

**STUDI EKSPLORASI PRAKTIK CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY SERTA MOTIF YANG TERKANDUNG  
DIDALAMNYA (KASUS PERUSAHAAN GO PUBLIK DIBURSA  
EFEK INDONESIA)**

**Nor Hadi**

*Jurusan Ekonomi Islam STAIN Kudus*

**ABSTRACT**

*This article describes the scope of practice of social responsibility sejauhmanan conducted by the company, what the underlying motive, as well as the availability of coverage the company made the disclosure in the report tahunan. The research on this topic empirically based argument that echoes of the past decade It was not followed konsisten by the company in implementing social responsibility, as accountability and openness. The came a series of questions, why is there a company inconsistent behavior, there is a motive behind it, what and how can any portrait of the implementation of social responsibility that has been The results showed that the availability of corporate accountability and openness in annula report are at a higher gap, ie there are companies doing with full disclosure keseriusan, even the number of social disclosures reach 600 items. On the other hand, there are also companies simply do disclosure obligations suggested by the rules, even the number of social pengungkapan less than 30 items. The reason that companies use in tersebut disclosure is a trade of cost and benefit, which, more economic motives as tendencius. The Company made further disclosures using large part because of social pressure system (system epproech). Viewed from the aspect of social responsibility strategy implementation, there are three approaches, namely: (1) philantrppic, (2) semi-productive partnerships, and (3) productive partnership.*

**Keywords:** *Social Responsibility, Motive Approarch, System Approach, Philantrpic; Community Development. Keywords: Social.*

**PENDAHULUAN**

**Latar belakang Masalah**

Pada skala nasional, terdapat berbagai dampak externalities *dis-economics* seperti kasus Free Port di Papua yang merupakan kasus monumental berskala nasional, dimana 42 juta hektar dengan aneka ragam hayati terancam eksosistemnya, tak terkecuali suku-suku di Papua yang kehidupannya sangat bergantung pada alam (nomadis) kini kehilangan alam tempat mereka bergantung menambah sederetan dampak sosial kemasyarakatan. Ironisnya, satu gunung bernama Etrsberg yang merupakan tempat leluhur suku Amungme (menurut kepercayaan mereka) tak luput dari eksploitasi, sehingga mereka menjadi marah dan tersinggung serta merasa terjah hak asasi dan keyakinannya. Belum lagi, kasus Newmond di Sulawesi, Caltex di Riau, Lapindo di Sidoarjo yang setiap hari

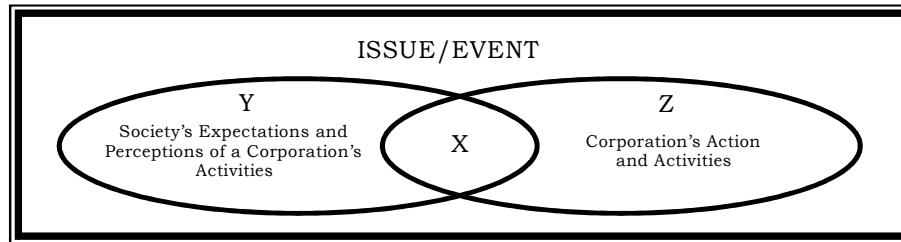
menyemburkan lumpur panas  $\pm 156.000 \text{ m}^3$  perhari, jika diangkut dengan truk untuk direlokasi membutuhkan lebih dari 10.000 truk. Kejadian tersebut telah menenggelamkan 20 pabrik dan menelantarkan sekitar 2.500 orang buruh pabrik (Wibisono, 2007). Melihat konteks tersebut perusahaan secara langsung maupun tidak langsung memiliki tanggungjawab atas *externalities dis-economics* yang ditimbulkannya. Secara yuridis formal telah diatur dan diajarkan oleh pemerintah yaitu dengan diterbitkannya Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 66 ayat 2.c dan pasal 74 tentang kewajiban perusahaan untuk menyampaikan laporan tahunan yang didalam harus mengandung laporan tanggungjawab sosial. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa undang-undang tersebut mensyaratkan kepada perusahaan yang berstatus sebagai perseroan terbatas (PT) secara *mandatory* untuk melaksanakan praktik tanggungjawab sosial serta melaporkannya terhadap publik secara periodik dalam laporan tahun (*annual report*).

Sejalan dengan kaidah *trade of* antara *cost and benefit*, disamping faktor pendorong, perusahaan juga mempertimbangkan berbagai faktor risiko yang dipertimbangkan dalam melakukan pengungkapan sosial yang merupakan ekspresi tanggungjawab sosial. Berbagai faktor risiko yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan pengungkapan sosial tersebut, seperti: (1) menimbulkan pemborosan; (2) memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik yang berlebihan yang pada dasarnya bukan arealnya; (3) menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik dan prularistik; (4) mengganggu profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan; dan (5) keterlibatan sosial yang luas cakupannya memerlukan tenaga dan para ahli yang belum tentu dimiliki perusahaan (Harahap, 1993). Paling tidak terdapat tiga kondisi pemicu perbedaan perusahaan melaksanakan tanggungjawab sosial (*social responsibility*), yaitu: (a) belum ada peraturan yang dijadikan petunjuk teknis (misal peraturan pemerintah) yang mengatur dan menjelaskan jenis dan praktik pelaksanaan tanggungjawab sosial (*social responsibility*); (b) sehingga perusahaan memiliki interpretasi secara berbeda tentang jenis, kandungan, pola dan teknik tanggungjawab sosial (*social responsibility*); (c) adanya motivasi yang berbeda bagi manajer dalam praktik

### **Legitimacy Theory**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Legitimasi dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri keberpihakanp *perusahaan* ditengah lingkungan masyarakat. Legitimasi merupakan suatu keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Untuk itu, legitimasi mengalami perubahan sejalan dengan pergeseran koordinat ruang dan waktu (Dowling 1975). Gary O'Donovan (2002) memberikan ilustrasi posisi gap legitimasi antara perusahaan dan *stakeholders*, sebagaimana digambarkan diagram berikut ini:

