

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya (*input*) dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang (*output*) kepada pelanggan. Dalam proses kegiatannya perusahaan harus bertanggung jawab kepada lingkungan dan kelompok sosial disekitarnya. Suatu perusahaan yang berdiri tentunya memiliki suatu tujuan atas kegiatan yang dilakukannya baik untuk menghasilkan keuntungan maupun sebagai suatu bentuk pelayanan publik. Sehingga perusahaan berdiri bukan tanpa tujuan dan tanpa memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Keuntungan tersebut diperoleh sebagian besar dari hasil operasi perusahaan sehingga menghasilkan sejumlah pendapatan tertentu dengan ekspresi laba tertentu. Namun, perlu disadari adanya dampak – dampak sosial yang akan ditimbulkan perusahaan dalam menjalankan operasinya tersebut. Sehingga pertanggungjawaban perusahaan pun tidak sebatas hanya kepada investor dan kreditor, juga lingkungan perusahaan.

Untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan mencari peluang guna mencapai tujuannya dengan berbagai cara sehingga berpotensi untuk melakukan aktivitas yang berdampak negatif bagi lingkungannya. Menyadari dampak-dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasinya, perusahaan hendaknya memperhatikan dampak-dampak tersebut dan turut serta menjaga dan peduli terhadap lingkungan sekitar masyarakat sebagai *stakeholder*. Dampak negatif

tersebut antara lain: yaitu pencemaran polusi, eksploitasi sumber daya alam, keracunan, kebisingan yang dihasilkan oleh mesin produksi dan lain-lain, jika hal tersebut tidak dikontrol maka akan merugikan masyarakat dan lingkungannya.

Masyarakat sadar bahwa operasi perusahaan memberikan dampak terhadap kehidupan mereka sehingga masyarakat menuntut dan menekankan agar perusahaan mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya. Pentingnya mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan yang menjadi tren global seiring dengan makin maraknya kepedulian komunitas global dalam dunia internasional terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia, Contohnya: Pemakaian listrik dari sumber energi yang tak terbarukan, pemakaian BBM untuk kendaraan, perjalanan dinas dan pemakaian kertas menimbulkan emisi karbon (CO<sub>2</sub>), penyebab pemanasan Global, serta berhati-hati dan menghindari pemasangan tower dikawasan hutan agar tidak mengganggu spesies yang dilindungi. Terkait dengan itu, sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, perusahaan memiliki komitmen yang tinggi untuk ikut serta mengatasi perubahan iklim melalui berbagai program ramah lingkungan.

Salah satu yang dapat dilakukan adalah mengadakan aktivitas sosial sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal sebagai *corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu tanggung jawab perusahaan yang bersifat sukarela dan tidak ada sanksi yang

bersifat memaksa bagi pihak yang tidak melaksanakannya. Sehingga kehidupan dan kesejahteraan lingkungan sosial perusahaan perlu diperhatikan.

Pentingnya pelaksanaan *corporate Social Responsibility* dalam membantu perusahaan menciptakan citra positifnya maka perusahaan seharusnya melihat *corporate Social Responsibility* bukan sebagai sentra biaya (*profit center*) dimasa mendatang. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh perusahaan seiring dengan perkembangan zaman tersebut adalah masalah sosial perusahaan yaitu berupa keterkaitan suatu perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya yang menuntut dipenuhinya suatu pertanggungjawaban sosial perusahaan (*corporate Social Responsibility*).

Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap *stakeholder* baik yang berada di dalam dan di luar perusahaan dengan bertanggung jawab baik secara etika maupun sosial. Hal terpenting dari pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah memperketat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat disekitarnya.

CSR mengandung pengertian bahwa seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas dan tidak korupsi. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat dan dunia usaha berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen sosial).

Menurut Belkaoui Mengatakan bahwa:

**“Akuntansi pertanggung jawaban sosial (social Responsibility Accounting) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik didalam maupun diluar perusahaan”.**<sup>1</sup>

Dalam melaporkan aspek sosial ekonomi atas keterlibatan sosial perusahaan tersebut terhadap lingkungan sosial dan masyarakat dapat dilakukan dengan cara pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan maupun dalam bentuk laporan lainnya dan juga pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan.

Mendasari adanya pengungkapan sosial adalah pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.1 yang menghendaki :

**“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.**<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Ahmed Riahi Belkaoui, *Accounting Theory, 5<sup>th</sup> Edition, Teori Akuntansi*, Alih bahasa: Ali Akbar Yulianto dan Risnawati Dermauli, Buku satu, Edisi kelima: Salemba Empat, Jakarta, 2006, hal.346.

<sup>2</sup>Ikatan Akuntan Indonesia, **Standar Akuntansi Keuangan**: Salemba Empat , Jakarta, 2009, PSAK No.1. paragraf 09, Sek.

Maka untuk itulah fungsi akuntansi keuangan sangat penting dalam pengungkapan suatu pertanggungjawaban sosial dalam perusahaan guna menciptakan nilai sosial perusahaan yang baik dan mendukung kesinambungan bisnis perusahaan.

Setiap perusahaan menerapkan CSR yang berbeda-beda, sama halnya dengan perusahaan milik Pemerintah. PT. Telekomunikasi Indonesia (persero), Witel Medan adalah salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Jasa yang disediakan adalah jasa telekomunikasi baik pemasangan telepon maupun internet. PT. Telekomunikasi Indonesia (persero) Witel Medan telah menerapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial karena aktivitas yang dilakukan perusahaan memberikan dampak terhadap lingkungan. kegiatan PT. Telkom yang berkaitan dengan CSR yaitu:

1. Program Pelestarian Lingkungan

Komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dilaksanakan melalui berbagai program, baik dilingkungan internal maupun dilingkungan masyarakat. Dampak lingkungan yang timbul akibat operasional perusahaan harus ditekan serendah mungkin dan perusahaan Telkom bertanggung jawab atas dampak tersebut. Hal ini dijalankan bukan saja dalam rangka mentaati ketentuan dan peraturan perundang-undangan, tetapi lebih jauh dari itu, untuk mengikuti etika, norma, dan standar yang berlaku secara universal terutama dalam mengatasi perubahan iklim. Berbagai program meliputi: efisiensi energi, pengelolaan limbah, pengelolaan dan daur ulang air, serta penyuluhan dan pelestarian lingkungan bersama masyarakat.

