

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

PEDOMAN UNTUK MENGANALISIS REALITAS “*SUSTAINABILITY*”

*Melihat ke belakang untuk mempelajari cara
yang lebih baik untuk melangkah ke depan*
(Joe Girard)

2.1. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Adanya krisis multidimensi berkepanjangan yang meliputi krisis finansial (ekonomi), krisis kemanusiaan (sosial), dan krisis lingkungan tidak bisa terlepas dari peran perusahaan dalam masyarakat. Merebaknya isu tanggungjawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas bisnisnya mendorong perusahaan untuk menyajikan informasi sosial dan lingkungan dalam laporan tahunannya. Implementasi dari tanggung jawab perusahaan terhadap aspek-aspek sosial dan lingkungan tersebut dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Mekanisme pelaporan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dikenal dengan istilah akuntansi pertanggungjawaban sosial (*Social Responsibility Accounting*) dimana dalam beberapa literatur dibedakan menjadi akuntansi sosial (*social accounting*) dan akuntansi lingkungan (*environmental accounting*). SRA dapat dikatakan sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Mathews, 1995).

Sebagai upaya untuk mengakomodasi kepentingan *stakeholder* yang berbeda-beda, penting bagi perusahaan untuk menyajikan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dalam laporan tahunannya.

Menurut Anggraini (2006) pelaporan sosial dan lingkungan perusahaan terkait dengan berbagai hal yang mencakup:

- a. Aspek lingkungan, yang meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- b. Masalah energi, yang meliputi konservasi energi, efisiensi energi dan lainnya.
- c. Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan kaum minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, serta tanggung jawab sosial.
- d. Masalah sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu masyarakat, dalam kaitannya dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- e. Masalah produk, meliputi keamanan produk, pengurangan polusi dan lainnya.

Crowther (2000: 26-27) menguraikan bagaimana karakteristik akuntansi sosial berbeda dengan akuntansi konvensional. Pertama, akuntansi sosial tidak hanya menyajikan informasi menyangkut aktivitas bisnis, melainkan juga menyajikan informasi terkait dengan dampak sosial dan lingkungan perusahaan. Kedua, jika dalam akuntansi konvensional informasi lebih ditujukan kepada pemilik modal (yaitu investor dan kreditor), maka dalam akuntansi sosial dan lingkungan informasi ditujukan kepada stakeholder yang lebih luas cakupannya meliputi *supplier*, konsumen, karyawan, masyarakat lokal, masyarakat luas, serta pemerintah. Ketiga, sifat pelaporan informasi dalam akuntansi konvensional adalah wajib (*mandatory*) sedangkan pelaporan informasi sosial dan lingkungan di banyak negara masih bersifat sukarela (*voluntary*).

2.2 Landasan Teori Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Teori stakeholder dan teori legitimasi merupakan teori yang sering digunakan untuk mendasari penelitian di bidang tanggung jawab sosial perusahaan. Kedua teori stakeholder dan teori legitimasi, merupakan kebijakan pengungkapan akuntansi yang dijadikan pertimbangan sebagai strategi untuk mempengaruhi hubungan organisasi dengan lembaga lain dimana mereka berinteraksi. Pada saat sekarang ini, kedua teori tersebut telah di aplikasikan untuk menjelaskan alasan organisasi melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial didalam laporan tahunannya. Kedua teori itu, juga dapat diaplikasikan untuk menjelaskan alasan perusahaan mengadopsi teknik akuntansi keuangan tertentu.

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, hal tersebut dapat disebut dengan legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Landasan dari teori legitimasi adalah "kontrak sosial" yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat selama perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Hal inilah yang menjadi motivasi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat, yang salah satunya adalah dalam bentuk tanggungjawab sosial perusahaan.

2.2.1 Teori Legitimasi

Merebaknya isu CSR, membuat manajemen perusahaan semakin menyadari bahwa kalangsungan hidup perusahaan sangatlah bergantung pada hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat (sosial) dan antara perusahaan dengan alam (lingkungan) tempat perusahaan beroperasi

dan melakukan aktivitas bisnisnya. Sehubungan dengan hal ini, Machmud dan Djakman (2008) memberikan definisi mengenai *organisational legitimacy* sebagai berikut:

Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions.

Definisi ini sejalan dengan “essensi” dari teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi (membenarkan) tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Kerangka teoritis yang menjadi kajian selama beberapa tahun untuk menjelaskan mengapa organisasi melaksanakan pelaporan sukarela yang terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan operasinya tetap berada dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan di mana perusahaan berada, serta berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai “sah”. Bingkai dan norma ini bukan sesuatu yang pasti namun berubah-ubah sepanjang waktu, maka diharapkan perusahaan responsif terhadap perubahan yang terjadi.

Legimitasi is which they describe as 'loosely referring to socially accepted and expected structure and behaviors. This principle correlates most closely to the definition used in this chapter which incorporates references to law and social norms. Legitimacy in the sense that the investment is supported by social norms, organizational values and applicable laws takes on much greater importance. similarly, in the allocation of scarce resources, the attribute of urgency becomes critical (Crane et al, 2008; 356-357).

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa legitimasi mengandung makna adanya kesesuaian antara tindakan atau aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan nilai-nilai atau norma-norma yang dipegang oleh masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Teori legitimasi memprediksi bahwa perusahaan akan melakukan tindakan apapun yang dipandang perlu dalam rangka mempertahankan reputasinya (*image*). Terdapat berbagai motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan penyajian informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dalam laporan tahunannya. Beberapa motivasi tersebut umumnya berpijak pada teori legitimasi, yaitu untuk menaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman, untuk memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, serta untuk menarik investor.

Jadi, pada dasarnya setiap perusahaan memiliki kontrak implisit dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai yang dijunjung di dalam masyarakat. Jika suatu perusahaan memenuhi kontrak implisit dengan *stakeholder*, maka *stakeholder* akan bertindak sebagaimana yang diinginkan perusahaan. Sebaliknya, ketika implisit kontrak dengan *stakeholder* tidak dipenuhi akan menimbulkan biaya yang lebih tinggi. Biaya yang tinggi tersebut disebabkan oleh masyarakat menolak melegitimasi keberadaan perusahaan di tengah-tengah mereka.

Gutherie *et al.* (2008) menyarankan bahwa perusahaan dapat menggunakan *disclosure* untuk memperlihatkan perhatian manajemen terhadap nilai-nilai masyarakat atau untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari pengaruh negatif dari aktifitas perusahaan. Oleh karena hal tersebut, perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan cara melaksanakan

program-program yang sesuai dengan harapan masyarakat. Implementasi nyatanya adalah melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengungkapkannya baik di dalam *annual report* maupun *sustainability report* sebagai suatu bentuk informasi yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan terkait kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai-nilai di dalam masyarakat.

2.2.2 Teori Stakeholder

Stakeholder Theory menjelaskan hubungan antara entitas bisnis dengan konstituen lain yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan organisasi, di mana terdapat tiga aspek yang terlibat dalam teori ini yaitu: 1) aspek deskriptif yaitu semua *stakeholder* dianggap punya legitimasi instrinsik; 2) aspek instrumental yaitu perusahaan akan membangun hubungan dengan *stakeholder* yang memiliki peluang terbaik dalam pencapaian tujuan organisasi/isu strategis; 3) aspek normatif yaitu motivasi etis yang mendasari hubungan perusahaan dengan *stakeholder*-nya, tanggungjawab sosial perusahaan meskipun tidak mendatangkan *benefit* bagi organisasi. Teori *stakeholder* secara praktis merupakan salah satu bentuk akomodasi terhadap akuntabilitas publik.