**Gambar 1**  
**Daerah Gap Legitimacy**



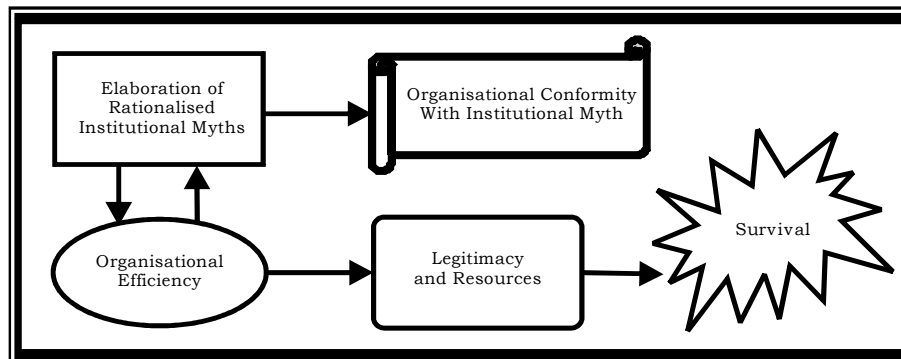
*Sumber: Gary O'Donovan (2002)*

Dalam diagram tersebut diatas dijelaskan bahwa pada wilayah X merupakan kesesuaian (*congruence*) antara operasi perusahaan (*corporate activities*) dengan pengharapan masyarakat (*society's expectations*), termasuk kesesuaian pada nilai *sosial* dan norma. Sedang wilayah Y dan Z merupakan ketidaksesuaian (*incongruence*) antara operasi perusahaan (*corporation's actions*) terhadap persepsi masyarakat (*gap legitimacy*). Pengurangan gap legitimasi dapat dilakukan dengan jalan memperlebar wilayah X lewat strategi legitimasi ( seperti dengan cara meningkatkan *social responsibility* dan memperluas pengungkapan termasuk pengungkapan sosial (*social disclosure*) (Gary O.Donovan, 2002).

**Legitimacy Strategy**

Sebagaimana yang diisyaratkan *legitimacy Theory*, dalam rangka menjaga atmosfir aktivitas operasional perusahaan dibutuhkan legitimasi *stakeholders*. Untuk itu, seharusnya aktivitas perusahaan memiliki dan meningkatkan keberpihakan terhadap masyarakat (*community*) (Hin Khor, 1985) lewat pola pengelolaan perusahaan kearah orientasi pada *stakeholders* dengan berbagai aktivitas turunannya. Upaya mengelola legitimasi tersebut, dapat dilakukan dengan seperangkat aktivitas turunannya, yaitu aktivitas yang memiliki tendensi terhadap keberpihakan *stakeholders*.

**Gambar. 2**  
**Organisational Survival**



*Sumber: Meyer and Rowan (1977)*

Gambar 2. tersebut diatas menunjukkan bahwa perusahaan merupakan pihak yang rasional, begitu juga pihak-pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Untuk itu, perlu elaborasi rasional antara keduanya, sehingga terjadi *congruence*-si tujuan dan ekpektasi. Sebagai perusahaan yang rasional, *organisational efficiency* tetap harus dijaga. Untuk itu, perlu *interdependency* atau *elaboration of rationales institutional* dengan *organisational efficiency*. *Elaboration of rationales institutional* mengarah pada terjadinya dan ketercapaian kesesuaian ekpektasi perusahaan dengan pihak-pihak yang terkait (*stakeholders*). Disinilah terjadinya legitimasi perusahaan dan sumberdaya (*legitimacy and resources*). Dengan keseimbangan *organisational efficiency*, legitimasi dan sumberdaya tersebut akan menghasilkan *objective survival*.

### **Social Responsibility**

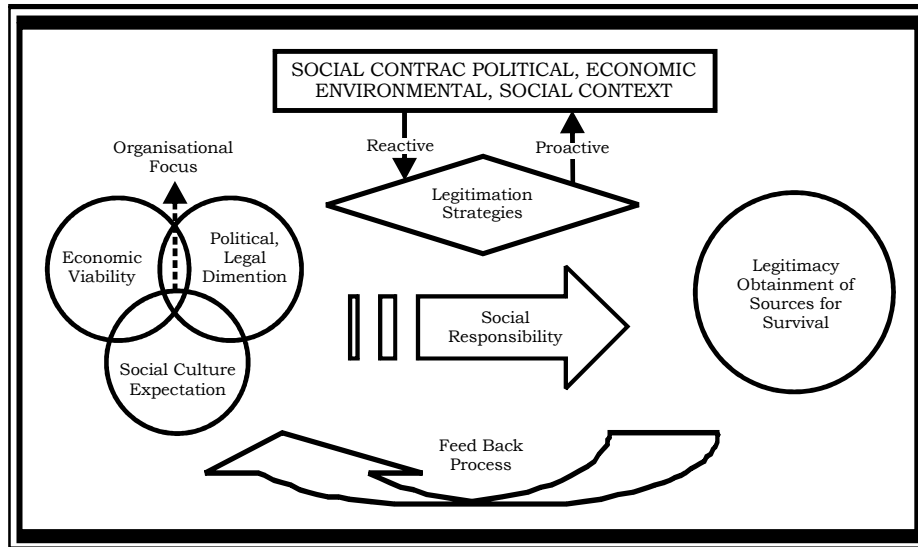
Kerangka pemikiran yang termuat dalam *legitimacy theory* mengandung essensi mendasar tentang pergeseran paradigma pengelolaan perusahaan kearah keberpihakan terhadap masyarakat secara lebih luas. Muatan pergeseran kearah *community orientation* tersebut sudah barang pasti akan lebih banyak bermuatan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) yang pada akhirnya justru dapat dijadikan pilar dalam menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) sebagai konsekwensi logis meningkatnya *legitimacy* dari *stakeholders*. Ghana (2006) mendefinisikan “*CSR is about capacity building for sustainable livelihoods. It respects cultural differences and finds the business opportunities in building the skills of employees, the community and the government*” lebih lanjut dinyatakan “*corporate social responsibility (CSR) is about business giving back to society*”.

Batasan yang diberikan Ghana tersebut memberikan penjelasan secara lebih dalam, bahwa sesungguhnya *corporate social responsibility* memberikan kapasitas dalam membangun *corporate building* menuju terjaminnya *going concern* perusahaan. Didalamnya, termasuk upaya peka (*respect*) terhadap adopsi sistemik berbagai budaya kedalam strategi bisnis perusahaan, termasuk keterampilan karyawan, masyarakat, dan pemerintah.

### **Hubungan Legitimacy dengan Corporate Social Responsibility**

Pertanyaan yang sering muncul terkait dengan kerangka kerja teori legitimasi (*legitimacy theory framework*) adalah terletak pada ambiguitas motif manajemen dalam pengambilan keputusan *corporate social responsibility*. Matthews (1993) menyatakan terdapat dikotomi kepentingan manajer dalam melakukan *social responsibility* yaitu antara *moral grounds* dan *pragmatic grounds*. *Moral grounds* terkait dengan keberpihakan sosial sebagai ekspresi dari *social contract*, sementara *pragmatic grounds* is *organizational legitimacy is the motivating force*.