## 2. Bantuan Pelestarian Lingkungan Hidup

Telkom secara proaktif membina budaya tanggung jawab lingkungan tidak saja terhadap karyawan tetapi juga meliputi masyarakat pada umumnya. Hal ini penting dilakukan dalam rangka mengurangi dampak lingkungan atas kegiatan manusia pada umumnya, disamping untuk mendukung program nasional dalam mengatasi perubahan iklim. Sebagai sebuah perusahaan yang dikelola secara profesional, Telkom juga menunjukkan komitmennya menjaga kelestarian lingkungan hidup dengan memberikan bantuan kepada masyarakat dalam kegiatan pelestarian atau rehabilitasi lingkungan hidup melalui program Bina Lingkungan.

## 3. Pembangunan Sarana & Prasarana untuk Masyarakat

Program ini dijalankan melalui partisipasi aktif pembangunan sarana dan prasarana maupun program sosial kemasyarakatan lain. Tujuan pelaksanaan program adalah membangun hubungan harmonis dengan masyarakat, sekaligus memberi kontribusi nyata untuk lingkungan masyarakat yang sejahtera. Pelaksanaan program mengacu pada peraturan Menteri Negara BUMN dan inisiatif Telkom dalam rangka mengembangkan kehidupan masyarakat. Ada empat program prioritas yang dijalankan, yakni pendidikan, layanan umum, kebudayaan dan peradaban, serta kesehatan dan lingkungan.

**Tabel 1.1 PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Witel Medan  
Laporan Total Biaya Sosial  
Tahun 2015-2019**

| Tahun | Total Biaya Sosial<br>(Rp) | Proporsi<br>(%) * | Persentase kenaikan<br>/penurunan (%)** |
|-------|----------------------------|-------------------|---|
| 2015  | 2.822.916.000,-            | 30.28             |   |
| 2016  | 1.982.701.000,-            | 21.27             | (9,01)                                  |
| 2017  | 1.423.807.000,-            | 15.27             | (5,99)                                  |
| 2018  | 1.899.793.000,-            | 20.38             | 5,11                                    |
| 2019  | 1.194.112.000,-            | 12.81             | (7,57)                                  |
| Total | 9.323.329.000,-            | 100.00            |   |

**Sumber** : PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero),Tbk Witel Medan.

Keterangan : \* Biaya Sosial Tahun ke-n dibagi total biaya sosial.

\*\* Biaya Sosial Tahun ke-n dikurang tahun ke-0 dikali 100%

Dari tabel 1.1 dapat dilihat proporsi biaya sosial yang dialokasikan oleh PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero) Witel Medan bervariasi dimana tahun 2015 total biaya sosial yang dialokasikan sebesar 2.822.916.000,- atau sebesar 30.28%, dan pada tahun 2016 total biaya sosial yang dialokasikan sebesar 1.982.701.000,- atau sebesar 21.27% dan mengalami kenaikan sebesar 9.01% dan juga pada tahun 2017 Total biaya sosial yang dialokasikan sebesar 1.423.807.000 atau sebesar 15.27% dan mulai mengalami penurunan sebesar 5.99% sedangkan tahun 2018 total biaya sosial yang dialokasikan sebesar

1.899.793.000 atau sebesar 20.38% dan mengalami kenaikan sebesar 5.11%, tetapi pada akhir tahun 2019, alokasi biaya sosial mengalami penurunan dan merupakan alokasi biaya sosial terendah dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (periode 2015 sampai dengan 2019), yaitu hanya sebesar 1.194.112.000,- atau sebesar 12,81% bila dibandingkan dengan tahun 2017, maka alokasi biaya sosial tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 7,57%.

Mengingat begitu pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan serta adanya regulasi yang resmi dan hukum yang mengaturnya tentu bukan tanpa suatu tanggung jawab atas penerapannya. Akuntabilitas perusahaan dalam penerapan CSR pun menjadi penting agar informasi keuangan terkait kegiatan CSR perusahaan menjadi Transparan. terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero),Tbk Witel Medan .”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Menurut Moh.Nazir:

**Masalah timbul karena adanya tantangan, adanya kesangsian, kebingungan kita terhadap suatu hal atau fenomena, adanya kemenduaanhati (*ambiguity*), adanya kehalangan celah (*gap*) baik antarkegiatan maupun antarfenomena, baik yang telah ada ataupun yang akan ada.<sup>3</sup>**

---

<sup>3</sup>Moh Nazir, **Metode Penelitian**, Cetakan Ketujuh: Ghalia Indonesia, Jakarta, 2011, hal.1.

Dari pengamatan pendahuluan pada PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero) Witel Medan, maka masalah dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:  
**“ Bagaimana penerapan Akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada PT.Telekomunikasi Indonesia (persero),Tbk Witel Medan.”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada PT.Telekomunikasi Indonesia (pesero),Tbk Witel Medan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap agar hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial (*CSR*) yang dilakukan PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk Witel Medan.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan guna perbaikan dan sumbangan pemikiran kepada manajemen dalam hal penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Akuntansi PertanggungJawaban Sosial**

##### **2.1.1. Pengertian Akuntansi PertanggungJawaban Sosial**

Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (*Social Responsibility Accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik Didalam maupun Diluar perusahaan. Selama ini produk akuntansi dimaksudkan sebagai pertanggungjawaban manajemen kepada para pemegang saham, kini paradigma itu diperluas menjadi pertanggungjawaban kepada semua *stakeholders*.

Menurut AICPA dalam buku yang ditulis oleh Adanan Silaban dan E. M. Berliana LumbanGaol yaitu:

**Akuntansi adalah seni pencatatan, pengklasifikasian dan peringkasan dalam suatu cara yang signifikan dan dalam ukuran uang, transaksi – transaksi dan peristiwa – peristiwa yang paling tidak sebagian bersifat keuangan, dan penginterpretasian hasilnya.<sup>4</sup>**

---

<sup>4</sup>Adanan Silaban dan E. M. Berliana Lumban Gaol, **Teori Akuntansi**, Edisi Kedua : Universitas HKBP Nommensen, Medan, 2019, hal. 3.