Ada hubungan antara *stakeholder* dengan perusahaan yang saling mempengaruhi, sehingga perubahan salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak yang lainnya. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Walaupun para *stakeholder* dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan walaupun *stakeholder* minoritas yang tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan tetap mempunyai hak untuk mendapatkan informasi dari perusahaan. Hal ini disebabkan *stakeholder* dianggap dapat mempengaruhi tapi juga dapat

dipengaruhi perusahaan. Oleh karena itu, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

In stakeholder theory, the corporation ought to be managed for the benefit of its stakeholders: its customers, suppliers, owners, employees, and local communities, and to maintain the survival of the firm. The decision-making structure is based on the discretion of top management and corporate governance, and frequently it is stated that such governance should incorporate stakeholder representatives (Crane et al, 2008; 63).

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa dalam teori *stakeholder*, perusahaan harus dikelola untuk kepentingan *stakeholder* (pelanggan, pemasok, pemilik, karyawan, dan masyarakat lokal) dan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Struktur pengambilan keputusan didasarkan pada kebijaksanaan manajemen puncak dan tata kelola perusahaan, dan sering dinyatakan bahwa pemerintahan tersebut harus memasukkan perwakilan *stakeholder* dalam rapat pengambilan keputusan.

Alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu: (1) isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup, (2) dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, (3) para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan, (4) LSM dan pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Teori *stakeholder* menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas

permintaan wajibnya, untuk memehui ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder*. Teori *stakeholder* memiliki bidang etika (moral) dan manajerial. Bidang etika berargumen bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk dipelakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*.

Tujuan utama teori *stakeholder* adalah membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan. Namun demikian, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka.

2.3 Sustainability Report

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI G4, 2013), *sustainability reporting* merupakan laporan yang mengukur, mengungkapkan dan menunjukkan tanggung jawab perusahaan kepada pihak eksternal dan internal serta laporan yang menunjukkan kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan *sustainable development*

Corporate sustainability is a business approach that creates long term shareholder value by embracing opportunities and managing risks deriving from economic, environmental and social developments. Corporate sustainability leaders achieve long term shareholder value by gearing their strategies and management to harness the market's potential for sustainability products and services while at the same time successfully reducing and avoiding sustainability costs and risks.

Keberlanjutan perusahaan adalah pendekatan bisnis yang menciptakan nilai pemegang saham jangka panjang dengan menciptakan peluang dan mengelola risiko yang berasal dari perkembangan ekonomi, lingkungan dan sosial. Pemimpin keberlanjutan perusahaan yang mencapai nilai pemegang

saham jangka panjang dengan strategi dan manajemen, mereka memanfaatkan pasar dan potensial untuk produk dan jasa keberlanjutan. Sementara pada saat yang sama mereka juga berhasil mengurangi dan menghindari biaya keberlanjutan dan risiko. Selanjutnya, Darwin (2004) mengkategorikan *Corporate Sustainability Reporting* menjadi tiga sebagaimana dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kategori *Corporate Sustainability Report*

Kategori	Aspek
	Kinerja Ekonomi
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik.
	Kinerja Lingkungan
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air, keanekaragaman hayati (<i>biodiversity</i>), emisi, sungai, sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan dan angkutan.
	Kinerja Sosial
Praktik kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan <i>training</i> , kesempatan kerja.
Hak manusia	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja di bawah umur, kedisiplinan, keamanan dan lain-lain.
Sosial	Komunitas, korupsi, kompetisi, dan penetapan harga.
Tanggung jawab terhadap produk	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak pribadi.

Sustainability reporting menurut *World Business Council for Sustainable Development* - bisa didefinisikan sebagai laporan publik dimana perusahaan memberikan gambaran posisi dan aktivitas perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan dan sosial kepada *stakeholder* internal dan eksternalnya (WBCSD, 2002: 7). *Sustainability reporting* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainable development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor yang ditekuni.

Dapat disimpulkan bahwa definisi yang sudah dijelaskan sebelumnya mengarah pada sustainabilitas yang dilihat dari dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan semata. *Sustainability Report* muncul sebagai bentuk pertanggung

jawaban tertulis kepada para *stakeholders* yang mengungkapkan sepenuhnya atas tindakan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sebuah laporan dibuat tentunya memiliki standar sendiri atas kerangka pelaporan. Kerangka pelaporan yang digunakan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah GRI G4.

Penelitian terkait dengan *sustainability reporting* (SR) telah banyak dilakukan sejak lebih dari 20 tahun lalu (Gray, 1995). Moneva (2006) memandang perlunya rerangka pelaporan sustainabilitas untuk menunjukkan akuntabilitas terhadap *stakeholder* secara keseluruhan. *Sustainability reporting* ini sebagai bentuk dialog antara masyarakat dengan organisasi. Penelitian dilakukan dengan menganalisis pendekatan yang ada dalam GRI (*Global Reporting Initiative*) sebenarnya untuk apa, untuk siapa, bagaimana melaksanakan, serta untuk jangka waktu kapan dan pada level apa dilaksanakan? Dikatakan bahwa banyak organisasi mengadopsi GRI tetapi justru kesepakatan pemahaman tentang GRI semakin rendah sehingga GRI lebih banyak digunakan sebagai alat baru untuk melegitimasi tindakan dan kebijakan manajemen semanya sendiri. Oleh karena itu GRI mengusulkan perlunya batasan dalam SR mengenai apa yang seharusnya dilaporkan serta bagaimana bentuk pelaporannya. Sebenarnya akar masalah implementasi *sustainability reporting* terletak pada kurang jelasnya definisi tentang konsep sustainabilitas itu sendiri.

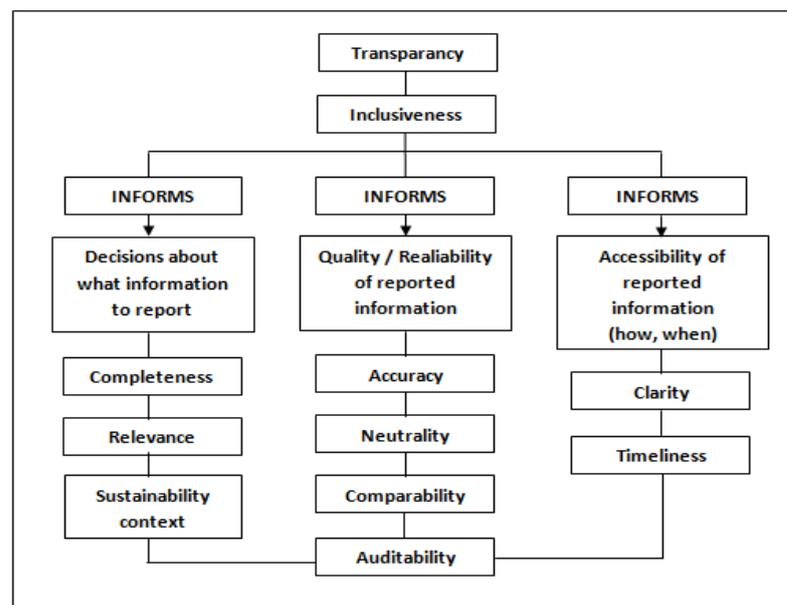
Istilah sustainabilitas mengacu pada keberlanjutan organisasi, lingkungan dan sosial. Pendekatan dalam sustainabilitas organisasi, berangkat dari empat konsep yang luas menurut Wilson (2003), yaitu :

