

PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN

Wenni Wahyuandari

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung

wwahyuandari@yahoo.com

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept that organizations, especially companies have a responsibility to employees, shareholders, the community and the environment, especially consumers, in all aspects of the company's operations, especially for problems that affect the environment such as pollution, waste, product safety and labor. Corporate Social Responsibility is no longer voluntary or a commitment made by the company in taking responsibility for the company's activities, but rather becomes an obligation for the company to do or implement it.

To evaluate the successful implementation of CSR and as a means of accountability to shareholders and investors, it is necessary to disclose social responsibility (Corporate Social Disclosures) in the annual financial statements. CSD (Corporate Social Disclosures) of the company can be described as the availability of financial information in the form of financial and non-financial ratios which include social benefits and social costs related to the interaction of organizations with the physical environment and social environment.

Keyword : *Corporate Social Responsibility, Corporate Social Disclosures, Financial Ratios*

LATAR BELAKANG

Munculnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR). Perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang mementingkan dirinya sendiri sehingga seolah bukan bagian dari pada lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, seharusnya melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap karyawan, pemegang

saham, komunitas dan lingkungan terutama konsumen, di segala aspek operasional perusahaan khususnya terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Corporate Social Responsibility bukan lagi bersifat sukarela atau sebuah komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007.

pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan; (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang peaksanaanya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) pasal 41 ayat (1) yang menyatakan "Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah". Selanjutnya, pasal 42 ayat (1) menyatakan : " Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah".

Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik

yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan CSR dan sebagai sarana pertanggungjawaban kepada shareholders dan investor, diperlukan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (Corporate Social Disclosures) dalam laporan keuangan tahunan. CSD (Corporate Social Disclosures) perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang meliputi manfaat sosial (social benefit) dan biaya sosial (social cost) berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan karena adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut.

Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial . Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan CSR.

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengungkapan CSR dalam laporan keuangan.

Manfaat yang diharapkan dari penjelasan pengungkapan CSR adalah sebagai pengetahuan mengenai analisa pengaruh kinerja keuangan terhadap Pengungkapan Aktivitas Corporate Social Responsibility

TINJAUAN PUSTAKA

Ilmu Socio Economic Accounting (SEA) bidang ilmu akuntansi berfungsi dan mencoba mengidentifikasi, mengukur, menilai, melaporkan aspek-aspek social benefit dan social cost yang ditimbulkan oleh lembaga". Arimawati (2008:11) dan Zulfa (2011:17) "Akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah proses pengurutan, pengukuran dan pengungkapan pengaruh yang kuat dari pertukaran antara suatu perusahaan dengan lingkungan sosialnya". Belkaoui (2000:39). Pertukaran antara perusahaan dengan masyarakat intinya adalah penggunaan sumber-sumber sosial. Apabila aktivitas perusahaan mengakibatkan habisnya sumber sosial, maka hasilnya adalah biaya sosial, sebaliknya apabila aktivitas perusahaan menyebabkan bertambahnya sumber sosial, maka hasilnya adalah berupa manfaat sosial.

Dari beragamnya definisi akuntansi pertanggungjawaban sosial memiliki persamaan dalam karakteristik, yaitu :

1. Menilai dampak sosial dari kegiatan-kegiatan perusahaan
2. Mengukur efektifitas dari program perusahaan yang bersifat sosial

3. Melaporkan sampai seberapa jauh perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya.
4. Sistem informasi internal dan eksternal yang memungkinkan penilaian menyeluruh terhadap sumber daya.

Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial " The objective of socio economic accounting is to measure and disclose the costs and benefits to society created by production-related activities of a business enterprise. More precisely, the objective is to internalize these social costs and benefits to determine a more relevant and exhaustive result that represent the socio economic profit of a firm". (Belkaoui, 2000:38). adalah untuk mengukur dan mengungkapkan dengan tepat seluruh biaya dan manfaat bagi masyarakat yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan produksi suatu perusahaan. Lebih tepatnya, bertujuan menginternalisir biaya sosial dan manfaat sosial untuk menentukan suatu hasil yang lebih relevan dan sempurna. Ruang lingkup akuntansi pertanggungjawaban sosial, 1). Sumbangan laba bersih (net profit contribution),2). Sumbangan sumber daya manusia (human resource contribution) 3). Sumbangan publik (public contribution) 4). Sumbangan lingkungan (environmental contribution) 5). Sumbangan produk dan jasa (product or service contribution) (Brumet dalam Glautier dan Underdown, 2001:477)

Teori stakeholder "perusahaan bukanlah entitas yang hanya

beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut” (Ghozali dan Chariri, 2007:56). Tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. Tanggung jawab sosial dari perusahaan (Corporate Social Responsibility) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga competitor”. (Sutopoyudo, 2009:2). Kurangnya perhatian perusahaan terhadap stakeholder, mengakibatkan rendahnya kinerja sosial perusahaan dan pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial/corporate social responsibility dalam laporan tahunan merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan stakeholders dan disarankan bahwa pengungkapan CSR merupakan jalan masuk dimana beberapa organisasi menggunakannya untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi. (Ahmad

dan Sulaiman (2004) dalam Zulfa, 2011:27). Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan diterimanya masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Dapat ditarik suatu benang merah mengenai definisi CSR, yaitu suatu mekanisme proses bisnis perusahaan yang mengintegrasikan aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan dalam aktivitasnya mencari keuntungan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan shareholder, stakeholders, dan lingkungan sekitar. Sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (profit), masyarakat, khususnya komunitas sekitar (people), serta lingkungan hidup (planet). Konsep ini dikenal dengan nama Triple Bottom Lines. Selain mengejar profit untuk kepentingan shareholders, perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan stakeholders, yakni terlibat dalam usaha pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Elkington (Susanto, 2007:21-22)

Terdapat enam dimensi tanggung jawab sosial perusahaan adalah : 1) Pelanggan, dimana kesuksesan perusahaan dibangun dari hubungan yang baik dengan

pelanggan yaitu memahami apa yang diinginkan pelanggan, menyediakan kualitas keandalan dalam produk atau jasa, melayani pelanggan dan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Reputasi perusahaan mempengaruhi pilihan pelanggan pada merk, walaupun nantinya terjadi perubahan harga pada produk atau jasa tersebut. 2).

Karyawan dimana Tanggung jawab sosial perusahaan yaitu menyediakan kerja yang penuh makna, membantu karyawan dalam mengembangkan dan merealisasikan potensinya. Perusahaan yang menyediakan kualitas kerja yang lebih berarti dan kualitas hidup yang tinggi dalam tempat kerja mempunyai pengaruh langsung pada laba atas peningkatan produktifitas, inovasi yang lebih baik, keandalan dan kualitas yang lebih tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan, perusahaan membutuhkan karyawan sebagai alat untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian perusahaan harus tetap menjaga hubungan baik dengan karyawan agar kelangsungan usaha tetap terjaga.3). Partner bisnis, dimana dengan mengembangkan hubungan jangka panjang dan bekerja dekat dengan partner bisnis, perusahaan dapat mengurangi kompleksitas, biaya-biaya, dan meningkatkan kualitas melalui joint engineering projects. Hubungan dengan partner bisnis sebaiknya dikelola sedemikian rupa sehingga baik perusahaan maupun para pemasok sama-sama memperoleh manfaat. Mengambil keuntungan dari hubungan tersebut dapat secara langsung mengurangi

biaya, meningkatkan nilai, atau keduanya. 4). Lingkungan, yang mana menciptakan nilai dengan melakukan beberapa hal yang berhubungan dengan siklus hidup suatu produk. Dengan cara mengurangi masukan energi, mengurangi racun yang diserap, menambah bahan baku yang dapat diproduksi kembali, mengembangkan ketahanan produk, menambah kemampuan barang dan jasa. 5). Masyarakat. dimana kesuksesan perusahaan dihubungkan dengan kesehatan, stabilitas, kemakmuran masyarakat, dan komunitas dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan berhubungan dengan masyarakat dengan berbagai cara, antar alain kegiatan amal, investasi sosial misalnya saja dukungan dalam pendidikan dan masalah sosial seperti pengangguran.6). Investor, dimana banyak pakar ekonomi, para pelopor bisnis, dan investor mengatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Tetapi dibalik itu semua masih terdapat tanggung jawab perusahaan yang lebih besar yaitu bagaimana mereka menjalin hubungan dengan stakeholder. Marcello Pallazi (Zulfa, 2011:25). Manfaat Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan antara lain mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan, layak mendapatkan social license to operate. Mereduksi resiko bisnis perusahaan. melebarkan akses sumber daya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, memperbaiki

