan (Untung, 2008).

Berman *et al.* (1999) mengaitkan antara teori *stakeholder* dengan kinerja sosial dan kinerja keuangan. adalah teori ini mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Oleh karena itu perusahaan akan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan karena adanya komitmen moral dari manajemen perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, komitmen moral ini akan mendorong perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan (yang memerhatikan kepentingan para pemangku kepentingan) dimana strategi perusahaan akan berpengaruh terhadap pencapaian kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan yang biasa digunakan dalam penelitian akuntansi berupa kinerja keuangan dan kinerja pasar. Walaupun telah dikenal beberapa indikator

kinerja keuangan kontemporer seperti economic value added (EVA) dan market value added (MVA), kinerja keuangan tradisional yang menggambarkan profitabilitas dalam bentuk rasio seperti *return on investment* (ROI), *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE) masih relevan digunakan karena lebih serhana, komprehensif, dan dapat digunakan oleh semua perusahaan (Wheelen dan Hunger, 2002:247).

Pada umumnya para stakeholder memiliki kemampuan untuk mengendalikan pemakaian sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan besar kecilnya peranan para stakeholder dalam memanfaatkan sumberdaya perusahaan dalam kegiatan CSR perusahaan. Oleh karena itu, " ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*" (Ullman 1982). Dengan demikian secara teoritis, teori stakeholder berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholdernya* .

Berdasarkan kajian *Stakeholder Theory* dapat dijelaskan secara empiris maupun secara teoritis bahwa CSR perusahaan memiliki dampak bagi perusahaan yang memuat kandungan informasi sehingga memiliki manfaat ekonomi bagi perusahaan yaitu mendukung peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal itu dapat mendukung perusahaan dalam meningkatkan nilai lebih bagi para pemilik (shareholders) yaitu meningkatkan pengembalian investasi bagi para pemilik yang ditunjukkan dengan ROE.

Peranan Akuntansi Sebagai Pusat Informasi *Corporate Social Responsibility*

Secara umum akuntansi sosial bertujuan untuk mengukur dan mengungkapkan laba atau rugi dari biaya sosial yang

dikeluarkan perusahaan dalam kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan di masyarakat. Biaya sosial ini biasanya dikaitkan dengan produk baik barang atau jasa yang dihasilkan maupun ketenagakerjaan di lingkungan sekitar perusahaan. Pengungkapan ini dilakukan di dalam laporan keuangan perusahaan atau laporan tahunan perusahaan. Informasi nonkeuangan dan keterlibatan sosial perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder*. Pengkomunikasian aktivitas tersebut dilakukan dengan berbagai cara dan media pengungkapan. Salah satu alat atau media yang dapat digunakan adalah laporan tahunan. Pengungkapan (*disclose*) berarti penyampaian (*release*) informasi. Akuntan cenderung menggunakan dalam pengertian yang lebih terbatas yaitu penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, biasanya laporan tahunan (Hendriksen 2000). Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu tema yang diungkapkan, tingkat pengungkapan, lokasi atau tempat pengungkapan dan tipe pengungkapan.

Akuntansi sosial *berkembang sejalan dengan berkembangnya* CSR. Kotler dan Lee (2005:3) menjelaskan bahwa akuntansi sebagai pusat informasi aktivitas operasi bisnis dan aktivitas CSR perusahaan, seharusnya dapat menggambarkan informasi yang lebih lengkap setidaknya untuk pihak internal perusahaan. Praktek akuntansi yang ada saat ini diharapkan mampu menciptakan realitas sosial yang merefleksikan kehidupan sosial perusahaan di masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Suryana, (2009), praktik akuntansi yang digunakan dalam dunia bisnis sekarang tidak lain merupakan konsep yang dibuat dan dihasilkan oleh akuntan. Hal ini yang menyebabkan akuntansi perusahaan dituntut mampu memberikan informasi yang akurat dalam menjelaskan realitas

aktivitas perusahaan secara menyeluruh sehingga dapat dipahami terkait realitas aktivitas CSR perusahaan.