1. *sustainable development*
2. *corporate social responsibility*
3. *stakeholder theory*

4. *corporate accountability*

Corporate accountability mengandung bentuk laporan sustainabilitas suatu organisasi. Oleh karenanya berbicara tentang sustainabilitas tidak bisa terlepas dari keempat konsep di atas. Prinsip-prinsip pelaporan dalam *sustainability reporting* berdasarkan pedoman GRI bagian ketiga, dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini:

Gambar 2.1 Prinsip-Prinsip Pelaporan dalam *Sustainability Report*



Sumber: GRI, 2013

Sesuai dengan Gambar 2.1 di atas prinsip-prinsip pelaporan dalam *sustainability reporting* dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- 1) kerangka kerja laporan, meliputi prinsip transparansi, inklusif dan dapat diaudit. Prinsip transparansi dan inklusif merupakan titik awal dalam proses pelaporan dan sebagai arah dari prinsip pelaporan lainnya. Berdasarkan prinsip transparansi, kredibilitas perusahaan ditentukan oleh keterbukaan informasi yang disampaikan oleh perusahaan, meliputi proses, prosedur dan asumsi yang digunakan perusahaan dalam *sustainability reporting*. Sebagai contoh, perusahaan harus mengungkapkan metode pengumpulan data dan

informasi yang berkaitan dengan audit internal serta asumsi ilmiah yang menjadi dasar penyajian informasi. Sementara itu, prinsip inklusif berarti bahwa pengorganisasian pelaporan harus secara sistematis melibatkan para stakeholder untuk membantu fokus perusahaan dan secara kontinyu meningkatkan kualitas laporan. Prinsip ini didasarkan pada premis bahwa pandangan stakeholder sangat berarti dalam *sustainability reporting* dan harus diakomodasi selama proses pembuatan laporan. Aspek-aspek pelaporan yang dapat dikonsultasikan dengan stakeholder antara lain: pemilihan indikator, format pelaporan dan pendekatan yang diambil untuk meningkatkan kredibilitas informasi pelaporan. Selanjutnya, dengan prinsip dapat diaudit, data dan informasi yang dilaporkan harus dicatat, dikompilasi, dianalisis dan diungkapkan dengan cara tertentu sehingga auditor internal dan eksternal dapat menguji keandalan data dan informasi tersebut.

- 2) Informasi yang akan dilaporkan, meliputi kelengkapan informasi, relevansi informasi yang disajikan, dan keterkaitannya dengan konteks *sustainability*. Laporan harus menyajikan informasi mengenai kinerja organisasi yang meliputi tantangan, risiko dan peluang yang disajikan juga harus lengkap, mempunyai ruang lingkup dan kerangka waktu yang jelas.
- 3) Kualitas dan keandalan informasi, meliputi prinsip akurasi, netralitas dan dapat dibandingkan. Laporan yang disajikan hendaknya cukup akurat dan dapat diandalkan sehingga dapat digunakan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan. Selanjutnya, informasi yang disajikan juga tidak boleh bias dan harus disajikan secara berimbang sehingga dapat mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kegiatan CSR yang dilakukan. Selain itu, laporan juga harus dapat diperbandingkan dari waktu ke waktu dan antar perusahaan.

- 4) Akses atas informasi yang dilaporkan, meliputi prinsip kejelasan dan tepat waktu. Prinsip ini memberikan arah akses dan ketersediaan informasi. Secara sederhana, *stakeholder* bisa memperoleh informasi secara mudah dan informasi tersedia dalam kurun waktu yang diperlukan. Pada akhirnya, prinsip dapat diaudit berkaitan dengan beberapa prinsip lainnya, seperti keakuratan, netralitas, kelengkapan, dan dapat diperbandingkan. Secara khusus, prinsip dapat diaudit juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyiapkan laporan dimana informasi yang dilaporkan memenuhi standar kualitas, keandalan, dan ekspektasi lainnya.

Isi *sustainability report* menurut pedoman GRI yang selanjutnya digunakan sebagai parameter pengukur praktik pelaporan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*sustainability reporting*) bagi perusahaan-perusahaan publik di Indonesia, terdiri atas lima bagian, yaitu:

- a. Visi dan Strategi, menjelaskan visi dan strategi perusahaan berkaitan dengan *sustainability*, dan dalam bagian ini dicantumkan juga pernyataan atau sambutan dari manajemen.
- b. Profil Perusahaan, merupakan *overview* struktur organisasi operasi perusahaan serta ruang lingkup pelaporan.
- c. Sistem Manajemen dan Struktur Pengelolaan, mengungkapkan struktur organisasi, kebijakan-kebijakan yang diambil, dan sistem manajemen, serta usaha-usaha perusahaan dalam melibatkan stakeholder.
- d. *GRI Content Index*, berisikan tabel yang mengidentifikasi letak setiap elemen isi laporan GRI berdasarkan bagian dan indikatornya, yang bertujuan untuk memudahkan pengguna laporan agar dapat mengakses secara tepat informasi dan indikator yang terdapat dalam pedoman GRI.
- e. Indikator Kinerja, mengukur dampak atau efek kegiatan perusahaan, yang meliputi indikator ekonomi, sosial dan lingkungan.

1. Indikator ekonomi, terdiri atas tiga kategori, yaitu:
 - a. Kinerja ekonomi, menunjukkan dampak ekonomi yang ditimbulkan secara langsung dari aktivitas perusahaan dan nilai tambah ekonomi yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan, yang kemudian didistribusikan kepada pemegang saham, kreditur, pemerintah, pelanggan, pemasok, karyawan, sektor publik, penyedia dana atau investor, serta komunitas lokal.
 - b. Keberadaan pasar, memberikan informasi mengenai interaksi yang terjadi antara perusahaan dengan pasar yang spesifik.
 - c. Dampak ekonomi secara tidak langsung, mengukur dampak ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas ekonomi dan transaksi.
2. Indikator lingkungan, terdiri atas sembilan kategori, yaitu bahan baku; air; keanekaragaman hayati; emisi, *effluents* dan limbah; produk dan jasa; kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku dibidang lingkungan hidup; transportasi; serta lingkungan menyeluruh.
3. Indikator sosial, terdiri atas empat kategori, yaitu:
 - a. Pekerjaan dan tenaga kerja, aspek yang dinilai antara lain hubungan perusahaan dengan tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, serta penyebaran dan kesempatan tenaga kerja.
 - b. Hak Asasi Manusia (HAM), aspek yang dinilai antara lain tidak adanya diskriminasi pada tenaga kerja, adanya kebebasan pada karyawan dalam membentuk serikat pekerja, ada tidaknya tenaga kerja anak-anak, dan penegakan disiplin.
 - c. Masyarakat, meliputi pengembangan masyarakat sekitar perusahaan, perlakuan terhadap korupsi, kompetisi dan penentuan harga, serta pengaruh politik terhadap perusahaan.