hubungan dengan regulator. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, peluang mendapatkan penghargaan. (Wibisono, 2007:78-81). Menurut marketing journal beberapa manfaat yang diperoleh dari penerapan CSR, diantaranya, meningkatkan reputasi dan brand image, meningkatkan profit dan loyalitas pelanggan, menciptakan kesempatan usaha baru, meningkatkan kemampuan untuk menarik dan mempertahankan karyawan, meningkatkan produktivitas dan moral, menarik investor dan rekan bisnis, manage resiko, perlakuan istimewa dari pemerintah dan kebijakannya, meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional, inovasi pasar melalui kerja sama dengan komunitas lokal. (Arimawati, 2008:24)

Pengungkapan (disclosure) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1994:203). Pengungkapan ada yang bersifat wajib (mandatory) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (voluntary), yaitu pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas (Suwardjono, 2005:190,575,577).

Ada enam tujuan pengungkapan, yaitu : 1. Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item

tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan. 2. Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut. 3. Untuk menyediakan informasi untuk membantu investor dan kreditor dalam menentukan risiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan belum diakui. 4. Untuk menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antar perusahaan dan antar tahun. 5. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar di masa datang. 6. Untuk membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya. (Riahi dan Belkaoui, 2001:219-220)

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial terpisah. (Guthrie dan Mathews (Zulfa, 2011:31) Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. (Zulfa, 2011:32).

Kesadaran pentingnya CSR mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan CSR yang dilakukan. Pengungkapan kegiatan CSR dapat diungkapkan pada laporan keuangan atau laporan tahunan perusahaan.

Stakeholder and Corporate Social Responsibility Disclosure: A Comparative Study of Indonesia, India, and Pakistan . (Djoko Suhardjanto, Fathi Rahmah Fitriyana, Made Wedaswari Aldhilla Arta Wahyuningtyas, 2017). Penelitian bertujuan untuk menguji perbedaan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia, Pakistan dan India, serta menguji pengaruh pemangku kepentingan terhadap pengungkapan CSR. Stakeholder diidentifikasi oleh manajer, karyawan, pemegang saham, kreditor dan pelanggan. Pengungkapan CSR Perusahaan diukur menggunakan indeks GRI. Populasi penelitian menggunakan data sekunder dari laporan tahunan yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia (BEI), Bursa Efek Pakistan dan Bursa Efek India. Sampel penelitian perusahaan di Indonesia, Pakistan dan India yang dihasilkan dengan menggunakan metode purposive sampling. Hasil uji ANOVA terdapat perbedaan tingkat pengungkapan CSR antara Indonesia, Pakistan dan India. Analisis regresi linier dan hasilnya adalah karyawan dan pelanggan memiliki dampak positif pada pengungkapan CSR. Selain itu, tidak ada dampak yang signifikan antara pemegang saham, manajer dan kreditor terhadap pengungkapan CSR.

Corporate Social Responsibility Disclosure and Performance: A Meta-Analytic Approach. (Dolores Gallardo-Vázquez 1,* , María J. Barroso-Méndez 2 , María L. Pajuelo-Moreno 3 and Julio Sánchez-Meca 4, 2019). Sebagai hasil dari prosedur meta-analisis hanya mencakup 95 artikel. Untuk memproses sampel, menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Hunter dan Schmidt. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan kinerja CSRD tidak cukup signifikan untuk tujuan praktis. Analisis variabel moderasi mengungkapkan bahwa koneksi menjadi kepentingan praktis ketika dimoderasi oleh tiga variabel utama: wilayah, jenis pengungkapan, dan ukuran organisasi. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dengan memperjelas hubungan antara CSRD dan kinerja dan mengidentifikasi variabel mana yang dapat menjelaskan beragam hasil penelitian sebelumnya.