**Gambar 3**  
**Hubungan (link) Legitimacy Theory dengan Social Responsibility**



*Sumber: Dowling dan Pfeffer dalam Kah Hin Khor (1985).*

Adanya satu model hubungan antara *legitimacy theory* dengan kebijakan tanggungjawab sosial (*social nresponsibilities policies*) dalam konteks *societal contract* antara perusahaan dengan berbagai elemen. Essensi *societal contract* adalah merupakan turunan dari *political, economic, environmental, dan social context*. Deegan (2000) menyatakan bahwa perusahaan memiliki kepentingan untuk meningkatkan dan menjaga kontinuitas ekonomi perusahaan (*achieving return equivalent to or more than the cost of capital*), memegang dan memeproleh legitimasi politik dan hukum (*adhering to law and government rules*), dan *socio-cultural expectation* (respek terhadap norma sosial, konvensi dan nilai dalam masyarakat).

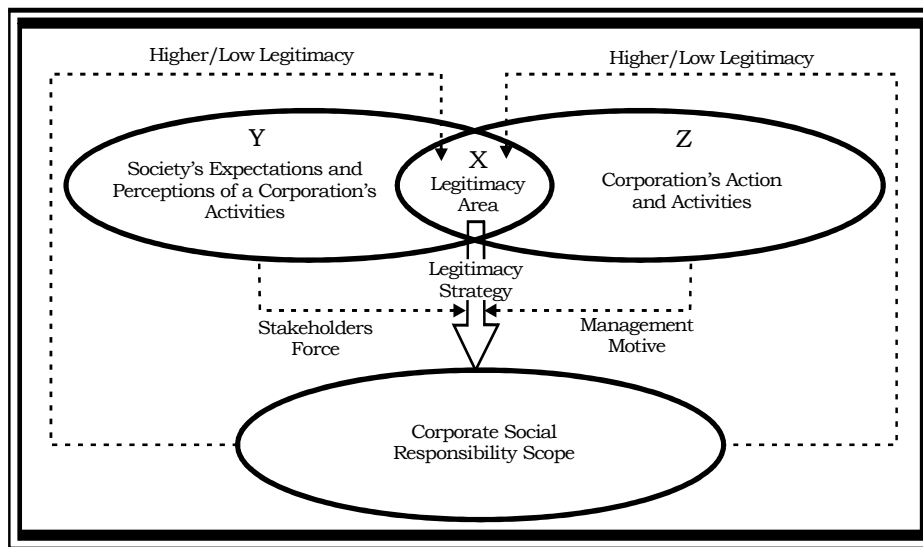
**Social Disclosure**

*Disclosure* didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendricksen dan Breda, 1992). Dalam *Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC) Nomor 1*, dinyatakan bahwa laporan keuangan harus menyajikan informasi yang berguna untuk investor dan calon investor, kreditur, dan pemakai lain dalam pengambilan keputusan investasi, dan informasi tersebut harus dapat dipahami oleh mereka. Untuk itu, informasi tersebut harus mencakup *disclosure* yang cukup (*adequate disclosure*). Artinya, informasi yang disajikan tidak berlebihan namun juga tidak kurang, sehingga tidak menyesatkan para pengguna.

### Conceptual Framework of The Research

Namun demikian, meskipun banyak tekanan baik pihak internal maupun eksternal (*stakeholders*) terhadap jangkauan praktik tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dalam kenyataannya tidak sesuai sebagaimana yang diharapkan. Hal itu karena kandungan motif pada management (*management motive*) dalam praktik *corporate social responsibility*, sehingga trade of antara cost dan benefit tak dapat dihindari. Sehingga, berimplikasi pada cakupan jenis, motif dan luas tanggungjawab sosial. Berikut ini diberikan secara diagramatis alur kerangka berpikir penelitian, yaitu:

**Gambar. 4**  
**Conceptual Framework Penelitian**



Sumber: Gary O'Donovan (2002), Kah Hin Khor (1985), Nor Hadi (2008) Dowling, Pfeffer dan Lindblom (1994), Meyer and Rowan (1977)

Gambar 4 tersebut diatas menjelaskan bahwa keberadaan perusahaan ditengah lingkungan (stakeholders) memiliki keterkaitan ang bersifat resiprokal baik langsung maupun tidak langsung. Sehingga, keberadaan tersebut memiliki dampak positif (*positive externalities*) dan negatif (*negative externalities*). Antara perusahaan dan stakeholders memiliki pengharapan, untuk itu perlu menjaga congruence diantara kedua sisi pengharapan tersebut. Wilayah Y adalah *societal expectation*, wilayah Z adalah *corporate expectation*, sementara wilayah X adalah *congruence expectation*.

### Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian berparadigma kualitatif (qualitatif paradigm). Data penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder berupa laporan tahun perusahaan (*annual report*), laporan keuangan perusahaan (catatan atas laporan keuangan perusahaan), *prospectus report*, *social respinsibility report* dan jenis laporan lainnya. Sedang data primer berupa hasil pengisian kuesioner yang bersifat terbuka dan hasil wawancara

terhadap responden. Responden penelitian adalah top manajer dan manajer-manajer dilingkungan perusahaan yang go publik dibursa efek Indonesia non industri keuangan.

Analisis data dilakukan dengan prosedur content analysis. Weber (1998) dalam Hakston (1996) menyatakan bahwa *content analysis* merupakan metode kodifikasi teks dari suatu tulisan yang memiliki ciri yang kedalam beberapa kelompok (kategori) yang tergantung pada kriteria dibuat (ditetapkan). Budd et. Al (1977); Holsti (1969) Kassarjian (1977) Nola Buhr (1998) "*content analysis place narrative text into categorise in order to drive conclusions about thematic content*".

Krippendoff (1980) dalam Hakston dan Milne (1996) memberi batasan bahwa *content analysis* adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang *replicable* dan valid dari data yang tergantung dari konteksnya. Agar analisa dapat *replicable* maka dibuat *check list* dan aturan keputusan. *Check list* dilakukan dengan melihat tanggungjawab sosial perusahaan yang mencakup dimensi lingkungan, energi, *employee, community, product*, dan dimensi sosial lainnya.