Defenisi akuntansi oleh Jay M.Smith sebagai berikut:

**Akuntansi adalah aktivitas jasa, fungsinya adalah untuk menyediakan informasi kuantitatif, terutama bersifat keuangan, tentang entitas( kesatuan) usaha yang Dipandang akan bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomi dalam menetapkan pilihan yang tepat diantara berbagai alternatif tindakan.<sup>5</sup>**

Seorang pimpinan diharapkan mampu memantau seluruh kegiatan operasi perusahaannya secara langsung. Namun, semakin kompleksnya kegiatan suatu perusahaan menyebabkan pimpinan tak lagi mampu memantau kegiatan perusahaan secara langsung. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya pendelegasian wewenang dan tanggungjawab melalui penerapan akuntansi pertanggung jawaban.

Ada beberapa pendapat mengenai defenisi “Akuntansi Pertanggungjawaban” antara lain dikemukakan oleh Charles T.Horngren adalah sebagai berikut:

**Akuntansi pertanggungjawaban adalah “suatu sistem akuntansi yang mengakui berbagai pusat tanggung jawab pada keseluruhan organisasi itu, dan mencerminkan rencana dan tindakan setiap pusat itu dengan**

---

<sup>5</sup>Jay M Smith and K Fred Skousen, *Intermediate Accounting: Comprehensive Volume, 9<sup>th</sup> Edition, Akuntansi Keuangan: Volume Komprehensif, Alih Bahasa: Tim Penerjemah, Jilid Satu, Edisi Kesembilan, Cetakan Kesepuluh: Erlangga, Jakarta.*

**menetapkan penghasilan dan biaya tertentu bagi pusat yang memiliki tanggung jawab yang bersangkutan”<sup>6</sup>.**

Sedangkan menurut Mulyadi defenisi “Akuntansi Pertanggungjawaban” adalah:

**Akuntansi pertanggungJawaban adalah “suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan serta pelaporan biaya dan pendapatan dilakukan sesuai dengan pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, dengan tujuan agar dapat ditunjuk orang atau kelompok yang bertanggungjawab atas penyimpangan biaya dan/ atau pendapatan yang dianggarkan.”<sup>7</sup>**

Sehingga dari pendapat-pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan Akuntansi pertanggungjawaban merupakan salah satu konsep dari akuntansi manajemen untuk memengaruhi perilaku dalam suatu cara tertentu dan merupakan suatu sistem dalam akuntansi yang dihubungkan dengan pusat pertanggungjawaban untuk mengukur kinerja yang dicapai.

### **2.1.2. Pengertian Tanggungjawab Sosial**

Defenisi tanggungjawab sosial perusahaan menurut A.B Susanto yang ditulis oleh Agus dan Ardana yaitu:

---

<sup>6</sup>Charles T.Horngren, *6<sup>th</sup> Edition*, **PengantarAkuntansi Manajemen**, Jilid Pertama: Erlangga, Jakarta, 2016.hal.307.

<sup>7</sup>Mulyadi, **Akuntansi Manajemen: Konsep Manfaat dan Rekayasa**, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama: Salemba Empat, Jakarta, 2005, hal. 422.

**Tanggung jawab perusahaan baik kedalam maupun keluar perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan pada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.<sup>8</sup>**

Sementara itu, defenisi tanggungjawab sosial dapat didefenisikan sebagai suatu pengakuan dari perusahaan bahwa keputusan bisnis dapat dipengaruhi masyarakat. Sri Urip mendefenisikan bahwa tanggung jawab sosial merupakan **“Sesuatu yang secara luas dinilai sebagai ikatan tanggung jawab yang layak dijalankan untuk menjamin terciptanya manfaat berkelanjutan bagi perusahaan maupun masyarakat”.**<sup>9</sup>

Dari defenisi tersebut dapat diketahui bahwa tanggung jawab sosial (*Social Corporate Responsibility Accounting*) merupakan bagian ilmu akuntansi yang memperhitungkan pertukaran yang terjadi antara perusahaan dan lingkungansosialnya.

Menurut Agung Rakhmat:

**“*Corporate Social Responsibility*(CSR) adalah klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tapi juga untuk kesejahteraan pihak pemangku kepentingan dalam praktik bisnis dan**

---

<sup>8</sup>Sukrisno Agus dan I Cenik Ardana, **Etika Bisnis dan Profesi**, Edisi Revisi Salemba Empat, Jakarta, 2014, hal 90

<sup>9</sup>Sri Urip, **Strategi CSR**, Cetakan Pertama: Literati Imprint, Jakarta 2014, hal 15.

**memberikan kontribusi, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan”.**<sup>10</sup>

Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: Bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, dll. Disini perlu dibedakan antara program *Corporate Social Responsibility* dengan kegiatan *charity*. kegiatan *charity* hanya berlangsung sekali atau sementara waktu dan biasanya justru menimbulkan ketergantungan publik terhadap perusahaan. Sementara program *Corporate Social Responsibility* merupakan program yang berkelanjutan dan bertujuan untuk menciptakan kemandirian publik.

Menurut Harahap ada tiga pandangan atau model yang menggambarkan tentang keterlibatan perusahaan dan kegiatan sosialnya yaitu: “ **(1) Model klasik, (2) Model manajemen, (3) Model lingkungan Sosial**”.<sup>11</sup>

Model klasik, pendapat ini berkembang pada abad ke-19, bertitik tolak pada konsep persaingan sempurna, dimana perilaku ekonomi terpisah dan berbeda dengan bentuk dan jenis perilaku yang lain. Tujuan perusahaan hanya untuk mencari keuntungan yang sebesar besarnya. Kriteria keberhasilan perusahaan diukur oleh daya guna dan pertumbuhan. Menurut pendapat ini, usaha yang dilakukan perusahaan semata - mata hanya untuk memenuhi permintaan pasar dan mencari untung yang akan dipersembahkan kepada pemilik modal.

Jelasnya, perusahaan menurut pendapat ini, tidak perlu memikirkan efek sosial yang ditimbulkan perusahaanya dan tidak perlu memikirkan usaha untuk

---

<sup>10</sup>Agung Rakhmat, **Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Prinsip Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR):** Studi Kasus pada Community Development Center PT. Telkom Malang, 2013, hal 1-2.

<sup>11</sup>Sofyan Syafri Harahap, **Teori Akuntansi**, Edisi Revisi, Cetakan keempat : Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hal. 397-398.

memperbaiki penyakit sosialnya. Dengan demikian manajer sebagai team yang bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan terpaksa memilih kebijakan yang harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial perusahaan mengingat ketergantungannya dengan pihak lain (masyarakat) yang juga punya andal dalam pencapaian tujuan perusahaan yang tidak hanya memikirkan setoran buat pemilik modal.