- d. Tanggung jawab terhadap produk, meliputi aspek keselamatan dan kesehatan konsumen, produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan, iklan yang ditawarkan, serta penghormatan pada privasi pelanggan.

2.4 Global Reporting Initiative (GRI)

Ide untuk membuat kerangka mengenai pelaporan informasi keberlanjutan tercetus pertama kali pada tahun 1997 oleh US, *The Boston-based Coalition on Environmentally Responsible Economies* (CERES) yang bekerjasama dengan PBB bidang lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan manfaat dari *sustainability reporting*. Mereka pada akhirnya membentuk lembaga yang bernama "*Global Reporting Initiative*". Proses pembentukan staf, divisi, dan pengembangan jaringan dilakukan dari tahun 1997 sampai 1998. UNEP bergabung menjadi partner GRI pada tahun 1999. Panduan ini bersifat sukarela yang membantu melaporkan dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial suatu organisasi (dikenal dengan *triple bottom line*).

Landasan filosofis lahirnya GRI diawali dengan serangkaian aktivitas di bidang lingkungan berawal tahun 1972 yaitu KTT Manusia dan Lingkungan di Stockholm, kemudian tahun 1983 PBB mulai merespon dengan mendirikan WECD (*World Commission on Environment and Development*) dan lahirnya *Brundtland Report* pada sidang umum PBB tahun 1987 dengan lahirnya isu tentang *sustainable development*. *Sustainable development* merupakan konsep pembangunan yang berkelanjutan di mana untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sekarang tidak boleh mengganggu kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Tentu saja, kerusakan lingkungan sedikit banyak disumbang oleh aktivitas korporasi dalam proses produksinya. Oleh karena itu Elkington pendiri Sustainability yang merupakan lembaga konsultan bisnis merumuskan ide

pelaporan sustainabilitas organisasi dengan memperhatikan tiga aspek yang dikenal dengan TBL (*Triple Bottom Line*) yaitu *profit, people and planet*. Artinya untuk menghidupi organisasi maka profit mutlak diperlukan, tetapi tidak melupakan kepentingan masyarakat secara umum serta lingkungan. Dengan demikian konsep TBL menjadi dikenal secara luas dan banyak diadopsi dalam GRI.

Bulan maret 1999, GRI mengeluarkan *the Sustainability Reporting Guidelines* sebagai draft pembuka untuk diuji kepada publik dan tanggapan yang diperoleh. Sebanyak 21 perusahaan dari seluruh dunia menjadi proyek percontohan untuk penerapan pedoman tersebut. Pada Juni 2000, secara resmi GRI meluncurkan *the Sustainability Reporting Guidelines GRI 1nd Generation* dan mendapatkan respon positif dari publik. Sampai akhir tahun 2000, pengguna GRI Guidelines mencapai 50 organisasi.

Tahun 2002, GRI merilis GRI 2nd *Generation* yang merupakan pengembangan dari versi awal. Di tahun tersebut GRI diadopsi oleh PBB dan *The United Nations Global Compact* seperti yang disebutkan dalam dokumen EU dalam Kerangka CSR Eropa. Pengguna GRI G2 sampai akhir 2002 mencapai 150 organisasi yang tersebar di seluruh dunia. Oktober 2006, GRI merilis pedoman penyusunan *sustainability report GRI 3rd Generation* yang merupakan pengembangan dari generasi kedua.

Sampai saat ini GRI *guidelines* telah mengalami perubahan atau revisi sebanyak lima kali sejak pertama kali diluncurkan pada Juni 2000, yaitu versi G1 (GRI, 2000), G2 (GRI, 2002), G3 (GRI, 2006), G3.1 (GRI, 2011) dan G4 (GRI, 2013). Perubahan tersebut dibangun berdasarkan proses partisipasi dari *multi stakeholder* yang berkepentingan terhadap keberhasilan pelaporan sustainabilitas organisasi (Grushina, 2011: 8).

Standar pengungkapan CSR yang berkembang saat ini adalah menunjukkan standar yang dikembangkan oleh GRI 4nd *Generation* (selanjutnya disebut GRI G4), generasi keempat pedoman penyusunan *sustainability report* ini diluncurkan pada bulan Mei 2013. Tujuan sederhana dari GRI G4 adalah untuk membantu perusahaan menyusun laporan keberlanjutan yang bermakna dan membuat pelaporan keberlanjutan yang mantap dan terarah menjadi praktek standar. GRI G4 memusatkan pelaporan pada konsep materialitas. Ini artinya mendorong organisasi perusahaan untuk hanya memberikan informasi tentang hal-hal yang sangat penting agar dapat mencapai tujuan organisasi untuk keberlanjutan dan mengelola dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat.

Karakter pertama dan utama dari standar itu adalah fokus pada isu-isu yang material. Walaupun standar ini memiliki banyak aspek, setiap pengguna standar ini diminta untuk terlebih dulu menguji aspek mana saja yang material untuk dilaporkan. Materialitas sendiri dalam GRI G4 digambarkan sebagai persilangan antara (1) signifikansi dampak ekonomi, sosial, serta lingkungan organisasi perusahaan, dan (2) pengaruh terhadap penilaian dan keputusan pemangku kepentingan. Untuk aspek-aspek yang dianggap material, pelaporan kinerja harus dilakukan dengan mendalam. Sedangkan aspek yang kurang material bisa dilaporkan, namun dengan lebih dangkal.

Kedua, GRI G4 menghilangkan level aplikasi yang ada pada generasi-generasi sebelumnya. Banyak pakar yang mengamati bahwa penggunaan level aplikasi A, B, dan C telah membuat banyak organisasi perusahaan salah sangka. Kebanyakan mereka ingin mendapatkan level A, karena beranggapan bahwa level ini menandai kinerja yang tinggi. Padahal level hanya menandai jumlah indikator yang dilaporkan. Level ini telah membuat kecenderungan pelaporan keberlanjutan yang semakin tebal, karena organisasi ingin memuat semua indikator (level A), termasuk yang tidak penting dilaporkan. Sebagai gantinya,

GRI G4 membuat dua skema "*in accordance*". Skema pertama adalah "Inti", yang berarti perusahaan akan memilih minimal 1 indikator di setiap aspek yang material untuk dilaporkan. Sedangkan pada skema kedua, "Komprehensif", seluruh indikator di setiap aspek yang material akan dilaporkan.

Ekspansi batas-batas pelaporan adalah karakter yang ketiga. Pada generasi sebelumnya, yang dilaporkan utamanya adalah sebatas pada kinerja organisasi. Sedangkan pada GRI G4, yang harus dilaporkan adalah sepanjang mata rantai nilai. Ini berarti setiap organisasi perusahaan harus juga mengulas kinerja keberlanjutan, dimulai dari rantai pasokan hingga rantai pasarnya, bahkan pemanfaatan produknya oleh konsumen. Hal ini sangat tampak dari berbagai indikator baru yang memasukkan konsideran rantai nilai dalam dampak lingkungan, ketenagakerjaan, Hak Asasi Manusia (HAM), dan masyarakat.