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian dilakukan pada perusahaan go publik di bursa efek Indonesia, yaitu pada perusahaan yang berada selain di industri keuangan. Alasan yang mendasari pengecualian industri keuangan sebagai objek penelitian adalah *corporate social responsibility* yang akan dianalisis adalah berbagai dimensi, termasuk dimensi eksploitasi sumberdaya alam, energi dan emisi (pencemaran lingkungan). Sementara industri keuangan tidak memiliki dampak langsung terhadap berbagai dimensi tersebut diatas, sehingga industri keuangan dikecualikan, meskipun dalam praktik perusahaan di industri keuangan memiliki tanggungjawab sosial cukup tinggi.

Jumlah sampel perusahaan yang dianalisis sebanyak 62 perusahaan, setelah dilakukan koding dan editing ternyata dimasing-masing industri yang dijadikan objek penelitian telah terwakili dalam sampel meskipun tidak proporsional. Untuk memberikan gambaran secara lebih rinci, terkait sampel penelitian termasuk distribusinya dalam berbagai industri, dinyatakan dalam tabel berikut ini:

**Tabel. 1**  
**Distribusi Sampel Perusahaan Penelitian**

No	Jenis Industri	sampel	% dari Total Sampel	Jlh Perusahaan di Industrinya	% di Industrinya
1	Agriculture, Forestry and Fishing	2	0.03	7	0.03
2	Animal Feed and Husbandry	4	0.07	6	0.7
3	Mining and Mininmg Service	5	0.08	11	0.45
4	Manufacture	42	0.68	146	0.3
5	Real Estat	4	0.07	38	0.1
6	Whole Sale and Retail Trade	2	0.03	16	0.1
7	Holding	2	0.03	4	0.5
8	Other	1	0.01	21	0.04
	Total	62	100	249	

Sumber: Data Primer Diolah

Dari tabel 1 tersebut diatas terlihat bahwa dari jumlah 62 perusahaan perusahaan sampel, terdistribusi kedalam berbagai jenis industri dengan kurang proporsional dibanding dengan jumlah perusahaan yang berada dalam industrinya.

Kualifikasi responden merupakan pihak pada level manajer (eksekutif) di perusahaan. Hal tersebut didasarkan asumsi bahwa mereka adalah pihak-pihak yang memahami *social responsibility*, pihak yang bertanggungjawab dibidangnya baik secara hukum maupun operasional, sehingga mereka diharapkan dapat memberikan informasi, data dan pendapat yang mencerminkan kondisi biaya sosial dan kinerja sosial perusahaan. Disamping itu, karena posisinya sebagai eksekutif, diasumsikan mereka adalah dapat dijadikan representasi perusahaan. Adapun, diskripsi responden secara lebih rinci dijelaskan dalam tabel 3, sebagai berikut:

### **Cakupan dan Jenis Praktik Social Reponsibility**

Sebagai wujud akuntabilitas dan responsibilitas, perusahaan telah melaksanakan dan menginformasikan kepada publik tentang *social responsibility* yang dilakukan ke dalam berbagai media informasi, baik media tulis maupun elektronik. Bahkan dalam perkembangan selanjutnya, meskipun masih bersifat *voluntary*, perusahaan telah mengungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) lewat satu sub bab yang membahas secara khusus tentang *social responsibility*. Terdapat juga perusahaan secara khusus menyusun dan menyampaikan laporan yang hanya memuat kinerja sosial (*social responsibility report*) dalam satu bentuk buku yang diperuntukkan untuk publik.

Hasil *content analysis* menemukan lima kategori (klasifikasi) tanggungjawab sosial (*social responsibility*) yang telah dilakukan perusahaan, antara lain: keberpihakan sosial berkaitan dengan lingkungan, keberpihakan terhadap tenaga kerja, energi, *community*, produk serta kategori lain.

Dilihat dari sudut cakupan variasi (jenis) item tanggungjawab sosial oleh perusahaan menunjukkan 901 jenis item tanggungjawab sosial. Dari keseluruhan item tanggungjawab sosial (901 item) tersebut ternyata terbanyak adalah tanggungjawab berkaitan dengan keberpihakan terhadap masyarakat sekitar (*community*). Untuk lebih memberikan gambaran tentang distribusi jenis-jenis item tanggungjawab sosial kedalam berbagai klasifikasi terlihat dalam tabel 4, berikut ini:

**Tabel 2**  
**Distribusi Social Responsibility Menurut Jenis dan Klasifikasinya**

No	Klasifikasi SDC	Jumlah Item	%
1	Environmental	143	0.16
2	Energy	22	0.02
3	Community	344	0.38
4	Employee	243	0.27
5	Product	112	0.13
6	Other	34	0.04
Jumlah		901	100

Sumber: Data Primer Diolah



Jenis item pengungkapan terbanyak berupa kepedulian perusahaan terhadap masalah sosial terkait masalah *community* (masyarakat sekitar) yaitu sebanyak 344 item (38%) dari total 901 item. Berbagai wujud pengungkapan sosial tentang masyarakat sekitar berupa bantuan untuk pendidikan, keterampilan, pelatihan, *income generating*, bantuan koperasi dan UKM, budaya, seni, olahraga, keagamaan, bencana alam, membantu penanganan narkoba, masyarakat jompo, ketertiban lingkungan sekitar serta bentuk bantuan sosial lainnya.

Upaya yang dilakukan perusahaan dalam rangka memberikan jaminan pelaksanaan pengembangan Sumber Daya Manusia dilakukan dengan kerjasama berbagai lembaga pendidikan dan lembaga profesi (konsultan) dalam maupun luar negeri. Sebagai wujud kualitas upaya pengembangan SDM tersebut adalah banyak diantara para responden memperoleh penghargaan dari pemerintah, nasional maupun internasional (seperti ISO) atas komitmen dan kemampuannya dalam meningkatkan kualitas dan kesejahteraan pada karyawan. Jumlah item pengungkapan sosial yang merupakan satu pelaksanaan tanggungjawab sosial terkait dengan *employee* sebagaimana yang terungkap dalam annual report sebanyak 243 item (27%).

Peringkat ketiga luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan adalah keberpihakan terhadap konservasi lingkungan. Terdapat berbagai temuan menarik terkait dengan keberpihakan terhadap lingkungan yaitu didominasi oleh perusahaan yang operasinya bersentuhan dengan industri eksploitasi sumberdaya alam, yang mana, tingkat pengungkapannya relatif tinggi dibandingkan perusahaan pada tipe industri jenis lainnya.

