

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini telah sampai pada tahap persaingan global dengan dinamika perubahan yang sangat cepat dan pesat. Ditengah situasi kompetisi global seperti ini, *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan komponen penting yang harus dipersiapkan dengan sangat baik untuk membangun kondisi perusahaan yang kuat, tangguh, dan berkelanjutan. Menurut *The World Bank Good Corporate Governance* dalam Kharisma (2014) adalah **suatu penyelenggaraan manajemen pembangunan yang solid dan bertanggung jawab yang sejalan dengan prinsip demokrasi dan pasar yang efisien, penghindaran salah alokasi dana investasi, dan pencegahan korupsi baik secara politik maupun administratif, menjalankan disiplin anggaran serta politik maupun administratif menjalankan disiplin anggaran serta penciptaan legal dan *political framework* bagi tumbuhnya aktivitas usaha.**¹

Banyak para ahli mengartikan tentang *Good Corporate Governance* namun pada intinya *Good Corporate Governance* merupakan suatu perangkat **aturan yang diatur hak dan kewajibannya antar *stakeholder* pada perusahaan dan mewajibkan perusahaan untuk melakukan prinsip GCG**

¹ Bayu Kharisma, 'Dalam Sektor Publik Dan Swasta (Suatu Pendekatan Ekonomi Kelembagaan)', Jurnal Buletin Studi Ekonomi, 2014, vol.19, hal 10.

seperti, transparansi, akuntabilitas, responbilitas, independen dan kesetaraan.²

Pelaksanaan *Good Corperate Governance* sangat dibutuhkan untuk memenuhi kepercayaan masyarakat dan dunia internasional yang digunakan sebagai syarat mutlak didalam dunia perindustrian guna mengembangkan perusahaan dengan baik dan sehat serta dapat mewujudkan *stakeholder value*. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang mengalami kebangkrutan adalah perusahaan yang gagal dalam memperbaiki kesalahan manajemen. Akibat dari tidak dapat diperbaikinya manajemen adalah sistem tata kelola perusahaan yang buruk. Kegagalan tata kelola suatu perusahaan disebabkan karena perusahaan mencoba untuk menyalahgunakan elemen-elemen yang ada dalam *Good Corperate Governance* untuk mengoperasikan perusahaan.

Penerapan konsep *Good Corporate Governance* (GCG) yang benar diharapkan mampu menjadikan perusahaan dengan pengelolaan yang lebih transparan untuk semua pihak yang berkepentingan. Perusahaan yang memiliki pengelolaan yang baik dan transparan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sudah menerapkan implementasi GCG. Pengaturan serta pengimplementasian *Good Corporate Governance* memerlukan komitmen dari seluruh jajaran organisasi dimulai dari penetapan kebijakan dasar tata tertib sampai pada penerapan kode etik yang harus dipatuhi oleh semua pihak di dalam perusahaan.

² Rosali. C. Purba, 'Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bei', Jurnal Darma Agung, 2020, vol.28, hal 233.

Good Cooperate Governance diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi manajemen dan karyawan perusahaan tetapi juga bagi *stakeholders*, konsumen, pemasok, pemerintah, dan lingkungan masyarakat terkait dengan perusahaan tersebut.

Untuk mencapai penerapan *Good Corporate Governance* yang baik, maka perusahaan dituntut secara hukum untuk menerapkan prinsip GCG seperti yang tersirat dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* di Indonesia yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal diantaranya adalah Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, dan Kewajaran. Prinsip-prinsip yang dimiliki oleh *Good Corporate Governance* bertujuan untuk membantu setiap perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dari perusahaan bagi semua pihak yang berkepentingan. **Prinsip GCG tersebut dianut oleh *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* dan beberapa lembaga lainnya yang mana menempatkan salah satu prinsip GCG yaitu prinsip tanggung jawab (*responsibility*) sebagai pilar tegaknya *Good Corporate Governance*³.**

Perusahaan menerapkan GCG dan menjalankan kegiatan usahanya dengan berpedoman pada peraturan-peraturan yang telah dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG). KNKG merupakan komite yang bertugas sebagai pembuat pedoman penerapan GCG di Indonesia khususnya pada sektor publik. Tidak hanya terbatas sampai peraturan-peraturan KNKG,

³ Agung Rakhmat, '*Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Prinsip Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Kasus Pada Community Development Center PT Telkom Malang)*', Jurnal Skripsi, 2013, hal 1.

perusahaan juga menjalankan GCG sesuai kebijakan penerapan GCG yaitu Keputusan Direksi No.29 Tahun 2007.