Keempat, penekanan pada unsur tata kelola serta etika. Bagaimana fungsi organisasi pengawas, misalnya Dewan Komisaris pada perusahaan, terkait dengan isu-isu keberlanjutan sangat ditekankan pada GRI G4. Sangat jelas terbaca bahwa peran sumber daya manusia yang menguasai isu-isu keberlanjutan semakin didorong oleh standar baru ini. Yang mungkin kurang mengenakan walau sebagian kecil organisasi perusahaan juga telah memulai mengungkapkannya adalah indikator-indikator mengenai remunerasi. G4 tampak sangat menekankan pada pelaporan rasio remunerasi antar-tingkat pekerja, yang berarti standar ini sangat ingin mendorong pengurangan ketimpangan remunerasi yang selama ini semakin parah.

Dalam standar GRI G4, terdapat dua jenis pengungkapan, yakni Pengungkapan Standar Umum dan Pengungkapan Standar Khusus. Pengungkapan standar umum menetapkan konteks keseluruhan untuk laporan, memberikan gambaran tentang organisasi dan proses pelaporannya. Pengungkapan ini berlaku untuk semua organisasi terlepas dari penilaian

materialitas. Sedangkan pengungkapan standar khusus dibagi menjadi dua bagian yakni Aspek Material (DMA) dan Indikator. DMA atau Pengungkapan Pendekatan Manajemen mengarah pada aspek yang ingin dikelola oleh perusahaan. Setidaknya ada 3 aspek didalamnya yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Dari tiga hal tersebut dijelaskan mengapa aspek tersebut material, bagaimana dampaknya dikelola dan bagaimana pengelolaan aspek ini dievaluasi. Sedangkan Indikator sebisa mungkin memberikan informasi tentang dampak yang dihasilkan oleh ketiga aspek baik ekonomi, lingkungan atau sosial.

Selain pengungkapan standar umum dan standar khusus, terdapat pula pelaporan tentang isu-isu sektor spesifik. Adanya pelaporan spesifik dikarenakan tidak semua perusahaan atau organisasi bergerak pada bidang yang sama dan untuk hal-hal tertentu perusahaan dengan sektor tertentu wajib mencantumkan salah satu indikator spesifik di dalam laporan keberlanjutan.

Setidaknya terdapat enam elemen penting yang harus ada dalam laporan GRI G4, antara lain :

- 1) Pilih opsi 'sesuai' yang tepat untuk organisasi anda, dan penuhi persyaratannya.
- 2) Jelaskan bagaimana anda mengetahui aspek-aspek material organisasi, berdasarkan dampak dan harapan para pemangku kepentingan.
- 3) Tunjukkan dengan jelas di mana dampak terjadi (*boundary*).
- 4) Uraikan pendekatan organisasi untuk mengelola setiap aspek materialnya.
- 5) Laporkan indikator untuk setiap aspek material menurut opsi 'sesuai' yang dipilih.
- 6) Bantu pemangku kepentingan anda menemukan konten yang relevan dengan memberikan Indeks Konten GR.

Dalam standar GRI G4, standar pengungkapan umum terdiri dari 58 komponen yang harus dicantumkan oleh semua perusahaan atau organisasi terlepas dari aspek materialitasnya. Standar pengungkapan khusus yang dibagi menjadi 3 aspek yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial, mencapai total indikator 91 kinerja, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan, 16 indikator praktek tenaga kerja, 12 indikator Hak Asasi Manusia, 11 indikator kemasyarakatan dan 9 indikator tanggung jawab produk. Pelaporan isu-isu spesifik terdiri atas 10 indikator yang terbagi menjadi 1 kategori yaitu 3 indikator lingkungan dan 7 indikator sosial. Kategori dan aspek dalam pedoman GRI G4 secara lengkap, dapat dilihat pada Tabel 2.2 di bawah ini:

Tabel 2.2 Kategori dan Aspek dalam Pedoman GRI G4

Kategori	Ekonomi	Lingkungan		
Aspek ¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja Ekonomi • Keberadaan di Pasar • Dampak Ekonomi Tidak Langsung • Praktik Pengadaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan • Energi • Air • Keekaragaman hayati • Emisi • Efluen dan Limbah • Produk dan Jasa • Kepatuhan • Transportasi • Lain-lain • Asesmen Pemasok atas Lingkungan • Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan 		
Kategori	Sosial			
Sub-Kategori	Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	Hak Asasi Manusia	Masyarakat	Tanggung Jawab atas Produk
Aspek ²⁾	<ul style="list-style-type: none"> • Kepegawalan • Hubungan Industrial • Kesehatan dan Keselamatan Kerja • Pelatihan dan Pendidikan • Keberagaman dan Kesetaraan Peluang • Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki • Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan • Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Investasi • Non-diskriminasi • Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) • Pekerja Anak • Pekerja Paksa atau Wajib Kerja • Praktik Pengamanan • Hak Adat • Asesmen • Asesmen pemasok atas Hak Asasi Manusia • Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia 	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat Lokal • Anti-korupsi • Kebijakan Publik • Anti-persalingan • Kepatuhan • Asesmen Pemasok atas Dampak terhadap Masyarakat • Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan • Pelabelan Produk dan Jasa • Komunikasi Pemasaran • Privasi Pelanggan • Kepatuhan

Sumber: GRI, 2013

2.5 Perusahaan Sektor Perbankan

Menurut UU Perbankan No. 10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Di Indonesia, perbankan adalah salah satu bentuk perusahaan yang memiliki peran strategis untuk memberikan pemberdayaan masyarakat. Bank memiliki visibilitas

yang tinggi, karena operasionalnya yang erat dengan kehidupan sosial masyarakat. Masing-masing negara memiliki karakteristik dan bentuk bank yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan kondisi dan keadaan negara tersebut. Di Indonesia sendiri memiliki karakteristik bank yang ditujukan untuk membantu lancarnya peredaran moneter dan menunjang kemajuan masyarakat.

Perbankan merupakan lembaga *financial intermediary* antara pemilik sumber dana (kreditor) dan pihak yang memerlukan dana (debitor), oleh karena itu perbankan mempunyai peranan yang strategis dalam rangka memajukan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Tersedianya dana murah akan mempertinggi tingkat efisiensi dan daya saing perusahaan maupun tingkat efisiensi nasional untuk berkompetisi dalam lingkungan bisnis global.

Fungsi bank secara spesifik, bank sebagai : (1) *agent of trust* (kegiatan perbankan berdasarkan kepercayaan), (2) *agent of development* (memperlancar kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi), serta (3) *agent of services* (memberikan bermacam-macam jasa). Dari fungsi yang ada dapat dikatakan, bahwa dasar beroperasinya bank adalah kepercayaan, baik kepercayaan masyarakat terhadap perbankan dan sebaliknya. Tanpa adanya kepercayaan tersebut, maka kegiatan perbankan tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh sebab itu untuk tetap menjaga kepercayaan tersebut kesehatan bank perlu diawasi dan dijaga.

Kepercayaan masyarakat merupakan filsafah yang mendasari kegiatan usaha bank, sehingga tingkat kesehatan bank perlu dipelihara. Selain memiliki peluang untuk meraih laba, bank juga menghadapi berbagai macam resiko sebagai suatu bentuk ancaman. Risiko yang akan terjadi pada gilirannya dapat menjadi penyebab kegagalan dari sebuah bank dalam mencapai tujuannya. Semakin baik suatu perusahaan perbankan dalam mengelola dananya dan berhasil meningkatkan laba, menekan resiko serta mampu bertanggungjawab

terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial , maka semakin besar nilai perusahaan perbankan tersebut dimata stakeholder.