Model lingkungan sosial, model ini menekankan bahwa perusahaan meyakini bahwa: kekuasaan ekonomi dan politik yang dimilikinya mempunyai hubungan dengan kepentingan (bersumber) dari lingkungan sosial dan bukan hanya semata dari pasar sesuai dengan teori atau model klasik.

Sementara itu Ahmed Riahi – Belkoui dalam bukunya memberikan defenisi akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai berikut:

**Proses pemilihan variabel-variabel, ukuran, dan prosedur pengukuran dari kinerja sosial tingkat perusahaan; yang secara sistematis mengembangkan informasi yang berguna untuk pengevaluasian kinerja sosial perusahaan, dan mengkomunikasikan informasi seperti itu kepada kelompok-kelompok sosial yang berkepentingan baik di dalam maupun di luar perusahaan.<sup>12</sup>**

Hal ini berarti akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan suatu jalan keluar bagi perusahaan maupun pemerintah untuk bertanggungjawab secara umum.

---

<sup>12</sup>Ahmed Riahi Belkaoui, **Op.Cit**, hal.394

Tanggung jawab sosial perusahaan ini merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan oleh para manajer organisasi, karena aspek ini merupakan syarat utama bagi keberhasilan perusahaan terutama untuk jangka panjang. Dari pembahasan tersebut dapat diberikan kesimpulan umum, bahwa tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah mengukur dan mengungkapkan kinerja sosial tingkat perusahaan maupun pemerintah yang ditimbulkan oleh kegiatan-kegiatan terhadap masyarakat.

### **2.1.3. Karakteristik Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial**

Dari beberapa defenisi tentang pandangan akuntansi pertanggung jawaban sosial yang diberikan, pada dasarnya memiliki karakteristik yang sama yaitu:

1. Mengukur efektivitas program-program perusahaan yang bersifat sosial sebagai alat untuk mengukur sejauh mana keberhasilan program-program tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan sehingga dapat untuk mengembangkan dan perluasan bentuk pertanggungjawaban sosial yang akan dilakukan perusahaan.
2. Menilai dampak sosial kegiatan perusahaan, artinya akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur sejauh mana penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial yang telah dilaksanakan perusahaan terhadap masyarakat serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.
3. Penilaian menyeluruh terhadap sumber-sumber daya perusahaan dan dampaknya (baik sosial maupun ekonomi), artinya akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai alat untuk menilai dan memelihara segala bentuk sumber daya yang

dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dinilai sejauh mana pengaruh dan efektivitas kinerja yang diberikan kepada perusahaan.

4. Melaporkan sampai seberapa jauh perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya, artinya akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai alat untuk melaporkan kepada *stakeholder* sejauh mana cakupan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, sehingga melalui akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat dilihat jelas arus dana CSR yang telah dialokasikan oleh perusahaan.

#### **2.1.4. Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial**

Menurut Ahmed Riahi – Belkaoui, terdapat tiga asumsi tujuan dari tanggung jawab sosial yaitu:

- 1. Yang berasumsi bahwa tujuan CSR perusahaan adalah untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankannya, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.**
- 2. Yang berasumsi bahwa CSR perusahaan secara efektif adalah perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.**
- 3. Yang berasumsi bahwa tujuan dari CSR perusahaan adalah untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dan masyarakat.**

**Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.<sup>13</sup>**

Sedangkan menurut Martono Anggusti, Akuntansi pertanggungjawaban memiliki tujuan sebagai berikut:

- i. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitu sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan *image* positif perusahaan.**

- ii. Layak mendapatkan *social licence to operate*.**

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan manfaat dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka merasa ikut memiliki perusahaan.

Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi, *CSR* diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

- iii. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.**

Mengelola resiko ditengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi stakeholders pasti akan menjadi bom waktu yang dapat memicu resiko yang tidak diharapkan.

---

<sup>13</sup>Ahmed Riahi – Belkaoui, *Op.Cit.*, hal. 349- 350

Karena itu menempuh langkah antisipatif dan preventif melalui penerapan *CSR* merupakan upaya investatif yang dapat menurunkan resiko bisnis perusahaan.

iv. **Mereduksi biaya**

Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya.

v. **Melebarkan akses sumber daya.**

*Track record* yang baik dalam mengelola *CSR* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

vi. **Membentangkan akses menuju market.**

Investasi yang ditanamkan melalui program *CSR* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

vii. **Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.**

Implementasi program *CSR* tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. hal ini dapat membentangkan karpas merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.

viii. **Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.**

Kesejahteraan yang dilakukan para pelaku *CSR* umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan.

Oleh karena itu, wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya. Disamping itu reputasi perusahaan yang baik diamata *stakeholders* juga merupakan vitamin tersendiri bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dalam berkarya.

ix. **Memperbaiki hubungan dengan regulator.**

Perusahaan yang menerapkan program *CSR* pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat untuk pemerintah menanggung beban.

x. **Peluang mendapatkan penghargaan.**

Banyak *reward* ditawarkan bagi penggiat *CSR*, sehingga kesempatan untuk mendapatkan fans yang cukup tinggi.<sup>14</sup>

### 2.1.5. Faktor yang Mendorong Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Secara umum faktor yang mendorong akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal misalnya, kepemimpinan puncak manajemen puncak perusahaan yang melihat *CSR* merupakan peluang memperoleh keunggulan kompetitif (*Responsibility is opportunity*). Cukup banyak pengamat yang bahwa faktor internal sebagai pendorong *CSR* semakin kuat berperan dimasa yang akan datang.Sedangkan

---

<sup>14</sup>Martono Anggusti, **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**, Cetakan pertama: *Books Terrace & Library*, Bandung, 2010, hal.34-36.

faktor eksternal berkaitan dengan kritik organisasi masyarakat sipil terhadap kinerja sosial dan lingkungan.

Sejarah hubungan antara perusahaan dan masyarakat mencatat banyak peristiwa tragis yang disebabkan oleh operasi perusahaan. Organisasi masyarakat sipil memprotes kinerja yang buruk, yang kemudian ditanggapi oleh perusahaan yang menghasilkan perkembangan *CSR*.