Good Corporate Governance masuk ke Indonesia pada tahun 1997, dimana saat itu Indonesia mengalami krisis moneter. Implementasi *Good Corporate Governance* pada perusahaan yang ada di Indonesia dianggap belum mampu melaksanakan *Corporate Governance* dengan sungguh-sungguh adanya. **Hal ini disebabkan oleh kenyataan yang ada dilapangan bahwa perusahaan di Indonesia belum sepenuhnya memiliki *Corporate Culture* sebagai inti dari *Corporate Governance*. Adapun bukti mengenai opini tersebut dapat dilihat dalam kajian *Pricewaterhouse Coopers* yang dimuat dalam *Report on Institutional Investor Survey (2002)* mengenai transparansi dan keterbukaan yang merupakan bagian dari prinsip GCG, Indonesia berada di urutan paling bawah dengan nilai skor 1,96.⁴ Di tahun 2003 indeks *corporate governance* Indonesia naik jika dibanding tahun 1998 (2,88) menjadi 3,2, namun tetap berada di bawah negara-negara yang ikut serta mendukung penerapan GCG yang baik. Selain itu, berdasarkan laporan *World Competitiveness Report* yang dirilis pada Mei 2005, Indonesia berada pada urutan ke 59 dari 60 negara yang disurvei mengenai budaya perusahaan atau organisasi di negara-negara yang mendukung penerapan GCG secara baik.⁵**

⁴ Thomas S. Kaihatu, '*Good Corporate Governance Dan Penerapannya Di Indonesia*', Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, vol.8, 2008, hal 2.

⁵Teddy Kozuma, '*Good Corporate Governance*', <https://kumparan.com/teddy-kozuma/good-corporate-governance/> (diakses pada 24 Januari 2021).

Pada tahun 2015, ketua Dewan Komisiner OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Wimboh Santoso mengungkapkan ada 2 emiten dari Indonesia yang masuk kedalam daftar 50 emiten terbaik dalam praktik GCG di ASEAN dalam ajang penganugerahan *ASEAN Corporate Governance Awards 2015* yang diselenggarakan oleh *ASEAN Capital Markets Forum (ACMF)* di Manila, Filipina. Kedua emiten tersebut adalah PT Bank Danamon Tbk dan PT Bank CIMB Niaga Tbk. Pencapaian ini tentu masih tertinggal jauh dari Thailand yang mampu menempatkan 23 emiten, Filipina 11 emiten, Singapura 8 emiten dan Malaysia 6 emiten. Menurut Primadhyta (2017), **saat ini OJK mendorong penerapan tata kelola perusahaan yang baik oleh perusahaan di Indonesia untuk penerapan GCG di Indonesia yang sudah relative tertinggal dibandingkan negara-negara di kawasan ASEAN.**⁶

Selanjutnya, **gagasan utama dari *Good Corporate Governance* atau tata kelola perusahaan yang baik adalah mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang disebut dengan *Cooperate Social Responsibility***⁷. Perihal tanggung jawab sosial perusahaan ini seiring dengan kesimpulan yang terangkum dalam Konferensi CSR yang diselenggarakan oleh *Indonesia Business Links (IBL)* pada tanggal 7-8 September 2006 di Jakarta yaitu mengenai

⁶ Safyra Primadhyta, ‘**OJK: Praktik GCG Perusahaan Indonesia Masih Tertinggal**’, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170920070153-78-242846/ojk-praktik-gcgperusahaan-indonesia-masih-tertinggal/>, (diakses pada tanggal 25 Januari 2021).

⁷ Etty Murwaningsari, ‘**Hubungan *Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibilities* dan *Corporate Financial Performance* Dalam Satu Continuum**’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2011, vol.11, hal 31.

responsible business is a good business. Saat membuka konferensi Menteri Koordinator Perekonomian, Boediono mengatakan:

“CSR merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik, bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas *Cooperate Social Responsibility* dengan *Good Corporate Governance*. Karena keduanya merupakan satu continuum (kesatuan), dan bukan merupakan penyatuan dari beberapa bagian terpisahkan”.⁸

Dari pernyataan diatas diambil kesimpulan bahwa GCG dan CSR memiliki keterkaitan yang erat. Keduanya memiliki kedudukan yang sama kuat didalam dunia bisnis dan memiliki hubungan antara satu sama lain.

Berdasarkan hasil penelitian dalam jurnal yang berjudul “Implementasi Tata Kelola Perusahaan melalui program *Cooperate Social Responsibility* PT Bank BTN Cabang Ambon” oleh Barus Umarella (2020) menunjukkan bahwa penerapan GCG yang baik menjadi acuan terrealisasinya program CSR yang diselenggarakan oleh PT Bank BTN Cabang Ambon dengan bukti, perusahaan telah menerapkan berbagai prinsip GCG seperti transparansi dan responsibilitas ketika mengimplemantasi CSR perusahaan. Begitu juga dengan hasil penelitian pada PT Telkom dalam jurnal yang berjudul “*Good Corporate Governance* Sebagai Prinsip Implementasi *Cooperate Social Responsibility*” oleh Rakhmat Agung (2013) menunjukan bahwa PT Telkom menerapkan dengan baik kelima prinsip *Good Corporate Governance* dalam pengimplementasian CSR.

⁸ Boediono, ‘CSR, Elemen Utama Tata Laksana Kemasyarakatan yang Baik’, Republika, 2006.

Selain itu, dapat dilihat juga pada hasil penelitian dari jurnal yang berjudul “*Good Corporate Governance Sebagai Pilar Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Pada PT Bank X, Tbk)*” yang ditulis oleh Diah Febriyanti (2010) yang menunjukkan bahwa Good Corporate Governance merupakan pilar CSR. Pernyataan tersebut dapat disimpulkan karena pada penelitiannya prinsip GCG telah diimplementasikan dengan baik dalam praktik CSR pada PT. Bank X. Dari paparan hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa penerapan *Good Corporate Governance* merupakan pilar pelaksanaan *Cooperate Social Responsibility*.