Firm-value effects of CSR disclosure and CSR performance. (Robert Gutsche, Jan-Frederic Schulz, Michael Gratwohl. 2017). Hasil penelitian menemukan bahwa pengungkapan CSR adalah berhubungan positif dengan nilai perusahaan dan bahwa pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan lebih besar dari pengaruh kinerja CSR. Hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memediasi kinerja CSR. Dapat disimpulkan bahwa jumlah pengungkapan CSR yang relatif tinggi adalah diartikan sebagai kinerja CSR yang baik.

Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Plantation & Consumer Products' Industry in Pakistan. (Umair Tufail Faculty, Sara Kamran, Naveed Ahmad, Sohail Anwar, 2016). Menjelaskan pentingnya pengungkapan CSR di Pakistan. Tujuan pertama penelitian untuk memeriksa sejauh mana pengungkapan CSR. Tujuan kedua apakah profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage memiliki hubungan dengan tingkat pengungkapan CSR. Pengumpulan data dari laporan tahunan pada seratus tiga puluh delapan perusahaan industri produk konsumen dan empat puluh delapan Perkebunan perusahaan yang terdaftar di Pakistan. Hasil dari penelitian bahwa kesadaran manajemen yang lebih tinggi untuk meningkatkan tingkat pengungkapan CSR di Perkebunan & Konsumen Industri produk.

Corporate Social Responsibility Disclosure in Vietnam: A Longitudinal Study. (Kelly Anh Vu and Thanita Buranatrakul, 2018) Penelitian dilakukan untuk melihat tingkat praktik pengungkapan sosial perusahaan pada pasar berkembang. Tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mendorong praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Vietnam. Sampel pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Vietnam dari 2009 hingga 2013, sampel dari 600 pengamatan dianalisis menggunakan indeks pengungkapan CSR yang diklasifikasikan menjadi empat dimensi (sumber daya manusia, keterlibatan masyarakat,

lingkungan, dan produk / layanan). Hubungan signifikan ditemukan antara dewan independensi, dualitas CEO, ukuran, dan untung dengan tingkat pengungkapan CSR perusahaan di Vietnam. Proporsi kepemilikan negara dan kepemilikan asing di Vietnam masih mempengaruhi prospek pengungkapan informasi yang lebih besar disbanding dimensi sumber daya manusia.

Corporate Social Responsibility Disclosure and the Value Relevance of Annual Reports for Listed Banks in Kenya (Gitahi J. Nasieku T. Memba F. 2018) Studi ini menyelidiki hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan relevansi nilai dari laporan tahunan untuk bank-bank yang terdaftar di Kenya. Penelitian ini menggunakan analisis konten dan persepsi analis keuangan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, termasuk oleh bank dalam laporan tahunan mereka. Sampel terdiri dari laporan tahunan dari sepuluh bank yang terdaftar di Nairobi Securities Exchange (NSE) selama seluruh periode dari tahun 2010 hingga tahun 2015. Penelitian ini berfokus pada bank karena peraturan tambahan oleh Bank Sentral Kenya. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner survei yang diberikan kepada responden yang merupakan analis keuangan dengan total enam puluh satu perusahaan berlisensi Kenya Capital Market (CMA) (bank investasi, pialang saham, manajer dana dan penasihat investasi) pada 30 April 2016. Data sekunder diperoleh dari daftar tindakan

korporasi dan buku pegangan oleh Nairobi Securities Exchange, statistik pasar harian dari data NSE dan laporan tahunan yang dirilis oleh bank. Program analisis konten ATLAS.ti 8, kamus OneLook dan Ms Excel 2007 digunakan untuk analisis konten. Analisis data dilakukan dengan Statistik deskriptif dan statistik inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan relevansi nilai laporan tahunan yang diukur dengan harga pasar rata-rata per saham. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bank-bank yang terdaftar di Kenya mempengaruhi relevansi nilai laporan tahunan.

Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responcibility (CSR) dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor (Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi, Eko Ganis Sukoharsono, 2008)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara detail terkait fenomena pengungkapan CSR dalam laporan keuangan serta penghargaan yang diberikan kepada perusahaan yang telah melaksanakan CSR. Pendekatan kualitatif berupaya memahami perusahaan yang telah melaksanakan CSR dengan harapan peneliti akan memahami berbagai masalah yang terdapat dalam fenomena.

Data sekunder diperoleh dengan metode dokumentasi. Data diperoleh dari laporan keuangan salah satu perusahaan yang memperoleh penghargaan CSR Award serta terdaftar di BEI tahun 2019.

HASIL PENELITIAN

PT Modernland Realty Tbk merupakan perusahaan pengembangan real estat, golf dan country club, kontraktor dan perdagangan, pembangunan kawasan industri dan pergudangan, rumah susun, perhotelan, perkantoran, pusat perbelanjaan, serta jasa pengelolaan lapangan golf. Mendapat penghargaan dalam Indonesia CSR Awards melalui cagar budaya. Dalam CSR Indonesia AWARDS mengajak semua perusahaan terlibat dan ikut serta dimana ada 10 Penghargaan CSR antara lain: 1. Cipta Karsa Mandiri : Bidang CSR yang memberikan karya cipta bagi komunitas dan juga publik atau masyarakat secara mandiri. 2. Reka Karsa Sosial : Bidang CSR sosial bantuan bagi sebuah wilayah atau masyarakat secara reguler dan menjadi terbantu sehingga mampu me-rekayasa yang berguna di lingkungan sekitar. 3. Bangun Karsa Rupa : Bidang CSR memberikan sumbangan atas satu peristiwa bencana bagi masyarakat sehingga bisa bangkit dan terbangun kembali dan karsa mereka tercipta dari segala ruang rupa kehidupan kembali normal dan lebih waspada. 4. Didaktika Pratama Unggul: Bidang CSR pendidikan yang memberikan bantuan langsung pertolongan ke masyarakat dalam bidang edukasi. 5. Karsa Budaya

Prima : Bidang CSR budaya memberikan dukungan konservasi atau pelestarian. 6. Cipta guna Sehati : Bidang CSR kesehatan yang memberikan dukungan atau sarana kesehatan gizi dan juga cara hidup sehat. Dan bisa dilakukan oleh perusahaan atau komunitas masyarakat sehat. Akan diberikan bagi 3 pelaku program. 7. Gagas Inova Karya : Bidang CSR yang mendukung para inovator dalam mewujudkan karya baru dan original. 8. Gerak Mandiri Siaga: Pelaku yang memberikan bantuan langsung pertolongan ke masyarakat secara cepat. 9. Daya Olahkarsa Pratama : Bidang CSR olahraga yang membina para atlet masa depan. . Kategori ini akan diberikan bagi 3 pelaku komunitas lembaga bantuan sosial. 10. Insan Gagas gemilang . Sebagai perusahaan yang sudah go public, diharuskan untuk mempublikasikan laporan keuangan pada Bursa Efek. Laporan keuangan menyajikan neraca, laporan Laba rugi serta Arus kas secara lengkap. Rasio-rasio kinerja keuangan bisa dihitung dengan jelas. Rasio-rasio keuangan memberikan informasi kepada para pemegang saham untuk Kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan Return on Asset (ROA). Sedangkan Return on Equity (ROE) indikator penting bagi investor untuk menilai prospek perusahaan di masa datang dengan melihat pertumbuhan profitabilitas perusahaan serta rasio-rasio kinerja keuangan yang lainnya.

Data sekunder berupa laporan keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember 2019 PT PT Modernland Realty Tbk. jenis laporan atas laporan keuangan Tidak Diaudit / Unaudit Type of report on financial

statements, Jumlah aset Rp. 15.739.881.399.432,- Total Laba rugi komprehensif yang dapat diatribusikan ke entitas induk Rp. 321.105.115.468,- Jumlah ekuitas Rp. 7.150.904.539.679,-

Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan-perusahaan dinilai melalui pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Dengan pengungkapan sosial tersebut akan dapat dihitung indeks pengungkapan sosialnya. Indeks pengungkapan sosial merupakan luas pengungkapan relatif dari setiap perusahaan Indeks pengungkapan ditentukan dengan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan sesuai daftar pengungkapan sosial. Skor yang diberikan bersifat dikotomi, yaitu akan diberikan skor 1 (satu) = Yes untuk setiap item yang diungkapkan dan akan diberikan skor 0 (nol) = No untuk item yang tidak diungkapkan.