Persaingan dalam hal pencitraan perusahaan dimana konsumen lebih menginginkan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki citra yang baik dimata masyarakat dimana pencitraan tersebut diperoleh perusahaan melalui kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya, sehingga konsumen yang bersedia membayar lebih untuk produk-produk tertentu yang dihasilkan perusahaan berkinerja sosial dan lingkungan baik. Akhirnya pasar tenaga kerja yang menunjukkan adanya pergeseran pilihan dengan mempertimbangkan reputasi perusahaan.

#### **2.1.6. Ruang Lingkup dan Bentuk Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial**

Dalam buku Sofyan Syafri Harahap, mengemukakan ada tiga (3) bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yaitu : “(a). *Corporate philanthropy*, (b). **Corporate Responsibility**, dan (c). **Corporate policy** “. <sup>15</sup>

*Corporate philanthropy*, dalam hal ini tanggungjawab perusahaan itu berada sebatas kedermawanan atau kerelaan belum sampai pada tanggung jawabnya. Bentuk tanggung jawab ini merupakan kegiatan amal, sumbangan atau

---

<sup>15</sup>Sofyan Syafri Harahap, **Op.Cit**, Hal, 406-407.

kegiatan lain yang mungkin saja tidak langsung berhubungan dengan kegiatan lembaga perusahaan. *Corporate Responsibility*, dalam hal ini kegiatan pertanggungjawaban itu, sudah merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan bisa karena ketentuan UU atau bagian dari kemauan atau kesediaan perusahaan. *Corporate policy*, Dalam hal ini tanggung jawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakannya.

Selain itu, terdapat lagi lima (5) kemungkinan ruang lingkup dimana tanggung jawab sosial berada, yaitu: (1) sumbangan laba netto, (2) sumbangan terhadap lingkungan, (3) sumbangan kepada publik, (4) sumbangan kepada sumber daya manusia, (5) sumbangan produk dan jasa. Meningkatkan perhatian terhadap diterimanya tujuan sosial, haruslah tidak mengurangi pentingnya tujuan memperoleh laba, dalam hal ini terjadi timbal balik yang saling menguntungkan antara laba dan lingkungan sosial. Perusahaan bertanggung jawab untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan serta aspek lingkungan produksinya. Misalnya, pemakaian sumber daya, proses produksi dan dampak kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam melakukan kegiatannya harus memperhitungkan dampak dari kegiatan operasional serta usaha dari perusahaan dalam memberikan manfaat kepada masyarakat diluar perusahaan. Perusahaan bertanggung jawab dalam meningkatkan sumber daya manusia dengan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang memberi manfaat bagi pegawai, misalnya pensiun, jaminan kesehatan.

Perusahaan harus mempertimbangkan mengenai dampak dari produk perusahaan terhadap masyarakat ( meliputi aspek kualitatif produk atau jasa),

misalnya meliputi standar kualitas, pengepakan dan jaminan produk serta upaya menciptakan produk yang tidak merusak atau mencemarkan lingkungan.

Menurut Zimmerer dalam buku yang ditulis Suryana ada beberapa macam pertanggungjawaban yaitu: **“(1) Tanggung jawab terhadap lingkungan, (2) Tanggungjawab terhadap karyawan, (3) Tanggungjawab Terhadap pelanggan, (4) Tanggungjawab terhadap investor, (5) Tanggungjawab terhadap masyarakat”**.<sup>16</sup>

Tanggungjawab terhadap lingkungan, perusahaan harus ramah lingkungan, artinya perusahaan harus memperhatikan, melestarikan dan menjaga lingkungan. Misalnya, perbaikan dari kerusakan alam, konsevasi alam, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan limbah, riset dan pengembangan lingkungan serta kerja sama dengan pemerintah dan universitas dalam mengatasi masalah-masalah lingkungan. Tanggungjawab terhadap karyawan, tanggungjawab terhadap karyawan meliputi kegiatan yang memperhatikan hak-hak karyawan, memperhatikan peranan wanita, pemberian kredit atau bantuan kepada karyawan.

Menurut Suryana bahwa tanggung jawab perusahaan terhadap dapat dilakukan dengan cara:

- a. **Mendengarkan para karyawan dan hormati pendapat mereka.**
- b. **Minta input kepada karyawan.**
- c. **Berikan umpan baik yang positif maupun yang negatif.**
- d. **Ceritakan selalu kepada mereka tentang kepercayaan.**
- e. **Biarkan mereka mengetahui sebenar-benarnya apa yang mereka harapkan.**

---

<sup>16</sup>Suryana, **Kewirausahaan**, Edisi Ketiga: Salemba Empat, Jakarta. 2006, hal 18.

**f. Berilah hadiah kepada karyawan yang bekerja dengan baik.**

**g. Percayakanlah mereka.<sup>17</sup>**

Tanggungjawab terhadap pelanggan, tanggungjawab terhadap pelanggan meliputi servis yang memuaskan, produk yang berkualitas/ sehat, dan baik, jaminan kepuasan pelanggan, pengawasan dan kontrol terhadap produk yang dihasilkan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga termasuk melindungi hak-hak pelanggan yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan produk yang aman.
- b. Hak untuk mendapatkan informasi segala aspek produk
- c. Hak untuk didengar
- d. Hak untuk memilih apa yang mereka beli.

Tanggung jawab kepada masyarakat, tanggung jawab terhadap masyarakat meliputi pemanfaatan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi sosial dilingkungannya. Misalnya menyediakan pekerjaan dan menciptakan kesehatan dan menyediakan berbagai kontribusi terhadap masyarakat sekitar.

Tanggung jawab terhadap investor, tanggung jawab terhadap investor adalah menyediakan pengembalian (*return*) investasi yang menarik diantaranya dengan memaksimalkan laba. Dan juga perusahaan bertanggung jawab untuk melaporkan kinerja keuangan kepada investor.

Kegiatan program yang dilakukan oleh perusahaan dalam konteks tanggungjawab sosialnya dapat dikategorikan dalam 3 (tiga) bentuk yaitu:

---

<sup>17</sup>**Ibid**, hal. 19.