Cooperate social responsibility (CSR) atau yang lebih dikenal dengan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu konsep bahwa setiap korporasi khususnya perusahaan memiliki tanggungjawab sosial terhadap seluruh pemangku kepentingannya. Dimana didalamnya terdapat konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. CSR (*Cooperate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah isu baru di dalam dunia bisnis, melainkan isu yang sudah lama muncul dan menglobal di dunia bisnis di berbagai negara. **Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jurnal internasional yang memuat berbagai studi penerapan CSR di berbagai negara**⁹. Kesadaran akan pentingnya penerapan tanggung jawab sosial perusahaan

⁹ Anis Chariri, ‘*The Dynamics of Financial Reporting Practice in an Indonesian Company: A Reflection of Javanese Views on an Ethical Social Relationship*’, 2007.

semakin meningkat seiring dengan kepedulian masyarakat akan barang-barang yang diproduksi tanpa merusak lingkungan sekitar.

Di Indonesia pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban, hal ini diatur dalam Undang undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74 ayat 1A resmi ditetapkan pada tanggal 16 Agustus 2007. Dalam UUPT tersebut mewajibkan perusahaan yang usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melakukan CSR. Bagi perusahaan *go public* laporan pertanggung jawaban sosial perusahaan harus dipublikasikan kepada masyarakat luas. Bagi perusahaan yang belum *go public* tetap harus malaporkan walaupun hanya kepada pihak-pihak yang terkait seperti regulator dan pemegang saham. Selain itu, UU No. 40 Tahun 2007 (pasal 66 ayat 2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan hal ini bersifat wajib (*mandatory disclosure*). Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*voluntary*). Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Implementasi CSR di Indonesia masih ada pada tahap kebagian keuntungan yang dipergunakan untuk memenuhi *felt needs* (keinginan) daripada *real needs* (kebutuhan nyata) masyarakat. Hal ini disebabkan karena banyaknya perusahaan yang belum memahami arti pentingnya mengetahui dan memfasilitasi kebutuhan nyata masyarakat melalui pelaksanaan CSR yang tepat. Padahal, jika suatu perusahaan melaksanakan CSR berdasarkan hasil penelitian majalah SWA

terhadap 45 perusahaan di Indonesia tahun 2013 menyatakan bahwa akan terjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sebesar 16.82%. Pada penelitian PIRAC di tahun 2001 dalam penelitian sTanudjaja menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11.5 juta dollar AS dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa. Meskipun dana ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat, dilihat dari angka kumulatif tersebut, perkembangan CSR di Indonesia cukup menggembirakan. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa Indonesia memang masih belum mendalami masalah CSR-nya, tetapi terdapat *track record* sebelumnya yang cukup bagus. Dan hal tersebut dapat dijadikan pacuan untuk melakukan lebih baik.

Berdasarkan uraian latar belakang konsep *Good Corporate Governance* yang menjadi pilar pelaksanaan *Cooperate Social Responsibility* yang menjelaskan keterkaitan satu dengan yang lainnya, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian studi literatur “***GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI PILAR COOPERATE SOCIAL RESPONSIBILITY***”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan yang dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Good Cooperate Governance* berperan sebagai pilar *Corporate Social Responsibility* ?
2. Apakah prinsip GCG telah di implementasikan dengan baik dalam praktik CSR?
3. Mengapa CSR dianggap penting dan berguna bagi perusahaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah di uraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah GCG berperan sebagai pilar CSR.
2. Untuk mengetahui apakah prinsip GCG telah di implementasikan dengan baik dalam praktik CSR
3. Untuk mengetahui alasan pentingnya CSR bagi perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Universitas HKBP Nommensen Medan

Bagi instansi pendidikan, hasil penelitian isi dapat dijadikan referensi bacaan tambahan diperpustakaan Universitas HKBP Nommensen Medan terkait dengan *Good Corporate Governance sebagai pilar Cooperate Social Responsibility*.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman dan wawasan yang lebih mendalam mengenai *Good Corporate Governance* sebagai Pilar *Cooperate Social Responsibility*.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan tema yang berkaitan untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan teori di Indonesia, khususnya mengenai masalah *Good Corporate Governance* dan *Cooperate Social Responsibility*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman serta dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan, bahan diskusi, dan bahan kajian lanjut bagi pembaca tentang masalah yang berkaitan dengan *Good Corporate Governance* dan *Cooperate Social Responsibility*.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori pemangku kepentingan (*Stakeholders theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Freeman tahun 1984. Perusahaan adalah organ yang berhubungan dengan pihak lain yang berkepentingan, baik yang ada di dalam maupun di luar perusahaan. Penjelasan yang lain tentang teori pemangku kepentingan mengatakan bahwa, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingannya. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh pemangku kepentingan kepada perusahaan tersebut. Menurut Febriyanti (2011) **Fenomena seperti ini terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul, serta ketimpangan sosial yang terjadi¹⁰.**

Untuk itu, tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi (*economics focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap stakeholders, baik internal maupun eksternal. Gray dan Adams (1994) dalam Febriyanti (2011) mengatakan bahwa:

¹⁰ Diah Febriyanti, '*Good Corporate Governance Sebagai Pilar Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada PT Bank X, Tbk)*', Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*”.¹¹