Untuk penghitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan dengan cara :

1. Membuat suatu daftar pengungkapan sosial.

Daftar disusun untuk memudahkan peneliti dalam melakukan perhitungan tingkat kepatuhan laporan tahunan suatu perusahaan dalam memenuhi peraturan dan standar pengungkapan tertentu. Daftar disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan sesuai tema pengungkapan dan masing-masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapannya dalam laporan keuangan yang bersangkutan.

- Menentukan indeks pengungkapan sosial untuk setiap perusahaan yang dijadikan sampel berdasarkan tema. Skor 1 (satu) diberikan terhadap item pengungkapan yang diungkapkan dan skor 0 (nol) jika tidak ada pengungkapan.

Metode diatas tidak bisa dilakukan karena,tidak bisa didapatkan pengungkapan dari kegiatan CSR karena pada tahun tersebut laporan keuangan tidak audited, meskipun perusahaan tetap mendapatkan CSR Award tahun 2019.

KESIMPULAN

Penelitian ini hanya membahas secara deskriptif mengenai Pengungkapan (disclosure) laporan keuangan yang didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien. Pengungkapan bersifat wajib (mandatory) dan yang bersifat sukarela (voluntary), yaitu pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas, akan tetapi pada laporan keuangan yang berakhir 31 Desember 2019 pada saat perusahaan mendapatkan CSR Award belum dilakukan audit sehingga tidak bisa diketahui pengungkapan kegiatan CSR.

PT Modernland Realty Tbk sebagai pemenang dalam penghargaan kegiatan CSR telah melakukan pengungkapan dalam laporan keuangan sehingga informasi laporan keuangan bisa

digunakan pengambilan keputusan pada pasar modal oleh pihak yang berkepentingan. Ada enam tujuan pengungkapan, yaitu : 1. Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan. 2. Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut. 3. Untuk menyediakan informasi untuk membantu investor dan kreditor dalam menentukan risiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan belum diakui. 4. Untuk menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antar perusahaan dan antar tahun. 5. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar di masa datang. 6. Untuk membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya. tercermin dalam laporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Djoko Suhardjanto, Fathi Rahmah Fitriyana, & Made Wedaswari Aldhilla Arta Wahyuningtyas. 2017. Stakeholder and Corporate Social Responsibility Disclosure: A Comparative Study of Indonesia, India, and Pakistan.
- Dolores Gallardo-Vázquez 1,* , María J. Barroso-Méndez 2 , María L. Pajuelo-Moreno 3 & Julio Sánchez-Meca 4. 2019. Corporate Social Responsibility Disclosure and Performance: A Meta-Analytic Approach.

Robert Gutsche, Jan-Frederic Schulz,
& Michael Gratwohl. 2017.
Firm-value effects of CSR
disclosure and CSR
performance.

Umair Tufail Faculty, Sara Kamran,
Naveed Ahmad, & Sohail
Anwar. 2016. Corporate Social
Responsibility (CSR)
Disclosure in Plantation &
Consumer Products' Industry
in Pakistan.

Kelly Anh Vu & Thanita
Buranatrakul. 2018. Corporate
Social Responsibility
Disclosure in Vietnam: A
Longitudinal Study.

Gitahi J. Nasieku T. Memba F. 2018.
Corporate Social
Responsibility Disclosure and
the Value Relevance of Annual
Reports for Listed Banks in
Kenya.

Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi,
& Eko Ganis Sukoharsono,
2008. Pengaruh Karakteristik
Perusahaan Terhadap
Pengungkapan Corporate
Social Responsibility (CSR)
dan Dampaknya Terhadap
Reaksi Investor.