Rating keempat cakupan luas pengungkapan sosial perusahaan adalah keberpihakan terhadap jaminan kualitas dan kesehatan produk dan jasa. Bukti bahwa kesadaran perusahaan dalam meningkatkan tanggungjawab terhadap konsumen ditunjukkan luas pengungkapan sosial dibidang jaminan kualitas dan kesehatan produk cukup luas. Perusahaan telah melakukan serangkaian tindakan untuk menjaga kualitas produk dengan menggunakan standar kesehatan produk baik nasional maupun internasional. Wujud riil upaya meningkatkan tanggungjawab kesehatan dan kualitas produk juga ditunjukkan dengan pengeluaran terkait kesehatan produk yang dapat dilihat dari tingkat pengungkapan masalah jaminan kesehatan dan kualitas produk.

Peringkat kelima cakupan luas pengungkapan sosial adalah keberpihakan pada dimensi konservasi energi. Hal itu merupakan satu wujud partisipasi perusahaan dalam rangka melakukan konservasi dan penghematan energi sebagaimana anjuran pemerintah. Perusahaan melakukan serangkaian tindakan untuk penghematan energi, mulai dari mengikuti kegiatan seminar energi, pelatihan energi, optimalisasi penggunaan peralatan dalam rangka efisiensi energi, konservasi energi, penggunaan sumber energi alternatif maupun bentuk penghematan energi

lainya. Total jenis tanggungjawab sosial terkait dengan energi sebanyak 22 jenis (2%) dari seluruh tanggungjawab sosial yang diungkapkan.

Terdapat temuan menarik berbagai faktor yang menjadi pemicu variabilitas luas pengungkapan sosial perusahaan, antara lain yaitu: (1) tipologi operasi perusahaan; (2) pemenuhan peraturan perundangan; (3) mendukung strategi dan *competitive advantage*; (4) tekanan masyarakat dan konsumen; (5) resiko industri terhadap lingkungan. Keberpihakan dan keterbukaan perusahaan yang operasinya berdekatan dan bersentuhan dengan eksploitasi sumber daya alam jumlah pengeluaran sosial terkait dengan konservasi, perlindungan alam, energi relatif lebih tinggi dibandingkan dengan jenis perusahaan pada jenis industri lain. Hal itu akan berdampak pada perbedaan luas pengungkapan dibidang konservasi lingkungan dibanding jenis usaha lainnya. Disitu terdapat resiko industri, resiko klaim *stakeholders*, eksplotasi lingkungan dan sejenisnya, sehingga perhatian terhadap masalah lingkungan harus lebih besar porsinya.

Peringkat kedua cakupan luas pengungkapan sosial dalam *annual report*, diduduki perusahaan yang berada disektor industri *Mining and Mining Service* yaitu sebesar 246 item pengungkapan sosial (19%) dan pada urutan ketiga pada industri  *Holding Copmpany* yaitu sebanyak 200 item pengungkapan tanggungjawab sosial (16%). Sementara untuk perusahaan-perusahaan di indusatri lainnya (*Agriculture, Animal Feed & Husbandary, Real Estat, Whole Shale & Retail Trade dan Other*) jumlah item pengungkapannya masing-masing adalah 80, 65, 44, 36 dan 26 item. Dalam tabel tersebut juga menunjukkan bahwa luas masing-masing pengungkapan tanggungjawab sosial tidak terdistribusi secara normal untuk semua perusahaan. Misalnya, pengungkapan sosial pada perusahaan di industri manufaktur yang mencapai 567 item pengungkapan sosial (49%) dengan jumlah perusahaan 146. Hal itu karena, dalam industri tersebut terdapat perusahaan besar dan memiliki banyak cabang dengan tingkat profitabilitas yang tinggi serta sistem *social corporate responsibility* yang bagus. Bahkan, diantara mereka ada yang memiliki banyak yayasan baik terkait pendidikan maupun *income generating* dengan program yang berorientasi untuk peningkatan dan pemberdayaan masyarakat. Yayasan tersebut secara khusus mengelola, mengendalikan dan memantau praktik *social responsibility* perusahaan, sehingga pelaksanaan *social responsibility* berjalan dengan bagus.

### **Motif dan Pendekatan Praktik Social Responsibility**

Meskipun dominasi pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) lebih berangkat dari *motive approach*, namun demikian terdapat beberapa bidang (item) pelaksanaannya telah dilaksanakan dengan *system approach*. Beberapa *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan dengan *system approach*, seperti (1) tanggungjawab sosial tentang ketenagakerjaan karena mengikuti UU. Ketenagakerja; (2) pencemaran lingkungan debu (emisi debu) untuk perusahaan Semen karena adanya standar emisi yang diterbitkan pemerinrah; (3) Kajian Amdal, karena aturan pemerintah; (4) standar produksi untuk perusahaan Farmasi, karena aturan dari BPPOM; (5)

kewajiban imbalan kerja karena UU Tenaga Kerja No. 13 Tahun 2003; (6) aturan pasar modal; (7) aturan Bapepam; (8) program pensiun, adanya Kepmen Keuangan No. B7774/DJM/III.5/12/979; (9) PSAK; (9) penanaman dan penghijauan daerah purna tambang; (11) menjaga kesehatan air dan lain-lain (lihat lampiran 5 dan 6), namun jumlahnya tidak banyak.

Melihat fenomena seperti itu, sulit dipisahkan antara sosial motif dengan ekonomi motif. Pada umumnya pada lini pengeluaran sosial sebagaimana yang diungkapkan perusahaan dalam *annual report* mengandung *trade off* antara *cost and benefit*. Bukti empiris lain tentang penekanan *motive approach* dalam *corporate social responsibility* adalah pendapat responden sebagaimana terangkum dalam lampiran 8, yang menunjukkan bahwa beberapa motif responden dalam mengeluarkan biaya-biaya sosial, antara lain: (1) motif sosial sebagai aktualisasi tanggungjawab terhadap kesejahteraan masyarakat, membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (2) menjalin hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan sekitar; (3) merupakan implementasi filosofi perusahaan (Visi dan Misi) (*system approach*); (4) tanggungjawan terhadap paar pemegang saham (*economics motive*); (5) membangun image perusahaan (*economics motive*); (6) merupakan komitmen dan cita-cita perusahaan (*system approach*); dan (7) mendukung investasi jangka panajang (*enonomics motive*).