Definisi *stakeholder* menurut Moir (2001) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi¹². Menurut Kasali dalam Febriyanti (2011) membagi *stakeholders*, menjadi:

1. ***Stakeholders internal dan stakeholders eksternal.***
Stakeholders internal adalah *stakeholders* yang berada dalam lingkungan organisasi, misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholders*). Sedangkan *stakeholders eksternal* adalah *stakeholders* yang berada diluar lingkungan organisasi, seperti: penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok investor, dan lainnya.
2. ***Stakeholders primer, stakeholders sekunder dan stakeholders marjinal.***
Stakeholders primer merupakan *stakeholders* yang harus diperhatikan oleh perusahaan, dan *stakeholders sekunder* merupakan *stakeholders* kurang penting, sedangkan *stakeholders marjinal* merupakan *stakeholders* yang sering diabaikan oleh perusahaan.
3. ***Stakeholders tradisional dan stakeholders masa depan.***
Karyawan dan konsumen merupakan *stakeholders tradisional*, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders masa depan* adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruh pada organisasi, seperti: peneliti, konsumen potensial, calon investor (investor potensial) dan lainnya.
4. ***Proponents, opponents, uncommitted.***
Stakeholders proponents merupakan *stakeholders* yang berpihak kepada perusahaan, *stakeholders opponents* merupakan *stakeholders* yang tidak memihak perusahaan, sedangkan *stakeholders*

¹¹ Gray and Adam, **Op.Cit**, hal.12.

¹² L. Moir, ‘*What do we mean by corporate social responsibility?*’, *The International Journal of Business in Society*, 2001, vol.1, hal.16.

uncommitted adalah *stakeholders* yang tak peduli lagi terhadap perusahaan (organisasi)

5. *Silent majority dan vocal minority.*

Dilihat aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau dukungannya secara *vocal* (aktif), namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).¹³

2.2. *Good Coorporate Governance*

2.2.1. *Pengertian dan Konsep Dasar Good Coorporate Governance*

Menurut Shaw dalam Kaihatu (2006) **dua teori utama yang terkait dengan corporate governance adalah *stewardship theory* dan *agency theory*.**

¹⁴*Stewardship theory* dibangun di atas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni bahwa manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas dan kejujuran terhadap pihak lain. Inilah yang tersirat dalam hubungan fidusia yang dikehendaki para pemegang saham. Dengan kata lain, *stewardship theory* memandang manajemen sebagai dapat dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan public maupun *stakeholders*.

Sementara itu, *agency theory* yang dikembangkan oleh Michael Johnson, memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai “*agents*” bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham. Dalam perkembangan selanjutnya, *agency theory* mendapat respon lebih luas karena dipandang lebih mencerminkan kenyataan yang ada. **Berbagai pemikiran**

¹³ Kasali, **Op.Cit**, hal.12.

¹⁴ Shaw, **Op.Cit**, hal.4.

mengenai *corporate governance* berkembang dengan bertumpu pada *agency theory* di mana pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku.¹⁵

Good corporate governance (GCG) secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder*.¹⁶ Ada dua hal yang ditekankan dalam konsep ini, pertama, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya dan, kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholder*.

Ada empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep *Good Corporate Governance*, yaitu *fairness, transparency, accountability, dan responsibility*. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *good corporate governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan. **Konsep *Good Corporate Governance* baru populer di Asia. Konsep ini relatif berkembang sejak tahun 1990-an. Konsep *Good Corporate Governance* baru dikenal di Inggris pada tahun 1992. Negara-negara maju**

¹⁵ **Ibid.**

¹⁶ Monks and Robert. A. G, **Op.cit.**, hal 1.

yang tergabung dalam kelompok OECD (kelompok Negara-negara maju di Eropa Barat dan Amerika Utara) mempraktikkan pada tahun 1999.¹⁷

2.2.2. Prinsip Dasar *Good Corporate Governance*

Terdapat 5 prinsip dasar *Good Corporate Governance* dalam Kaihatu (2006) yang harus mencerminkan pada hal-hal sebagai berikut :

1. **Transparasi**

Transparasi adalah keterbukaan yang diwajibkan oleh undang-undang. Keterbukaan yang dilakukan oleh perusahaan menyangkut masalah keterbukaan informasi ataupun dalam hal penerapan *management*. informasi tentang perseroan yang akurat, jelas dan tepat waktu, baik kepada *shareholders* maupun *stake holders*.

2. **Akuntabilitas**

Adanya keterbukaan informasi dalam bidang finansial dalam hal ini ada dua pengendalian yang dilakukan oleh direksi dan komisaris. Direksi menjalankan operasional perusahaan, sedangkan komisaris melakukan pengawasan terhadap jalannya perusahaan oleh direksi, termasuk pengawasan keuangan. Sehingga sudah sepatutnya dalam suatu perseroan, Komisaris *Independent* mutlak diperlukan kehadirannya. Sehingga adanya jaminan tersedianya mekanisme, peran dan tanggung jawab jajaran manajemen yang profesional atas semua keputusan dan kebijakan yang diambil sehubungan dengan aktivitas operasional perseroan.