Untuk menekan adanya perbedaan pandangan mengenai CSR maka sebaiknya perusahaan menyisihkan dana mereka untuk melakukan program CSR mereka dan kemudian melaporkan hasilnya ke publik baik melalui laporan keuangan periodik maupun tahunan. Namun, berapa besar dana CSR dan pengelolaannya, serta apa saja program-program CSR, dan bagaimana pelaporannya kepada publik tergantung pada kebijakan masing-masing korporasi. (Lako, 2007).

Kesimpulan

Program CSR yang berkelanjutan diharapkan dapat membantu menciptakan kehidupan dimasyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut, sesuai dengan kemampuannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Kingsley Davis dan Wilbert Moore, menurut mereka bahwa didalam masyarakat terdapat Stratifikasi social dimana stratifikasi social itu dibutuhkan masyarakat demi kelangsungan hidup yang membutuhkan berbagai jenis pekerjaan.

Pergeseran pemikiran terhadap tanggung jawab pengelolaan organisasi yang semula hanya kepada *stockholders* (pemilik/pemegang saham) menjadi pada *stakeholders* (pemilik, karyawan, pemerintah dan masyarakat luas). Tekanan dan tuntutan stakeholders ini direspon oleh perusahaan dengan menunjukkan berbagai bentuk aktifitas *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial mereka pada masyarakat dan lingkungan. Prinsip CSR mengharuskan perusahaan untuk

memberikan laporan bukan hanya kepada pemegang saham, calon investor, kreditur, dan pemerintah semata tetapi juga kepada stakeholders lainnya termasuk karyawan dan masyarakat. Aktifitas CSR ini menimbulkan biaya yang pada gilirannya akan disajikan antara lain dalam laporan ke-uangan/laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan corporate Social Responsibility / tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan berdasarkan tema yang diungkap, tipe pengungkapan, tingkat pengungkapan, maupun lokasi dimana tanggung jawab sosial tersebut diungkapkan.

Daftar Pustaka

- Abbot, WF, dan Monsen, 1979, *The Measurement Of Corporate Social Responsibility : Self Reported Disclosure As A Method Of Measuring Corporate Social Involment*, Academy of Management Journal, Vol 22.No.3.pp 501-515
- Avita, Y. 2010. *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar pada Corporate Governanve Perception Index..* Universitas Wijaya Kusuma. Surabaya.
- D. Crowther,2000. *Social and Environmental Accounting* (London: Financial Times Prentice Hall.
- Freeman.R.E., 1984, *Strategic Management : A Stake Holder Approach*, Boston: Fitman USA
- Gray, Rob. 2006. *Social, Environmental and Sustainability Reporting and Organisation Value Creation? Whose Value? Whose Creation?* Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol.19 (6) pp 793-819
- Hendriksen, Eldon S. dan Michael F. Van Breda. 2002. *Teori Akunting*. Terjemahan oleh Herman Wibowo. Buku 2. Edisi Kelima. Jakarta : Interaksara.
- Kolk, Ans. 2003. *Trends in Sustainability Reporting by the Fortune Global*. Business Strategy and the Environment.
- Kotler, Philip and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey : John Wiley and Sons, Inc..
- Lako, Andreas. 2007. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga, Jakarta.
- Suryana, Agus. 2009. *Implementasi Akuntansi Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. Universitas Udayana, Bali.

- sUntung, U. 2010. *Pengaruh Implementasi Good Corporate Governance Terhadap Return Saham Melalui Profitabilitas dan Likuiditas..* Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Ullman, A. 1985. *Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationship Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance.* Academy of Management Review Vol. 10, p. 540-577.
- Unwin, Loma, 2001, *Stakeholder And Qualification*, centre for labour Market Studies University of Leicester