- 1) *Public relations*, usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Bentuk ini lebih menekankan pada penanaman persepsi tentang perusahaan dengan si perusahaan membuat suatu kegiatan sosial tertentu dan khusus sehingga tertanam dalam *image* komunitas bahwa perusahaan tersebut banyak melakukan kegiatan sosial sampai anggota komunitas tidak mengetahui produk apa yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan, akan tetapi terbenam di benak anggota komunitas bahwa perusahaan yang bersangkutan selalu menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kegiatan sosial.
- 2) *Strategic defensif*, Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan terhadap karyawannya, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas atau atau komunitas yang sudah terlanjur berkembang. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan sasaran yang berbeda dengan anggapan yang telah berkembang atau bertolak belakang dengan persepsi-persepsi yang ada di komunitas pada umumnya. Prinsipnya hampir sama dengan kegiatan *public relations*, akan tetapi berbeda dengan pada proses kejadiannya.
- 3) Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi perusahaan itu. Melakukan program untuk kebutuhan komunitas atau komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri. Kegiatan perusahaan dalam konteks ini adalah sama sekali tidak mengambil suatu keuntungan secara materil tetapi berusaha untuk

menanamkan kesan baik terhadap komunitas atau komunitas berkaitan dengan kegiatan perusahaan. Biasanya bentuk kegiatan tulus suatu perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya adalah berkaitan erat dengan kebudayaan perusahaan yang berlaku.

Menurut Harahap dengan cara sistematis mengelompokkan batasan sikap perusahaan maupun pemerintah terhadap tanggungjawab sosial dalam 5 (lima) kategori yaitu:

- **Tanggungjawab perusahaan maupun pemerintah hanya terbatas pada usaha mencari laba yang maksimal. Jika perusahaan maupun pemerintah dapat mengumpulkan laba yang sebesar-besarnya tanpa memperhatikan efek sosialnya, berarti perusahaan maupun pemerintah sudah memenuhi panggilan tugasnya sebagai badan usaha.**
- **Disamping tujuan mencari untung, perusahaan maupun pemerintah harus memperhatikan pihak-pihak tertentu dengan siapa ia mempunyai kepentingan. Hal ini dicontohkan dengan perbaikan kesejahteraan karyawan, menjalin hubungan baik dengan masyarakat, dan lain-lain.**
- **Perusahaan maupun pemerintah melepaskan diri dari tujuan hanya mencari laba dengan memperluas tanggungjawab manajemen.**
- **Tanggungjawab sosial perusahaan maupun pemerintah mencakup hal yang bersifat ekonomi dan non ekonomi.**

- **Kategori ini merupakan variasi semua pengertian yang diliputi oleh literature tentang bentuk dan tanggungjawab sosial perusahaan maupun pemerintah.<sup>18</sup>**

Menurut Sofyan Syafri Harahap, bentuk keterlibatan suatu organisasi pada lingkungan sosial, bentuk masyarakat, dan keadaan tertentu yang berbeda dari suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain.

Bentuk kegiatan tersebut antara lain:

- 1) **Lingkungan hidup.**
- 2) **Energi**
- 3) **Sumber daya manusia**
- 4) **Praktik bisnis yang jujur**
- 5) **Membantu masyarakat lingkungan**
- 6) **Kegiatan seni dan kebudayaan**
- 7) **Hubungan dengan pemerintah.<sup>19</sup>**

#### 1. Lingkungan Hidup

Pengawasan terhadap efek polusi, perbaikan atas pengrusakan alam, keindahan lingkungan, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerja sama dengan perguruan tinggi, dan lain-lain.

#### 2. Konservasi Energi

Penghematan energi adalah unsur yang penting dari sebuah kebijakan energi.

Seperti: air, listrik, dan lain-lain.

---

<sup>18</sup>Sofyan Syafri Harahap. **Op.Cit**, hal.404-406.

<sup>19</sup>**Ibid**, hal.408-409

3. Sumber Daya Manusia, terdiri dari:

Keamanan dan kesehatan pegawai, kebutuhan keluarga dan rekreasi keluarga, menambah dan memperluas hak-hak pegawai, usaha untuk mendorong partisipasi, beasiswa, bantuan pada sekolah, membantu perguruan tinggi, riset dan pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, peningkatan karir karyawan, dan lain-lain.

4. Praktik Bisnis yang Jujur, terdiri dari:

Memperhatikan hak – hak pegawai, peranan wanita, pemberian kredit, jujur, adanya jaminan, dan lain – lain. Membantu masyarakat lingkungan terdiri dari : Manfaat tenaga ahli dalam mengatasi masalah sosial dilingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, perbaikan desa dan kota, sumbangan untuk sosial masyarakat, bantuan dana sosial, seperti: gempa bumi, banjir, perbaikan sarana pengangkutan umum, dan lain – lain.

5. Kegiatan Seni dan Kebudayaan, terdiri dari:

Membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni, penggunaan seni dan budaya dalam periklanan, dan lain – lain.

6. Hubungan dengan Pemerintah, terdiri dari:

Menaati peraturan pemerintah, membantu secara umum peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijaksanaan pemerintah, meningkatkan produktivitas sektor informal, pengembangan dan inovasi manajemen, menghindari praktik KKN, dan lain – lain.

## 2.2. Tahapan Penerapan Corporate Social Responsibility

Dalam melaksanakan CSR perlu dibuat suatu perencanaan matang yang menyeluruh dan dapat dijalankan secara matematis. Menurut Husein (2003:349), program jangka panjang suatu perusahaan diturunkan dari perencanaan jangkamenengah dan jangka pendek. Program CSR merupakan perencanaan jangka panjang dengan tujuan agar perusahaan dapat *sustainable* didunia usaha. Untung mendukung perencanaan jangka panjang perusahaan perlu dibuat program – program yang mendukung pencapaian dari tujuan tersebut. Melaksanakan program CSR membutuhkan langkah – langkah pembentukan dan persiapan hingga akhirnya dapat dilaksanakan.