3. **Tanggung jawab**

Tanggung jawab perusahaan adalah kesesuaian (patuh) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku. Peraturan yang berlaku di sini termasuk yang berkaitan dengan masalah pajak, hubungan industrial, perlindungan lingkungan hidup, kesehatan atau keselamatan kerja, standar penggajian, dan persaingan yang sehat.

4. **Keadilan**

Secara sederhana keadilan (*fairness*) bisa didefinisikan sebagai perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku. *Fairness* juga mencakup adanya

¹⁷ Ibid, hal.4.

kejelasan hak-hak pemodal, sistem hukum dan penegakan peraturan untuk melindungi hak-hak investor khususnya pemegang saham minoritas dari berbagai bentuk kecurangan. *Fairness* diharapkan membuat seluruh aset perusahaan dikelola secara baik dan *prudent* (hati-hati), sehingga muncul perlindungan kepentingan pemegang saham secara *fair* (jujur dan adil). *Fairness* menjadsi jiwa untuk memonitor dan menjamin perlakuan yang adil di antara beragam kepentingan dalam perusahaan.

5. **Kemandirian**

Suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.¹⁸

2.2.3. **Tahapan Penerapan *Good Corporate Governance***

Dalam pelaksanaan penerapan tahapan yang cermat berdasarkan analisis atas situasi dan kondisi perusahaan, dan tingkat kesiapannya, sehingga penerapan GCG dapat berjalan lancar dan mendapatkan dukungan dari seluruh unsur di dalam perusahaan. Pada umumnya perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan GCG menggunakan tahapan berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini terdiri atas tiga langkah utama: *awareness building*, *GCG assessment*, dan *GCG manual building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting GCG dan komitmen bersama dalam penerapannya. Upaya ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan. Bentuk kegiatan dapat dilakukan melalui seminar, lokakarya, dan diskusi kelompok. *GCG Assessment* merupakan upaya untuk mengukur atau lebih

¹⁸ **Ibid.**

tepatnya memetakan kondisi perusahaan dalam penetapan GCG saat ini. Langkah ini perlu guna memastikan titik awal level penerapan GCG dan untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang tepat guna mempersiapkan infrastruktur dan struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan GCG secara efektif. Dengan kata lain, *GCG assessment* dibutuhkan untuk mengidentifikasi aspek-aspek apa yang perlu mendapatkan perhatian terlebih dahulu, dan langkah-langkah apa yang dapat diambil untuk mewujudkannya. *GCG manual building* adalah langkah berikut setelah *GCG assessment* dilakukan. Berdasarkan hasil pemetaan tingkat kesiapan perusahaan dan upaya identifikasi prioritas penerapannya, penyusunan manual atau pedoman implementasi GCG dapat disusun. Penyusunan manual dapat dilakukan dengan bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan.

2. Tahap Implementasi

Setelah perusahaan memiliki GCG manual, langkah selanjutnya adalah memulai implementasi di perusahaan. Tahap ini terdiri atas tiga langkah utama yakni:

A. Sosialisasi

Untuk memperkenalkan kepada seluruh perusahaan berbagai aspek yang terkait dengan implementasi GCG khususnya mengenai pedoman penerapan GCG. Upaya sosialisasi perlu dilakukan dengan suatu tim khusus yang dibentuk untuk itu, langsung berada

di bawah pengawasan direktur utama atau salah satu direktur yang ditunjuk sebagai GCG *champion* di perusahaan.

B. Implementasi

Kegiatan yang dilakukan sejalan dengan pedoman GCG yang ada, berdasar roadmap yang telah disusun. Implementasi harus bersifat *top down approach* yang melibatkan dewan komisaris dan direksi perusahaan. Implementasi hendaknya mencakup pula upaya manajemen perubahan (*change management*) guna mengawal proses perubahan yang ditimbulkan oleh implementasi GCG.

C. Internalisasi

Tahap jangka panjang dalam implementasi. Internalisasi mencakup upaya upaya untuk memperkenalkan GCG di dalam seluruh proses bisnis perusahaan kerja, dan berbagai peraturan perusahaan. Dengan upaya ini dapat dipastikan bahwa penerapan GCG bukan sekedar dipermukaan atau sekedar suatu kepatuhan yang bersifat *superficial*, tetapi benar benar tercermin dalam seluruh aktivitas perusahaan.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara teratur dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan GCG telah dilakukan dengan meminta pihak independen melakukan audit implementasi dan *scoring* atas praktik GCG yang ada. Terdapat banyak

perusahaan konsultan yang dapat memberikan jasa audit yang demikian, dan di Indonesia ada beberapa perusahaan yang melakukan scoring. Evaluasi dalam bentuk *assessment, audit or scoring* juga dapat dilakukan secara *mandatory* misalnya seperti yang diterapkan di lingkungan BUMN. Evaluasi dapat membantu perusahaan memetakan kembali kondisi dan situasi serta capaian perusahaan dalam implementasi GCG sehingga dapat mengupayakan perbaikan-perbaikan yang perlu berdasarkan rekomendasi yang diberikan.