2.5.1 Peran Perbankan dalam *Sustainability*

Sustainability menunjukkan kemajuan dimana masyarakat menyadari perlunya pembangunan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan. Bank memiliki peranan penting dalam sistem perekonomian, bank merupakan perantara antara pemilik sumber dana (kreditor) dan pihak yang memerlukan dana (debitor). Dari perspektif ini, kegiatan bank tidak memiliki dampak secara langsung terhadap lingkungan. Berbeda bila dibandingkan dengan industri dibidang pertambangan, kesehatan/ obat, minyak bumi, bahan kimia, sektor tekstil, dapat dinyatakan bahwa sektor perbankan cenderung memiliki dampak minimal terhadap lingkungan.

Dana yang mengalir di dunia global, memiliki peranan utama dalam menentukan kebijakan internasional dan untuk mengendalikan stabilitas makro ekonomi, lembaga keuangan cenderung untuk mempengaruhi kehidupan seluruh umat manusia, dan juga mempunyai dampak baik dan buruk terhadap lingkungan, hak asasi manusia, dan keadilan sosial walaupun secara tidak langsung, dana dari semua sektor bisnis di sediakan oleh lembaga keuangan. Oleh karena itu, langkah-langkah yang diambil oleh sistem keuangan berdasarkan *sustainability development* mempengaruhi dan berdampak langsung pada semua sektor lainnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa lembaga keuangan sangat mempengaruhi keberlanjutan lingkungan dan sosial perusahaan.

Dampak lingkungan dan sosial dari lembaga keuangan muncul dalam dua bentuk: internal dan eksternal. Dampak internal terkait dengan proses bisnis di dalam bank itu sendiri, sementara eksternal adalah dampak yang berhubungan

dengan produk bank. Dampak lingkungan dari kegiatan internal lembaga keuangan cukup rendah bila dibandingkan dengan sektor lainnya, antara lain: energi listrik yang mereka gunakan, air, dan penggunaan kertas. Namun, ukuran sektor perbankan yang cukup besar dan jumlah perbankan yang cukup banyak ini juga patut dipertimbangkan untuk dampak lingkungan yang signifikan. Dampak lingkungan dari kegiatan eksternal adalah dampak yang berhubungan dengan produk bank. Tidak salah mengatakan produk bank tidak mencemari lingkungan. Pinjaman, investasi dan produk keuangan lainnya memang tidak mencemari lingkungan, namun kita lihat dari perspektif lain mengenai penggunaan produk ini berdampak pada lingkungan dan masyarakat.

Bank memiliki kekuatan dalam sistem ekonomi dan bank dapat menyokong kuat tercapainya proses *sustainability*. Bank harus mengintegrasikan *sustainability* dalam strategi perusahaan mereka, menghormati lingkungan, memberikan kontribusi kepada masyarakat lebih besar lagi, menekankan pada transparansi dalam hubungannya dengan *stakeholder*. Bank juga harus mendorong meningkatkan kesadaran tentang lingkungan dan sosial, memberikan pembiayaan untuk proyek-proyek ramah lingkungan guna meminimalkan efek perubahan iklim dan krisis multidimensi. Pembiayaan pada proyek-proyek yang tidak ramah lingkungan dapat menimbulkan resiko bagi bank, antara lain:

- a. **Resiko kerugian**, karena bank mengambil kepemilikan aset agunan, bank memiliki resiko kewajiban yang berasal dari kewajiban hukum klien. Jika operasi perusahaan klien gagal untuk mengelola risiko lingkungan dan sosial, klien dapat didenda atau dengan hukuman. Namun jika bank adalah pemegang saham utama dari klien bisnis, bank juga akan terkena konsekuensi kerugian.

- b. **Risiko keuangan**, bank akan terkena risiko keuangan apabila terjadi penghentian operasi klien akibat dari konsekuensi lingkungan dan sosial. Bank dapat menghadapi risiko likuiditas karena klien tidak mampu memenuhi kewajibannya.
- c. **Risiko reputasi**, bank dapat menghadapi potensi risiko reputasi akibat pemberitaan negatif yang berasal dari malpraktik klien terkait isu lingkungan dan sosial. Ini merugikan nama merek bank karena bank membiayai operasi klien.
- d. **Risiko kredit**, bank dapat menghadapi risiko kredit jika klien mendapat denda atau hukuman dari regulator terkait isu lingkungan dan sosial, ada risiko bahwa klien tidak akan mampu memenuhi kewajiban keuangan kepada bank.
- e. **Risiko pasar**, bank dapat menjadi subjek dari risiko pasar yang berasal dari penurunan nilai transaksi agunan klien akibat isu lingkungan sosial. Jika unit produksi mencemari lingkungan maka, nilai agunan klien yang terkait dengan unt akan menurun.

2.5.2 Perbankan ASEAN

ASEAN berdiri tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok oleh lima negara pendiri yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Philippina dan Singapura, kini telah menjadi 10 anggota dengan bergabungnya Brunei Darussalam (8 Januari 1984), Vietnam (28 Juli 1995), Laos dan Myanmar (23 Juli 1997) serta Kamboja (30 April 1999).

Perkembangan perekonomian dan perdagangan bebas dunia, mendorong kawasan regional melakukan berbagai kerja sama ekonomi, salah satunya adalah bidang perbankan. Untuk kerjasama antar bank di ASEAN, maka pada tahun 1976 dibentuklah *The ASEAN BANKERS ASSOCIATION*. Dengan lima anggota pendiri yaitu Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore dan

Thailand, kemudian tahun 1995 bergabung negara Brunei Darussalam, pada bulan Mei 1999 Vietnam dan Cambodia. Tujuan didirikan assosiasi ini antara lain: (1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara-negara ASEAN dengan melakukan kerja sama antar bank, (2) meningkatkan pengembangan sistem keuangan dan perbankan serta profesionalisme di negara-negara ASEAN, (3) mengadakan program asistensi antar institusi, (4) mengidentifikasi peluang pertumbuhan bank-bank di ASEAN.

Dalam perjanjian regional kerja sama perdagangan negara-negara anggota ASEAN yang tertuang dalam ASEAN framework Agreement on Services (AFAS) yang ditandatangani pada konferensi ASEAN ke lima tanggal 15 Desember 1995, isi dalam perjanjian tersebut difokuskan pada lima sektor, yaitu: jasa keuangan, transportasi, telekomunikasi, pariwisata dan jasa bisnis profesional. Untuk itu negara-negara ASEAN harus mempunyai komitmen dalam perjanjian ini, satu contoh adalah pembukaan investore asing pada sektor perbankan (Rajan dan Rohul, 2002).

2.6 Regulasi Pelaksanaan *Sustainability*

Indonesia memiliki Undang-Undang tentang CSR yang mengatur seluruh Perseroan Terbatas termasuk bank, namun ada pula Undang-Undang lain yang bersifat spesifik mengatur tentang CSR perusahaan milik pemerintah (BUMN). Adanya perbedaan penegasan Undang-Undang ini akhirnya menyebabkan perbedaan pelaksanaan CSR pada perusahaan milik swasta dan BUMN, termasuk untuk perusahaan yang bergerak di bidang perbankan.