Menurut Agus dan Ardana ada beberapa langkah persiapan dan penerapan CSR yaitu:

- a. **Perencanaan CSR**
- b. **Persiapan Aktivitas CSR**
- c. **Pengimplementasian CSR**
- d. **Evaluasi**
- e. **Pelaporan.**<sup>20</sup>

Berikut penjelasan dari langkah – langkah penerapan CSR:

- a. Perencanaan CSR yang terdiri dari:
  1. Mempersiapkan Target dan tujuan dari pelaksanaan CSR untuk perusahaan
  2. Menentukan daerah operasi perusahaan yang akan diterapkan CSR didalamnya
  3. Melibatkan pihak – pihak relevan dalam merancang CSR

---

<sup>20</sup>Sukrisno Agus dan I Cenik Ardana, **Etika Bisnis dan Profesi**, Edisi Revisi: Salemba Empat Jakarta, 2014, hal.72.402-404

4. Mempersiapkan program – program dari CSR
  - b. Persiapan aktivitas CSR yang terdiri dari:
    1. Proses pengambilan keputusan dan pengesahan program – program CSR
    2. Memanajemen perubahan dan inovasi – inovasi yang dilakukan
    3. Mengidentifikasi sumber daya internal dari perusahaan ( sumber daya manusia, modal, dan lain – lain.)
  - c. Pengimplementasian CSR yang terdiri dari:
    1. Mengimplementasi program CSR yang telah ditentukan berdasarkan kondisi, prioritas, dan anggaran perusahaan.
    2. Person(s) incharge, orang yang memimpin pelaksanaan program CSR
  - d. Evaluasi yang terdiri dari :
    1. Pengawasan program CSR
    2. Pengevaluasian program CSR
    3. Person(s) incharge, orang yang ditugaskan untuk memimpin jalannya evaluasi
  - e. Laporan yang terdiri dari :

Membuat laporan tahunan mengenai program CSR yang telah dilakukan

### **2.3. Pelaporan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial**

Untuk melaporkan kegiatan tanggungjawab sosial maka diperlukan pendekatan. Tujuan dari melakukan pendekatan adalah mengungkapkan aktivitas – aktivitas pertanggungjawaban sosial dan melaporkannya sebagai transparansinya terhadap investor dan masyarakat.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi dibidang Hukum. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability Report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada core business dan sektor industrinya.

Pendekatan dalam pelaporan dalam akuntansi sosial ekonomi dapat dilakukan dengan 4 (empat) pendekatan menurut Harahap yaitu: (a) ***Inventory Approach***, (b) ***Outlay cost Approach***, (c) ***Social program Management Approach***, dan (d) ***Cost Benefit Approach***<sup>21</sup>

*Inventory Approach*, Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling dasar dan sederhana dimana dampak sosial diidentifikasi dan dijelaskan. Pendekatan ini digunakan untuk mendaftar dan menjelaskan dampak positif dan dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap masing – masing pihak didalam lingkungan sosialnya. Perusahaan mengkomplikasikan dan

---

<sup>21</sup>Sofian Syafri Harahap, **Op.Cit**, Hal. 402.

mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas – aktivitas sosial perusahaan.

*Outley Cost Approach*, pada pendekatan ini yang diperhatikan adalah biaya – biaya yang timbul dari kegiatan perusahaan yang mempunyai hubungan dampak sosial. Pendekatan ini umumnya membandingkan biaya – biaya sosial antar periode. Namun, pada pendekatan ini tidak terlihat jelas pengeluaran yang mempunyai dampak positif dan yang mempunyai dampak negatif. Perusahaan membuat daftar aktivitas – aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing – masing aktivitas tersebut.

Contohnya:

**Tabel 2.1 Texas Rex Inc  
For the Year Ended December, 2012  
Quarter**

|                    | 1            | 2            | 3            | 4            | Year         |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Units              | 1000         | 1,200        | 1,500        | 2,000        | 5,700        |
| Unit Selling Price | <u>x\$10</u> | <u>x\$10</u> | <u>x\$10</u> | <u>x\$10</u> | <u>x\$10</u> |
| Budgeting Sales    | \$10,00      | \$12,000     | \$15,000     | \$20,000     | \$57,000     |

**Sumber:** Sofyan Syafri Harahap, Teori Akuntansi, Edisi Revisi, Cetakan

Kesembilan: Salemba Empat, 2007.

*Social Program Management Approach*, pada pendekatan ini perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas – aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang dapat dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Perusahaan tidak

hanya mengungkapkan aktivitas – aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

Contohnya:

| Keterangan     | Pilihan 1           | Pilihan 2      | Pilihan 3      |
|----------------|---------------------|----------------|----------------|
|                | Pengemudi yang baik | Bus yang bagus | Gabungan 1 & 2 |
| Biaya          | Rendah              | Tinggi         | Tinggi         |
| Peluang Sukses | Rendah              | Rendah         | Tinggi         |
| Cost/ Benefit  | Tinggi              | Rendah         | Tinggi         |
| Jangka Waktu   | Pendek              | Panjang        | Panjang        |
| Dampak Sosial  | Kecil               | Kecil          | Kecil          |

**Sumber** : Sofyan Syafri Harahap, Teori Akuntansi, Edisi Revisi, Cetakan

Kesembilan: Salemba Empat, 2007.

- Pilihan 1 terbatas pada program pelatihan. Peluang sukses adalah rendah jika bus tetap pada kondisi yang jelek.
- Pilihan 2 lebih mahal dan tidak ada jaminan hasil akan jadi positif kecuali jika pengemudi juga diperbaiki
- Pilihan 3 adalah alternatif yang paling mahal, tetapi mempunyai suatu kemungkinan sukses lebih tinggi. Hasil adalah bahwa salah satu dari pilihan yang dipilih dalam strategik proyek, adalah pilihan 3.

*Cost Benefit Approach*, pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling direkomendasikan untuk digunakan karena pada pendekatan ini dapat dilihat dampak positif maupun dampak negatif yang timbul disertai kuantifikasi nilainya.

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Contohnya:

|                 |                  | Saldo               |
|-----------------|------------------|---------------------|
| Investasi Awal  |                  | (Rp.315.000.000,-)  |
| Manfaat tahun 1 | Rp.144.000.000,- | (Rp.171.000.000,-)  |
| Manfaat tahun 2 | Rp.144.000.000,- | (Rp. 27. 000.000,-) |
| Manfaat tahun 3 | Rp.168.000.000,- | Rp. 141.000.000,-   |

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pada tahun ketiga proyek tersebut telah memberikan proceed yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa SP berada disekitar 2 tahun 2 bulan  $(27.000.000/168.000.000) \times 12 \text{ bulan} = 1,93 \text{ bulan}$

2 bulan. Untuk itu tekanan untuk penerapan tanggung jawab sosial itu perlu dilakukan agar setiap unit pemerintah maupun perusahaan mengetahui berapa jauh efek kegiatan lembaganya mempengaruhi kualitas hidup manusia, selain itu juga berkontribusi untuk meningkatkan pendidikan pegawai ataupun masyarakat.