2.2.4. Tujuan Good Corporate Governance

Menurut Sutojo dan Aldridge dalam Ahmad (2018) Good Corporate Governance mempunyai lima macam tujuan utama. Kelima tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham.**
- 2. Melindungi hak dan kepentingan para anggota nonpemegang saham.**
- 3. Meningkatkan nilai perusahaan dan para pemegang saham.**
- 4. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja Dewan Pengurus dan manajemen perusahaan**
- 5. Meningkatkan mutu hubungan *Board of Directors* dengan manajemen senior perusahaan.¹⁹**

Dalam menerapkan nilai-nilai tata kelola perusahaan, perseroan menggunakan pendekatan berupa keyakinan yang kuat akan manfaat dari penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Berdasarkan keyakinan yang kuat, maka akan tumbuh semangat yang tinggi untuk menerapkannya sesuai standar

¹⁹ Sutojo dan Aldridge, **Op.Cit**, hal.10.

internasional. Hal ini berguna untuk memastikan tata kelola perusahaan diterapkan secara konsisten di seluruh lini dan unit organisasi, perseroan menyusun berbagai acuan sebagai pedoman bagi seluruh karyawan.

Selain acuan yang disusun sendiri, perseroan juga mengadopsi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam hal penerapan prinsip GCG harus disadari bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik hanya akan efektif dengan adanya asas kepatuhan dalam kegiatan bisnis sehari-hari, terlebih dahulu diterapkan oleh jajaran manajemen dan kemudian diikuti oleh segenap karyawan dengan penerapan yang konsisten, tegas dan berkesinambungan dari seluruh pelaku bisnis.

2.2.5. Manfaat *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance memberikan kerangka acuan yang memungkinkan pengawasan berjalan efektif sehingga tercipta mekanisme *checks and balances* di perusahaan. Esensi *corporate governance* adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap *shareholders* dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku. Selain hal tersebut, Menurut Febriyanti (2010) berikut ini adalah manfaat penerapan GCG:

1. Mengurangi *agency cost*

Suatu biaya yang harus ditanggung pemegang saham sebagai akibat pendelegasian wewenang kepada pihak manajemen. Biaya-biaya ini dapat berupa kerugian yang diderita perusahaan sebagai akibat penyalahgunaan wewenang (*wrong doing*), ataupun berupa biaya pengawasan yang timbul untuk mencegah terjadinya hal tersebut.

2. **Mengurangi biaya modal (*cost of capital*)**

Sebagai dampak dari pengelolaan perusahaan yang baik tadi menyebabkan tingkat bunga atas dana atau sumber daya yang dipinjam oleh perusahaan semakin kecil seiring dengan turunnya tingkat resiko perusahaan.

3. **Meningkatkan nilai saham perusahaan**

Selain meningkatkan saham perusahaan *Good Cooperate Governance* juga dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut kepada publik luas dalam jangka panjang.

4. **Menciptakan dukungan untuk *para stakeholder***

Dalam lingkungan perusahaan tersebut terhadap keberadaan dan berbagai strategi dan kebijakan yang ditempuh perusahaan, karena umumnya mereka mendapat jaminan bahwa mereka juga mendapat manfaat maksimal dari segala tindakan dan operasi perusahaan dalam menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan.²⁰

2.3. ***Cooperate Social Responsibility***

2.3.1. ***Pengertian Cooperate Social Responsibility***

Banyak istilah tentang tanggungjawab perusahaan, dalam perundang-undangan menggunakan tanggungjawab sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* atau kadangkala orang menyebut juga dengan *business social responsibility* atau *cooperate citizenship* atau *cooperate responsibility* atau *business citizenship*.²¹ Istilah-istilah diatas sama artinya dan sering digunakan untuk merujuk pengertian CSR.

Menurut Rachmawati (2018) terdapat dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi

²⁰ *Ibid*, hal.10.

²¹ T. Romi Marnelly, '*Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*', Jurnal Aplikasi Bisnis, 2012, vol.2, hal 53.

berkelanjutan (*sustainable economic activity*).²² Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional.

Pengertian CSR dalam ruang lingkup yang lebih sempit dapat dipahami dari pendapat ahlinya seperti definisi CSR dari *The World Business Council for Sustainable Development* dalam Febriyanti (2011) yang merupakan lembaga internasional yang beranggotakan perusahaan multinasional, mendefinisikan:

“CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat lebih luas”.²³

2.3.2. Manfaat Penerapan *Cooperate Social Responsibility*

Menurut Yusuf Wibisono dalam Andriyati (2011) ada 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

1. **Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *image* perusahaan**
Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak *image* dan reputasi positif perusahaan. *Image* / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. **Layak Mendapatkan *social licence to operate***

²² Ardian Lilis Rachmawati, ‘Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap *Return on Assets* Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi’, 2008.

²³ *The World Business Council for Sustainable Development*, **Op.Cit**, hal.20.

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

3. **Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan**

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan *stakeholders* akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* perlu mendapat perhatian.

4. **Melebarkan Akses Sumber Daya**

Track records yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5. **Membentangkan Akses Menuju *Market***

Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. **Mereduksi Biaya**

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

7. **Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder***

Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder*, dimana komunikasi ini akan semakin menambah *trust stakeholders* kepada perusahaan.

8. **Memperbaiki Hubungan dengan Regulator**

Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Image perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

10. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambahkan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan *award*.²⁴

2.3.3. Implementasi CSR di Indonesia

Saat ini, tuntutan untuk melakukan CSR semakin tinggi termasuk perusahaan di Indonesia. Memang saat ini di Indonesia, praktek CSR belum menjadi suatu keharusan yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR akan semakin besar.