Tanggungjawab sosial perusahaan atau lebih sering dikenal dengan CSR telah mendapatkan legalitas hukum di Indonesia. Adapun peraturan hukum yang mewajibkan CSR bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah :

1. PSAK No.1 Tahun 2013

Praktik penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial dan lingkungan di Indonesia tercantum dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tahun 2013, untuk itu sudah selayaknya perusahaan melaporkan semua aspek yang mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tahun 2013 paragraf kesembilan yang menyatakan bahwa:

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

2. UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 74

Pelaksanaan CSR bank swasta diatur oleh Undang-Undang No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PT) dalam pasal 2 yang menyebutkan setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan, kemudian Undang-Undang ini menjadi pedoman kewajiban PT untuk melaksanakan CSR. Selain itu, UU PT No. 40 Tahun 2007 menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam bersifat wajib (*mandatory*) menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (pasal 74 ayat 1).

UU PT No. 40 Tahun 2007 pasal 74 tersebut berbunyi sebagai berikut :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan

yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada pasal (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Regulasi terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk kegiatan usaha di bidang sumber daya alam yang dipandang sebagai langkah preventif untuk mencegah terjadinya dampak negatif lebih besar yang dapat ditimbulkan oleh perusahaan yang bergerak di industri tersebut. Namun, menurut beberapa kalangan, regulasi ini masih mengandung beberapa kelemahan. Apabila ditelusuri secara lebih mendalam, tidak satu pun perseroan yang kegiatan operasinya tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Kelemahan lainnya adalah belum adanya peraturan pemerintah yang menjelaskan mengenai kriteria perusahaan yang wajib melaksanakan CSR, serta anggaran minimum yang harus dikeluarkan terkait pelaksanaan CSR (Solihin, 2009: 166).

3. Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007

Di dalam dunia Badan Usaha Milik Negara (selanjutnya disebut BUMN), istilah CSR lebih dikenal sebagai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang lebih lanjut diatur dalam Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007. Menurut peraturan ini, BUMN diwajibkan menyisihkan laba bersihnya sebesar dua persen per tahun untuk mendanai pelaksanaan PKBL, yang kemudian dibukukan secara khusus, terpisah dari laporan keuangan BUMN yang melaksanakannya.

Peraturan ini mengatur lebih detail mengenai pelaksanaan program tanggungjawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh BUMN termasuk besaran prosentase yang harus disisihkan dari laba perusahaan untuk kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan tersebut. PKBL BUMN dibentuk secara khusus untuk menjalankan salah satu tujuan negara yaitu mengelola sumberdaya alam dan aset negara yang diperuntukkan demi kepentingan dan kesejahteraan hidup rakyat Indonesia.

Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 memiliki pokok-pokok pemikiran atau pertimbangan sebagai berikut :

- a. Mengingat bahwa salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat, maka BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil / koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.
- b. Persero dan Perum milik Pemerintah (BUMN) wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan, sedangkan bagi BUMN Persero Terbuka pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dapat mengacu kepada pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan pada Persero dan Perum (BUMN Non Terbuka).
- c. Dana Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan BUMN bersumber dari :
 - i. Penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 2% (dua persen), yang ditetapkan oleh Menteri bagi BUMN berbentuk Perum dan RUPS bagi BUMN berbentuk Persero;
 - ii. Jasa administrasi pinjaman, margin, bagi hasil, bunga deposito, dan atau jasa giro dari dana Program Kemitraan setelah dikurangi biaya operasional;
- d. Program Kemitraan diberikan dalam bentuk : pembiayaan modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan, atau pembiayaan kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha yang diperlukan dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan.
- e. Program Bina Lingkungan diberikan dalam bentuk :
 1. Bantuan korban bencana alam
 2. Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan
 3. Bantuan peningkatan kesehatan

4. Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum
5. Bantuan sarana ibadah
6. Bantuan pelestarian alam

Lebih lanjut dijelaskan bahwa, Program Kemitraan merupakan kegiatan pembinaan dan pengembangan yang dilakukan oleh BUMN terhadap usaha kecil (kekayaan bersih sampai Rp 200 juta dan penjualan sampai sampai Rp 1 miliar per tahun) dan mikro (penjualan sampai Rp 100 juta per tahun). Sementara itu, Bina Lingkungan merupakan bantuan untuk kegiatan-kegiatan non-ekonomis, yang sebagian besar berupa pinjaman kepada usaha kecil dan mikro, serta sebagian kecil berupa hibah untuk aktivitas pendukung berupa pendidikan, pelatihan, magang, penelitian dan sebagainya.

4. UU Nomor 25 Th. 2007 tentang Penanaman Modal

Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan CSR telah mendapatkan legalitas hukum di Indonesia. Adapun peraturan hukum yang mewajibkan CSR bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia diatur dalam UU ini, kewajiban CSR bagi penanam modal di Indonesia diatur pada pasal 15, 16 dan 17.

Pasal 15 berbunyi :

“Setiap penanam modal berkewajiban:

- a. Menerapkan prinsip tata kelola yang baik;
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
- e. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Dalam pasal 15 ditegaskan bahwa setiap penanam modal diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan membuat laporan yang disampaikan kepada pihak berwenang, disini

sesuai dengan teori stakeholder yang telah dipaparkan di awal. Penanam modal juga berkewajiban menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan serta mematuhi semua ketentuan perundang-undangan dan norma yang berlaku di masyarakat, disini sesuai dengan teori legitimasi.

Pasal 16 berbunyi :

“Setiap penanam modal bertanggung jawab:

- a. Menjamin tersedianya modal yang berasal dari sumber yang tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Menanggung dan menyelesaikan segala kewajiban dan kerugian jika penanam modal menghentikan atau meninggalkan atau menelantarkan kegiatan usahanya secara sepihak sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. Menciptakan iklim usaha persaingan yang sehat, mencegah praktik monopoli, dan hal lain yang merugikan negara;
- d. Menjaga kelestarian lingkungan hidup;
- e. Menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja; dan
- f. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Pasal 16 mewajibkan penanam modal untuk ikut serta menjaga kelestarian lingkungan hidup dan mematuhi semua peraturan perundang-undangan, agar tercipta keseimbangan ekosistem. Sedangkan untuk penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana lebih untuk pemulihan untuk lokasi yang telah di eksploitasi. Semua pelaksanaannya diatur di dalam perundang-undangan yang dituangkan dalam pasal 17 berikut ini :

Pasal 17 berbunyi :

“Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

5. Keputusan Ketua Bapepam dan LK Nomor 431/BL/2012

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, melalui Keputusan Ketua Bapepam dan LK: Kep-431/BL/2012 tanggal 1 Agustus 2012, pada penyampaian Laporan Tahunan yang harus berisi laporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Bahasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan terkait aspek lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, pengembangan sosial, dan tanggung jawab produk. Perusahaan dapat menyajikan didalamnya laporan terpisah, seperti Laporan Keberlanjutan yang telah diungkapkan dalam Peraturan Nomor X.K.6:

Emiten atau Perusahaan Publik dapat mengungkapkan informasi sebagaimana dimaksud dalam angka 1) pada laporan tahunan atau laporan tersendiri yang disampaikan bersamaan dengan laporan tahunan kepada Bapepam dan LK, seperti laporan keberlanjutan (*sustainability report*) atau laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility report*).