Hal – hal seperti inilah yang mesti diukur sebagai salah satu ukuran kualitas. Orang – orang yang mendukung tanggung jawab sosial menyatakan bahwa karena perusahaan menciptakan banyak masalah yang perlu diatasi, seperti polusi udara dan air dan pengurusan sumber daya, perusahaan seharusnya memainkan suatu peran utama dalam memecahkan masalah tersebut. Para pendukung tanggungjawab sosial menyatakan bahwa karena organisasi pemerintah telah memperketat anggaran mereka hingga batas tertentu, dapat digunakan untuk membantu memecahkan masalah sosial. Berikut contoh bentuk laporan pertanggungjawaban sosial menurut Sofyan Syafri Harahap dalam bukunya teori akuntansi:

Tabel 2.1  
PT.ABADI  
Social Economic Operating Report  
31 Desember 200X  
(Dalam Ribuan)

|  |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|
| I. KAITAN DENGAN MASYARAKAT:                                   |                 |                 |
| A. Perbaikan:  |                 |                 |
| 1. Pelatihan orang cacat .....                                 | Rp.xxx          |                 |
| 2. Sumbangan pada lembaga pendidikan .....                     | Rp.xxx          |                 |
| 3. Biaya ekstra karena merekrut minoritas .....                | Rp.xxx          |                 |
| 4. Sumbangan pada lembaga keagamaan                            | <u>Rp.xxx+</u>  |                 |
| Total perbaikan  |                 | Rp.xxx          |
| B. Kerusakan:  |                 |                 |
| Penundaan pemasangan alat pengaman                             |                 | <u>Rp.xxx-</u>  |
| Perbaikan bersih untuk masyarakat (I)                          |                 | <u>Rp.xxx</u>   |
| II. KAITAN DENGAN LINGKUNGAN:                                  |                 |                 |
| A. Perbaikan:  |                 |                 |
| 1. Reklamasi lahan dan pembuatan taman                         | Rp.xxx          |                 |
| Biaya pemasangan kontrol polusi                                | Rp.xxx          |                 |
| 2. Biaya pematian racun limbah                                 | <u>Rp.xxx +</u> |                 |
| Total perbaikan  |                 | Rp.xxx          |
| B. Kerusakan:  |                 |                 |
| 1. Biaya yang akan dikeluarkan untuk reklamasi Pertambangan    | Rp.xxx          |                 |
| 2. Taksiran biaya pemasangan penetralan racun air              | <u>Rp.xxx+</u>  |                 |
| Total kerusakan  |                 | <u>Rp.xxx -</u> |
| C. Surplus atau Defisit (II)                                   |                 | <u>(Rp.xxx)</u> |
| III. KAITAN DENGAN PRODUK:                                     |                 |                 |
| A. Perbaikan:  |                 |                 |
| 1. Gaji eksekutif sewaktu melayani komisi Pengamanan produk .. | Rp.xxx          |                 |
| 2. Biaya pengganti cat beracun                                 | <u>Rp.xxx +</u> |                 |

|   |                 |
|---|-----------------|
| Total perbaikan                                     | Rp.xxx          |
| B. Kerusakan:                                       |                 |
| Pemasangan alat pengaman produksi                   | <u>Rp.xxx -</u> |
| C. Net perbaikan (III)                              | <u>Rp.xxx</u>   |
| <i>Total socio economic defisit 200X (I+II+III)</i> | <u>(Rp.xxx)</u> |
| <i>Saldo kumulatif net perbaikan 1.01. 200X</i>     | <u>Rp.xxx -</u> |
| <i>Saldo kumulatif net perbaikan 31.12.200X</i>     | <u>Rp.xxx</u>   |

**Sumber :** Sofyan Syafri Harahap, Teori Akuntansi, Edisi Revisi, Cetakan Kesembilan: Salemba Empat, 2007, hal. 410.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek penelitian**

Objek penelitian ini adalah akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero) Witel Medan, yang beralamat di Jln.Prof.Mohammad Yamin No. 13 Medan.

#### **3.2. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, desain yang akan digunakan adalah penelitian dengan studi kasus, yaitu suatu penelitian dengan pendekatan spesifik untuk meneliti masalah – masalah secara lebih mendalam dengan mengungkapkan fakta dan mencari keterangan – keterangan dari data, sehingga diperoleh gambaran tentang kasus yang diteliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu yang dapat diartikan sebagai pemecah masalah yang dinyatakan dalam bentuk kata, dan kalimat. Dengan demikian penelitian ini akan menguraikan gambaran penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar pada PT.Telekomunikasi Indonesia (Persero) Witel Medan.

### **3.3. Data Penelitian**

Data penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, data realisasi total biaya sosial tahun 2015-2019, biaya sosial untuk Masyarakat, Lingkungan Hidup, dan Sumber Daya Manusia tahun 2015-2019.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu suatu teknik pengambilan data dari laporan – laporan yang sudah diolah sebelumnya sehingga tidak langsung diperoleh dari sumbernya, yaitu dokumen atau daftar kegiatan sosial yang telah dilakukan sebelumnya, bentuk pelaporan akuntansi pertanggungjawaban sosial.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Analisis terhadap data yang dikumpulkan dapat dilakukan dengan beberapa cara yang disesuaikan dengan keadaan dan bentuk data yang ada. Data – data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dan komparatif.

#### **1. Metode Analisis Deskriptif**

Metode Analisis Deskriptif adalah metode analisis dengan cara mengumpulkan, menguraikan, mengklasifikasikan, serta menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga memberikan keterangan jelas dan akhirnya menarik kesimpulan yang umum mengenai masalah yang dihadapi.

#### **2. Metode Analisis Komparatif**

Metode Analisis Komparatif adalah penarikan kesimpulan dari fakta yang diamati dan telah diuji kebenarannya dengan membandingkan antara teori yang merupakan kebenaran umum dengan data lapangan. Setelah menerapkan analisis tersebut diharapkan dapat membuat kesimpulan dan mengemukakan saran yang diharapkan dapat memperbaiki kelemahan yang terdapat pada penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada masa mendatang.