Secara yuridis formal, pemerintah telah mendukung praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial melalui Undang-undang tentang Perseroan Terbatas. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI (*Global Reporting Initiatives*). Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) atau sekarang dikenal Ikatan Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI dalam pemberian penghargaan Indonesia *Sustainability Report Award* (ISRA) kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Standar

²⁴ Yusuf Wibisono, *Op.Cit.*, hal.11.

GRI dipilih karena memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, *rigor*, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau aktivitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara *ad-hoc*, partial, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekadar *do good and to look good*, berbuat baik agar terlihat baik. Semakin lama, semakin banyak perusahaan yang kurang menyukai pendekatan karitatif semacam itu, karena tidak mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan *community development* kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*. Prinsip-prinsip *good corporate governance*, seperti *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan

responsibility kemudian menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program CSR.

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan kesehatan, pemberian pinjaman modal bagi UKM, *social forestry*, penakaran kupu-kupu, pemberian beasiswa, penyuluhan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat dan seterusnya. CSR pada tataran ini tidak sekadar *do good dan to look good*, melainkan pula *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.4. *Good Corporate Governance* sebagai pilar *Corporate Social Responsibility*

Good Corporate Governance (GCG) bukan istilah baru dalam hukum perusahaan. Prinsip GCG yang dianut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) dan beberapa lembaga lain menempatkan prinsip *responsibility* atau tanggung jawab sebagai pilar tegaknya GCG. Menurut Sita Supomo dalam *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) dalam Mulati (2011), mengatakan bahwa: **“Implementasi prinsip *Good Corporate Governance* salah satunya diterapkan dalam bentuk tanggung jawab sosial**

perusahaan atau yang biasa di kenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)²⁵”.

Menurut Boediono dalam Etty (2011): “**Pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas CSR dengan *Good Corporate Governance* karena keduanya merupakan satu continuum (kesatuan), dan bukan merupakan penyatuan dari beberapa bagian yang terpisahkan**²⁶”. Dari pernyataan Boediono, dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki hubungan yang erat serta keterikatan dengan *Cooperate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan pendapat diatas juga dapat dilihat bahwa GCG juga berperan sebagai tonggak pelaksanaan CSR, karena GCG dan CSR tidak dapat dipisahkan. GCG dan CSR diibaratkan seperti dua sisi mata uang, keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam dunia bisnis namun berhubungan satu sama lain. Tanggung jawab sosial perusahaan ini berorientasi kepada para *stakeholders* hal ini sejalan dengan salah satu prinsip dari empat prinsip utama *Good Cooperate Governance* yaitu *responsibility*. Karena itu, prinsip *responsibility* di sini lebih mencerminkan *stakeholders driven concept*.

Menurut Reksodiputro dalam Etty (2011): “**Konsep *Corporate Social Responsibilities* merupakan bagian pedoman *Good Corporate Governance***²⁷”. Berdasarkan pendapat Reksodiputro dapat dilihat bahwa *Cooperate Social*

²⁵ Muliati Agustina, ‘Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada PT. Jamsostek Kantor Wilayah I Sumatera Utara), 2011.

²⁶ **Loc. Cit**

²⁷ **Loc. Cit**, hal 5.

Responsibility berperan dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance*, begitu juga sebaliknya, *Good Corporate Governance* tentunya sangat mempengaruhi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Masalah etika bisnis dan akuntabilitas bisnis semakin menarik perhatian masyarakat di beberapa negara maju, hal ini karena *self-regulation* terlihat gagal, maka diperlukan peraturan baru yang dapat memberikan standar yang lebih tinggi bagi perusahaan dalam melakukan praktik perusahaan.

Pada saat ini juga terjadi pergeseran paradigma *Good Corporate Governance* yaitu dengan memperluas paradigma teoretis dari *agency teory* menjadi *stakeholder theory perspective*. **Akibat yang muncul dari pergeseran paradigma ini, *Good Corporate Governance* harus mempertimbangkan dan memperhatikan masalah *Corporate Social Responsibility* dalam suatu konteks historis dan filosofi yang luas.**²⁸

²⁸ **Ibid**, hal.5.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan studi literatur dengan kajian kepustakaan (*library search*). Kajian kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah jurnal, buku, maupun artikel yang berhubungan dengan objek penelitian. Kajian kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan terhadap jurnal-jurnal yang berhubungan dengan *Good Cooperate Governance* dan *Cooperate Social Responsibility*. Selain itu, untuk menambah pengetahuan dan informasi mengenai objek penelitian penulis juga melakukan kajian kepustakaan terhadap undang-undang yang mengatur *Good Cooperate Governance* dan *Cooperate Social Responsibility*.