#### **Metode Pelaksanaan Social Responsibility**

Hasil *content analysis* dalam *annual report* dan hasil wawancara menunjukkan pelaksanaan *corporate social responsibility (CSR)* oleh perusahaan dan setelah dilakukan hermenetika baik dilihat dari sudut pandang, motif, pendekatan, essensi dan cakupan waktu pelaksanaan (*insidental event*), pelaksanaan *corporate social responsibility (CSR)*, dibedakan atas:

*Philantropy Charity*, pelaksanaan *corporate social responsibility (CSR)* dalam tipe ini umumnya didasarkan motif sosial murni. Tipe *corporate social responsibility (CSR)* jenis ini bersifat karitatif, insidental, memenuhi standar minimal, upaya polesan bahwa perusahaan juga memiliki perhatian terhadap masalah sosial (hannya tampilan kulitnya saja), tidak memiliki kontra prestasi langsung terhadap strategi dan orientasi ekonomi perusahaan. Seandainya memiliki pengaruh terhadap eksistensi strategi perusahaan sifatnya tidak langsung. Tipe tanggungjawab ini juga lebih diarahkan untuk upaya bina lingkungan.

Pelaksanaan riil *corporate social responsibility (CSR)* jenis ini, seperti: bantuan bencana alam, kunjungan panti jompo, anak jalanan (Anjal), pelaksanaan korban; membantu pembukaan akses masyarakat terisolir, donor darah, membantu penghijauan, pertamanan dan trotoar, prioritas kesempatan kerja untuk masyarakat sekitar termasuk kaum minoritas, peringatan hari besar agama dan nasional, memberikan pinjaman lunak UKM dan koperasi yang usahanya tidak sesuai dengan usaha utama perusahaan, bantuan kesehatan masyarakat sekitar, bantuan Posyandu, bantuan operasi katarak dan bibir sumbing, dan beberapa bentuk sejenisnya.

Kemitraan semi produktif, tipe kemitraan jenis ini *stakeholders* diposisikan diluar perusahaan (objek). Program kemitraan semi produktif masih mengacu pada kepentingan jangka pendek belum dan atau tidak *menimbulkan sense of belonging* dan *low benefit* dipihak *stakeholders*. Dengan kata lain, kemitraan tipe ini masih lebih mengedepankan *corporate interest* bukan kepentingan bersama (*common interest*).

Tipe tanggungjawab sosial ini juga masih diarahkan dan berwawasan bina lingkungan. Beberapa bukti riil praktik *corporate social responsibility* (CSR) yang memiliki karakter kemitraan jenis ini dilakukan oleh perusahaan responden sebagaimana yang diungkapkan dalam *annual report*, seperti: investasi alat pengelolaan limbah, upaya mengurangi *waste* produksi, penggunaan teknik *zerro burning*, perusahaan mengaplikasikan majaanen tata kelola lingkungan, investasi alat untuk penghematan energi, memberikan pelatihan, taining, peningkatan kesejahteraan karyawan dan keluarganya, investasi laboratorium produksi, standarisasi kuitas produk, bantuan budidaya kepiting dan ikan kerapu kepada para petani tambak, bantuan traktor bagi petani tradisional sekitar perusahaan, membuka pasar daerah terisolir, demo kesehatan produk, serta bentuk lainnya.

Kemitraan produktif, pola kemitraan ini mendudukan *stakeholders* dalam paradigma *common interest*. Prinsip *simbiosis mutualisme* sangat kental serta pemberdayaan masyarakat sangat kelihatan. Bahkan, bisa jadi mitra (*stakeholders*) dilibatkan pada pola hubungan *recource-based partnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholders*. Dalam kemitraan ini, *stakeholders* memperoleh kesempatan meningkatkan kesejahteraan lewat pemberdayaan yang dikelola bersama lewat kegiatan produktif seperti *income generating*, pemilikan saham oleh *stakeholders* (seperti saham bonus bagi karyawan dan direksi) serta bentuk kerjasama perusahaan *stakeholders* lainnya.

Hasil *content analysis* terhadap praktik *corporate social responsibility* (CSR) dalam *annual report* perusahaan (responden) yang selanjutnya dipertegas wawancara terhadap responden, menunjukkan beberapa item *corporate social responsibility* (CSR) tipe kemitraan ini, seperti: *income generating* bagi masyarakat lewat program kompos atas limbah perusahaan, *income generating* bagi masyarakat berupa penggunaan limbah kertas (daur ulang limbah) menjadi produk kerajinan, aliran limbah yang sudah diolah menjadi irigasi, kerja sama riset dengan perguruan tinggi, melakukam penanaman tanaman produktif daerah bekas tambang bekerjasama dengan masyarakat, membuka areal bekas tambang untuk tanaman produktif dan diserahkan pada masyarakat secara bagi hasil, membantu UKM, bantuan kepala sawit bagi petani, bantuan bibit pertanian, memberikan saham bonus bagi karyawan dn direksi, menyelengrakan kebersihan lingkungan bersama masyarakat, pelatihan *holtikultura* bagi masyarakat, pelatihan perbengkelan bagi masyarakat dari perusahaan otomotif, membuka konter bagi masyarakat untuk memsar produk perusahaan, dan jenis lainnya.

## Kesimpulan

Orientasi pengelolaan perusahaan dari shareholders orientation kearah stakeholders orientation merupakan satu keniscayaan. Hal itu muncul baik karena kesadaran ansih korporasi maupun adanya tekanan dari stakeholders internal maupun eksternal. Yang terpenting bagi perusahaan adalah menjaga *congruence*-si antara *stakeholders expectation* dengan *corporate expectation*, sehingga terjadi hubungan sinergis mutualis.

Namun demikian, meskipun telah terjadi kesadaran peningkatan tanggungjawab sosial bagi perusahaan, pelaksanaan *corporate social responsibility* tak luput dan tak terpisahkan dengan kandungan motif bagi manajemen. Hal itu karena, manajemen adalah pihak yang rasional sehingga pertimbangan *trade of* antara *cost* dan *benefit* tak dapat dihindarkan. Untuk itu, sebagaimana dinyatakan oleh . J Gibson-Sweet (1999) bahwa sikap opportunistik perusahaan dalam melaksanakan *corporate social responsibility* tak dapat dihindarkan, sehingga sulit dibedakan secara diametral antara motif ekonomi (*economic motive*) dan motif sosial (*social motive*).

Sebagai bukti empiris bahwa meskipun jumlah tanggungjawab sosial dalam berbagai industri cukup tinggi yaitu sebanyak 1.264 item yang diungkapkan dalam *annual report* atau sebanyak 901 jenis item, namun karena kandungan motif cukup tinggi dalam kebijakan pelaksanaan tanggungjawab sosial, akhirnya tidak terdistribusi secara normal pada setiap perusahaan. Artinya, implikasi dari pijakan basis *voluntary* dalam praktik *corporate social responsibility*, maka perusahaan memiliki kesempatan luas untuk menginterpretasikan mandiri baik dalam isi, kandungan maupun jenis tanggungjawab sosial sehingga pelaksanaan tanggungjawab sosial menjadi kurang terstruktur dalam satu mekanisme sistem (bukan berbasis *system approach*). Sendainnya terdapat pelaksanaan tanggungjawab berbasis sistem (*system approach*) jumlah tidak banyak.