2.7 Standar Internasional terkait Pelaporan *Sustainability*

Sebenarnya telah banyak perusahaan yang menerapkan berbagai standar Internasional mengenai pelaporan sosial dan lingkungan sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa bisnis mereka bertanggung jawab (Daniri, 2008). Berbagai standar yang digunakan sebagai landasan untuk mengimplementasikan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan tersebut, antara lain:

a. *Global Reporting Initiative's (GRI)*

merupakan kerangka pelaporan yang ditujukan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor, dan lokasinya. Kerangka ini juga memperhatikan pertimbangan praktis yang dihadapi oleh berbagai

macam organisasi –dari perusahaan kecil sampai kepada perusahaan yang memiliki operasi ekstensif dan tersebar di berbagai lokasi.

b. *Accountability's (AA1000) standard*

merupakan suatu standar yang dikembangkan oleh *Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA)* untuk mempromosikan diadopsinya prinsip-prinsip CSR, sehingga memberikan pihak-pihak yang terkait jaminan akan kualitas akuntansi, audit dan laporan sosial dan etika. Akuntabilitas atas standar AA1000 yang menggunakan dasar triple bottom line (3BL) yaitu People, Planet, Profit. Dalam prinsip AA1000 ini meliputi *completeness, materiality, regularity and timeliness, quality assurance, information quality, embeddedness, continuous improvement, accessibility.*

c. *Social Accountability International's SA8000's Standard*

merupakan sebuah standar yang menetapkan persyaratan sukarela yang harus dipenuhi oleh pengusaha di tempat kerja, termasuk hak pekerja, kondisi tempat kerja, dan sistem manajemen. Unsur-unsur normatif dari standar ini didasarkan pada hukum nasional, norma hak asasi manusia dan konvensi ILO. Persyaratan SA 8000 ini tidak hanya berlaku bagi perusahaan saja, tetapi juga berlaku bagi pemasok/supplier/sub kontraktor baik produk maupun jasa yang terikat kerjasama dengan perusahaan tersebut.

d. *ISO 14000 Environmental Management Standard*

adalah standar sistem pengelolaan lingkungan yang dapat diterapkan pada bisnis apapun, terlepas dari ukuran, lokasi, atau pendapatan. Tujuan dari sistem ini adalah untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh bisnis dan untuk mengurangi polusi dan limbah yang dihasilkan oleh bisnis. ISO 14000 menawarkan panduan untuk memperkenalkan dan mengadopsi sistem manajemen lingkungan

berdasarkan pada praktek-praktek terbaik. ISO 14000 ada untuk membantu organisasi meminimalkan bagaimana operasi mereka berdampak negatif pada lingkungan.

e. ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility

adalah suatu standar yang memuat panduan perilaku bertanggung jawab sosial bagi organisasi guna berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Pedoman yang dikeluarkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO) pada 1 November 2010 ini terdiri dari 6 bab serta memuat 7 prinsip, 2 praktik dasar, 7 subjek inti, 36 isu, dan 6 praktik integrasi tanggung jawab sosial organisasi. ISO 26000 merupakan tanggapan ISO terhadap semakin maraknya perhatian dunia terhadap isu tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Bab enam ISO 26000 menjelaskan subjek inti dan isu yang terkait dengan tanggung jawab sosial. Tiap subjek mengandung informasi mengenai lingkup, kaitan dengan tanggung sosial, prinsip dan pertimbangan terkait, serta kegiatan dan harapan untuk subjek tersebut.

f. Proper

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) merupakan salah satu upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Dilakukan melalui berbagai kegiatan yang diarahkan untuk: (i) mendorong perusahaan untuk menaati peraturan perundang-undangan melalui insentif dan disinsentif reputasi, dan (ii) mendorong perusahaan yang sudah baik kinerja lingkungannya untuk menerapkan produksi bersih (*cleaner production*). Dalam Proper ini terdapat peraturan-peraturan yang mengatur tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, pengelolaan sampah, perlindungan dan pengelolaan air, pelestarian

fungsi atmosfer, kapasitas sumber daya manusia, perjanjian internasional, dan lain sebagainya. Bentuk-bentuk laporan tersebut dimaksudkan untuk membantu perusahaan dalam menyusun laporan CSR. Bentuk laporan tersebut dapat dijadikan pedoman untuk mengetahui apa saja yang menjadi poin penting dalam laporan CSR. Tidak ada aturan wajib tentang bentuk mana yang harus digunakan perusahaan, semuanya diserahkan kembali pada kesiapan perusahaan untuk menggunakan acuan yang mana, asalkan tetap konsisten. Karena yang terpenting bukan sekedar untuk membuat laporan yang baik tetapi juga pelaksanaan dan tujuan dari laporan tersebut dapat tercapai.

2.8 Penghargaan Terkait Implementasi CSR

Banyak bukti menunjukkan bahwa perusahaan yang sukses secara berkelanjutan bukanlah perusahaan yang mengandalkan tujuan perusahaan hanya pada keuntungan perusahaan secara ekonomi, tetapi juga perusahaan yang beroperasi secara legal dan menerapkan *good business ethic*, yang salah satunya adalah tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). Salah satu lembaga yang aktif membangun jejaring dan pembelajaran terkait CSR adalah *Corporate Forum for Community Development* (CFCD) yang digagas dan dibentuk pada tahun 2002. CFCD menyadari bahwa CSR telah menjadi kesadaran baru bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia seiring dengan terjadinya krisis multidimensi tahun 1997. Banyak perusahaan yang terperangkap dalam konflik kepentingan antara perusahaan dengan kebijakan pemerintah, perusahaan dengan stakeholder dan masyarakat yang seringkali sangat mengganggu dan berpengaruh pada kinerja operasional perusahaan, kemudian menjadi persoalan yang semakin pelik.

Munculnya berbagai tuntutan agar perusahaan lebih berperilaku etis dengan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam aktivitas bisnisnya,

memicu perusahaan untuk menyajikan informasi sosial dan lingkungan dalam laporan tahunannya atau melalui laporan sosial terpisah yang dikenal dengan *sustainability report*. Laporan yang sering disebut sebagai *Triple Bottom Lines Report* ini memiliki format yang beragam, baik isi, gaya bahasa maupun metodologinya (Suharto, 2008). Apresiasi terhadap pengintegrasian *sustainability report* tersebut diwujudkan dalam beberapa even pemberian penghargaan yang diselenggarakan oleh lembaga atau forum serta majalah bisnis. Majalah Media Akuntansi sejak tahun 2005 telah menyelenggarakan even yang bernama *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA)*. Majalah SWA juga menyelenggarakan even dengan nama *Sustainability Reporting Award*. Negara Malaysia juga menyelenggarakan even serupa yaitu ajang *ACCA Malaysia Sustainability Reporting Awards (ACCA)*.

Forum atau lembaga yang juga tercatat pernah menyelenggarakan even pemberian penghargaan terkait *sustainability report* adalah CFCD. Pada tahun 2005 untuk pertama kalinya CFCD menyelenggarakan *Indonesian CSR Awards 2005* bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Selanjutnya, CFCD juga menyelenggarakan even serupa yaitu *Indonesian CSR Awards 2008*, bekerjasama dengan Departemen Sosial RI dan didukung oleh Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat, Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara, Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Kementerian Negara Lingkungan Hidup, Kementerian Negara Perumahan Rakyat, dan Kementerian Negara Percepatan Pembangunan Daerah Tertinggal.