Jenis penelitian studi literatur juga sering dikenal dengan sebutan studi pustaka. Studi Literatur adalah penelitian yang alat pengumpulan datanya digunakan untuk mengungkapkan berbagai teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan digunakan sebagai bahan bahasan hasil penelitian yang diambil dari berbagai jurnal dan buku yang relevan terhadap topic penelitian. Studi literatur harus menentukan topik permasalahan yang menjadi fokus penelitian, kemudian mengkaji teori yang harus digunakan untuk membahas topik penelitian dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya. Penelitian

studi literatur ini bertujuan untuk mencari dasar pijakan atau fondasi untuk memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan hasil penelitian. Dalam penelitian ini tentu peneliti harus memiliki wawasan yang luas dengan informasi yang akurat mengenai topic penelitian.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut David Williams (1995) dalam Nurdiawati (2008) : **“Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah , dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah²⁹”**. Dari definisi David Williams menunjukkan gambaran bahwa penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah, metode alamiah dan dilaksanakan oleh orang yang mempunyai perhatian alamiah.

Menurut Dezin dan Lincoln (1987) dalam Nurdiawati (2008) : **“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada³⁰”**. Dari pandangan Dezin dan Lincoln mengenai definisi penelitian kualitatif mereka mempersoalkan latar alamiah agar hasil dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif dengan berbagai macam metode penelitian.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai definisi penelitian kualitatif, maka dapat di simpulkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan

²⁹ Hani Nurdiawati, ‘Pembinaan Anak Jalanan Menjadi Warga Negara yang Baik’, Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia, 2008.

³⁰ **Loc. Cit.**

untuk mengetahui dan memahami fenomena yang sedang di alami oleh subjek penelitian pada suatu fenomena alamiah dengan menggunakan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif ini bersifat fleksibel dan terbuka. Jika saat penelitian berlangsung, dan peneliti menemukan kepustakaan yang sesuai dengan fokus penelitian maka hasil kepustakaan tersebut akan segera di proses dan disusun secara teratur, kemudian digunakan dalam penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan sebagai prosedur pemecahan masalah yang sedang diteliti dengan menggambarkan objek dalam penelitian melalui wujud gambar, orang, masyarakat, lembaga, ataupun hal-hal yang sesuai dengan fakta yang terjadi. Penelitian ini mendeskripsikan *Good Cooperate Governance* sebagai pilar dilaksanakannya *Cooperate Social Responsibility*.

3.1.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka atau studi literatur. Studi pustaka adalah studi pengumpulan data yang digunakan untuk mendeskripsikan berbagai teori yang relevan dengan fokus permasalahan yang sedang di teliti kemudian digunakan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian yang diambil dari berbagai buku, jurnal, maupun artikel yang terpercaya dan relevan dengan isi penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan studi pustaka dari jurnal, buku, undang-undang, artikel ilmiah, literature review yang berisikan

tentang *Good Cooperate Governance* dan *Cooperate Social Responsibility*. Data yang diperoleh kemudian dikompulsi, dianalisis, dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai studi literatur *Good Cooperate Governance* sebagai pilar pelaksanaan *Cooperate Social Responsibility*.

3.1.3. Sumber Data Penelitian

Sumber data dibagi menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber data dari suatu penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang digunakan berupa jurnal hasil peneliti sebelumnya mengenai konsep-konsep, definisi, pandangan, dan argumentasi yang terdapat dalam literatur yang relevan dengan topik pembahasan penelitian ini yakni GCG dan CSR.

3.1.4. Analisis Data Penelitian

Setelah dilaksanakannya pengumpulan data maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah analisis data. Prosedur analisis data dalam penelitian kualitatif studi literatur tidak memiliki langkah yang baku, karena langkah-langkah dalam penelitian kualitatif tidak linier seperti penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif cenderung sirkuler sehingga dapat dimulai darimana saja. Pada penelitian ini dimulai dengan mengelompokkan data yang dikumpulkan dari yang relevan, cukup relevan dan sangat relevan. Cara lain yang dapat digunakan untuk memulai analisis data penelitian adalah dengan melihat tahun penelitian

dimulai dari yang paling terbaru kemudian berangsur-angsur menunjukkan tahun yang paling lama.

Selanjutnya, peneliti pada penelitian ini menggunakan prosedur analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Firdha (2018) pada prosedur ini analisis data penelitian kualitatif dimulai dari reduksi data, display data dan kemudian penarikan kesimpulan. Berikut adalah rincian prosedur analisis data yang dilakukan pada penelitian ini :

1. Reduksi data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan pola dari data yang dianalisis. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari apabila diperlukan. Pada penelitian ini jika ditemukan data yang bersifat kuantitatif peneliti tidak memisahkan dari kata-katanya agar tidak menghilangkan makna sesungguhnya.

2. *Display data*

Selanjutnya, setelah data direduksi maka peneliti menyajikan data. Penyajian data berguna sebagai kumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dapat digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman mengenai topik permasalahan dalam penelitian ini dan sebagai acuan untuk mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Data yang disajikan juga tersedia dalam berbagai bentuk.

3. Pengambilan keputusan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini adalah langkah terakhir yang dilakukan untuk menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Hasil penelitian dari penarikan kesimpulan tersedia dalam bentuk deskriptif objek penelitian yang berpedoman pada kajian teori penelitian. Mula-mula hasil penarikan kesimpulan untuk hasil penelitian cenderung kabur, namun lama-kelamaan semakin jelas karna data yang diperoleh semakin banyak, berhubungan dan juga mendukung.³¹

³¹ Firdah Wardani, 'Skrripsi Partisipasi Masyarakat', 2018.