Terdapat tiga pendekatan praktik *corporate social responsibility* yaitu *charity approach*, *semi empowerment approach* dan *full empowerment approach* . Ketiga jenis pendekatan pelaksanaan tersebut sesungguhnya berakar dari kaidah motif yang mendasari pelaksanaan *corporate social responsibility* . Dari ketiga pendekatan pelaksanaan *social responsibility* tersebut terbanyak adalah menggunakan *semi empowerment*, sementara yang memiliki kemampuan *multiplier effect* besar terhadap peningkatan dan pemberdayaan masyarakat baik dari sisi bina lingkungan, sosial, ekonomi dan kemandirian masyarakat lain adalah dengan pendekatan *full empowerment*.

## Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yang mana setelah dilakukan analisis ternyata banyak keterbatasan, seperti responden lebih dari sudut pandang perusahaan dan tidak melibatkan *stakeholders*. Pada hal, banyak terdapat perbedaan pemahaman dalam kandungan, maksud, tujuan pelaksanaan tanggungjawab sosial. Implikasinya tidak diperoleh temuan simetris antara pemahaman perusahaan dengan *stakeholders*

tentang *corporate social responsibility*. Untuk itu perlu kajian lagi dengan melibatkan *stakeholders* sehingga diperoleh informasi temuan yang lebih komprehensif.

Penelitian kali ini juga tidak sampai pada penggalian tentang efektifitas pelaksanaan tanggungjawab sosial bagi perusahaan, sehingga perlu kajian lanjutan efektifitas praktik tanggungjawab sosial. Hal itu memberi manfaat peta *social responsibility* yang efektif dan efisien. Akan lebih baik jika dilakukan penelitian secara sektoral, misalnya industri dasar, manufaktur, *agriculture* dan lainnya. Mengingat masing-masing industri memiliki kandungan risiko yang berbeda-beda baik terhadap lingkungan maupun sosial, sehingga diperoleh temuan secara lebih spesifik dan mendalam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abbot, WF, and Monsen, RJ. 1979. "On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported an Methode of Measurement Corporate Social Involvement", *Academy of Management Journal*, Vol. 22, pp. 501-15.
- Adams. C.A., 2002. "Internal Organiosational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting Beyond Current Thaorising" *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol 15. No. 2
- Andrew, B.H., F.A. Gutrie, J.E, and Teoh, H.Y. 1999." A note on Corporate Social Disclosure Practice in Developing Countries: The Case of Malaysian and Singapore", *British Accounting Review*, December
- Alexander, GJ, and Buchholz, RA. 1978. "*Coprporat Social Responsibility and Stock Market Performance*", *Academy of Management Journal*, Vol 21. Pp. 479-99.
- Bradbury, Michael E. 1992. " Voluntary Semiannual Earning Disclosure, Earning Volatility, Unexpected Earning, and Firm Size." *Journal Accounting Research* 30 September (spring): 137-145.
- Belkoui, A, and Karpik. P.G 1998. "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information ", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol 1, No.1.
- Bowen, .H and Haire. M. 1975. " A Strategi Posture Toward Corporate Social Responsibility", *California Management Review*, Vol. 18 No. 2, pp. 49-58
- Bowen, N. dan Deegan, C. 1998. "The Public Disclosure of Environmental Performance Information: A Dual Test of Media Adenda Setting Theory and Legitimacy Theory" *Accounting and Business Research*, 29:1 pp. 21-41
- Brennan, N. and Pierce, A. 1996. "*Being Good Corporate Citizen Pays Dividens*" The Irish Times. January 4

- Cochran and Wood, R.A. 1984. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance", *Academy and Management Journal*, Vol 27. Pp. 42-56
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B., dan Parker, L.D. 1987. "The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 12, No. 2, h. 111-122
- Campbell, D.J. 2000. "Legitimacy Theory or Managerial Reality Construction? Corporate Social Disclosure in Marks and Spencer, Plc Reports 1969-1097" *Accounting Forum*. Vol. 24
- Deegan. C, Rankin. M, Tobin. J. 2002. "An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory" *Accounting, Auditing and Accountability*, Vol 15, No 3, pp 312-343
- Deegan, C., And C. Blomquist. 2001. "Stakeholders Influence on Corporate Reporting: an exploration of the interaction between the World Wide Fund for Nature and the Australian Minerals Industry, *Paper Presented at the Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference, Adelaide*
- Downing, P.B., & Hanf, K. 1983. "International Comparisons in implementing Pollution laws". *Boston: Kluwer-Nijhoff*.
- Douglas, Doris dan Johnson. 2004 "Corporate Social Reporting in Irish Financial Institutions" *The TQM Magazine*. Vol. 6. pp 387-395
- Elliot, Robert K. and Peter D. Jacobson. 1994. "Cost of Benefit of Business Information Disclosure" *Accounting Horizon*. 8. (Des) 80-99
- Erns and Erns. 1973. "Social Responsibility Disclosure", 1973 Survey, (Cleveland, OH,; Erns and Erns, 1973).
- Ernst and Whinney (1978). "Social Responsibility Disclosure ", *Accounting, Auditing & Accountability*, Vol 8.
- Epstein and Freedman. 1994. "Social Disclosure and The Individual Investors" , *Accounting, Auditing & Accountability*, Vol. 7, pp. 94-109
- Farmer. R.N. & Hogue. W.D. 1973. "Corporate Social Responsibility" Chicago.IL: Science Research Association. Inc.
- Freedman, M. and Jaggi, B. 1982. "Pollution disclosure, Pollution Performance and Economic Performance", *Omega* Vol 10, pp. 167-76.
- Gray. R, Kouhy. R, Lavers. S. 1995. "Corporate Social and Environmental Report " *Accounting and Auditing Journal*, Vol 8, No 2, pp 477-77.
- Gurie, J. and Parker, L.D. 1990. "Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, No. 3

- Hackson and J. Milne 1996. "Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 9 NO. 1, 1996, pp, 77-107
- Heard, J.E, dan Bolce, W.J. 1972. "The Political Significant of Corporate Social Reporting in The United States os America" *Accounting, Organizations, and Society*, Vol. 6 No. 3
- Ingram, R.W. 1980. "An Investigation of the Information Content of (Certain) Social Responsibility Disclopsure", *Journal of Accounting Research*, Vol. 18, pp. 614-22.
- Jaggi. B, and Freedman, M. (forthcoming), " An Analysis of the Impact of Corporate Pollution Disclosure Included An Annual Financial Statement on Investors Decision", *Advances Public Interest Accounting*.
- Jacobs, RS. Hyman, MR. Mc Quitty, S. :Exchange-Specific Self-Disclosure, Social Self-Disclosure, and Personal Selling" *Journal of Marketing Theory and Practice*, Winter 2001
- Kah Hin Khor. 1985. "Social Contract Theory, Legitimacy Thgeory and Corporate Social and Environmental Disclosure Policies: Constructing a Theoretical Framework" *Academiyy of Management Review*"Vol. 10. No.3
- Kedia, B.L, and Kuntz, E.C. 1981. " The Contest of Social Performance: An Empirical Study of Texas Banks", in Preston, L.E. (E.d), *Research in Corporate Social Performace and Policy*, Vol. III, jai Press, Greenwich, CT, PP. 133-54
- Kasali, Rhenald. 2005. " *Manajemen Public Relations*". Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Lang, M. and Lundholm, R. 1993. "Cross-Sectional Determinants of Analysis Ratings of Corporate Disclosure" *Journal of Accounting Research*, 31:2,
- Leung Luk, C. Yau. Oliver H.M. Tse. Alan CB. Sin. Leo. Chow. Raymond. 2005 " Stakeholders Orientation and Business Performance: The Case of Service Companies in China" *Journal of International Marketing*, 1069031X, Vol 13.
- Lynn, M. 1992. "A Note on Corporate Social Disclosure in Hongkong", *British Accounting Review*, June, pp. 10-105
- Lumpkin, GT. And George G. Dess. 1996. " Clarifying the Entepreneurial Orientation Conctruct and Linking to Performance" *Academiyy of Management Review*, 21 (1) 135-72
- Marbun, B.N. 1991. " *Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan Kaitannya demngan Pasal 33 UUD 1945, Konglomerat dan Sepak Terjangnya, Kwik Kian Gie dan B.N. Marbun*", Pustaka Sinar Harapan Jakarta.
- Memed Sueb, 2001, " *Pengaruh Akuntansi Sosial terhadap Kinerja Sosial dan Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia*", Disertasi Universitas Padjadjaran Bandung.



- Moskowitz, M.R., 1975, "Profile in Corporate Responsibility" *Business and Society Review* (13), 29-42
- Mathews, M.R., 1997, "Twenty-five years of Social and Environmental Accounting Research, is There a Silver Jubilee to Celebrate?" *Accounting, Auditing and Accountability*, 10:4, 481-531
- Nor Hadi dan Arifin Sabeni. 2001, "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela pada Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta*", Tesis S-2 Magister Sain Akuntansi Undip Semarang.
- Preston, L.E 1978. "Analysis Corporate Social Performance: Methode and Result", *Journal of Contemporary Business*, Spring, pp, 158-73
- Raziqin. 1998. "Industri Berwawasan Lingkungan: Antara Kebutuhan dan Politisasi", *Media Akuntansi*, No. 25/Th. V, h. 17-29
- Ramanathan, K.V. 1992. "Toward A Theory of Corporate Social Accounting," *Accounting Review*, Vol. 51, No. 3, h. 595-528.
- Robert, R.W. 1992. "Determinants of Corporate Social an the Conservation Movement", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 13, No. 4, h. 595-612.
- Rokness, J. and Williams, P.F. 1998. "A Descriptive Study of Social Responsibility Mutual Funds", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 4, pp. 397-411
- Rober, R.W. 1992. "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure an Application of Stakeholder Theory" *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 17
- Susanto. Djoko. 1992. "*An Empirical of the Extent of Corporate Disclosure in Annual Report Companies Listed on Jakarta Stock Exchange*", Dissertatation University of Arkansas, USA.
- Stanwik, S.D. and P.A. Stanwik. 1998." Corporate Social Responsiveness; an Empirical Examination Using the Environment Disclosure Index" , *International Journal of Commerce 7 Management*, 8, 26-40
- Subroto. P.H .2002. "A Correlational Study of Corporate Social Responsibility and Financial Performance an Empirical Survey Toward Ethical Business Practice in Indonesia" Dissertastion Caprella University.
- Spicer. B (1978) "Investors, Corporate Social Performance and Information Disclosure: An EMPIRICAL Study" *The Accounting Review* (January 1978), pp 94-111.
- Tsang W.K. 1998. " A Longitodinal Study of Corporate Social Reporting in Singapore", *Accounting, Auditing & Accountability Journal* , Vol. 11, No. 5, pp. 624-35

- Toms, J.S . 2000. "Environmental Management, Environmental Accounting and Financial Performance ' London : CIMA
- Tilt, C.A. 2004. "The Influence on Corporate Social Disclosure: a Look at Lobby Groups ten years on, Research Paper", *School of Commerce, Flinders University*
- Spicer, B. 1978. "Investors, Corporate Social Performance and Information Disclosure, an Empirical Study", *The Accounting Review*, h. 94 -111
- Samuels, J.M., F.M. Wilkes, and R.E. Brayshaw. 1990. "*Management of Company Account*" London: Chapman and Hall
- Shane, P.B. dan Spicer, B.H, 1983), "*Market Response to Environmental Information Produced Outside the Firm*", *Accounting Review*, Vol 58, h. 521-538.
- Sumitro Djoyohadikusumo. 1992. "*Pertimbangan Pemikiran Ekonomi*", Buku I Dasar Teori Dalam Ekonomi Umum, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Subroto Phutut. 2002. "*Acorrelation Study of Corporate Social Responsibility and Financial Performance an Empirical Survey Toward Ethical Business Practice in Indonesia*" Dissertation in Capella University
- Tap-Tap MPR 1998. "*GBHN Tap MPR No. II/MPR/1998, 1998-2003*," Pustaka Setia.
- Trotman, K.T. and Bradley, G.W. 1981. "Association between Social Responsibility and Characteristics of Companies", *Accounting Organization and Society*, December, pp, 355-62.
- Usmansyah. (1989. "*Telaah Alternatif Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial di Indonesia*," *Akuntansi*, No. 4, h. 45-49.
- Ullmann. A.R, 1985, " Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firm" *Academy of Management*, Vol. 10. No, 3, 540-557