

MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. ASTRA INTERNATIONAL, TBK

Bagus Styoko Purwo¹, Bayu Pratama²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Jl. Kayu Jati Raya No. 11A, Rawamangun – Jakarta 13220, Indonesia

setyokobagus@gmail.com¹, bayupratama9387@gmail.com²

ABSTRAK

The corporation's current business is no longer prioritize profit as a principal objective. In addition to meeting the business targets, the corporation also must meet eligibility standards as an ethical corporation. Corporate ethics demonstrated by the willingness of corporate conduct sound business. With the presence of the concept of social responsibility for corporations to raising awareness of responsible okum. Implementation of social responsibility that has been initiated by many public companies have a variety of formats. With the enactment of the legal basis for the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) No. legislation. 40/2007 on limited liability companies, which implies the core is the obligation for companies that utilize natural resources to implement CSR using the adjusted cost allocation policy of each company. PT. Astra International, Tbk as one of the largest public company that developed in Indonesia, has been implementing CSR as part of its core activities. Through CSR programs that have been organized Astra certainly have a pattern that needs to be studied scientifically to better administration of the reporting form CSR programs. The question is how the pattern of implementation of Corporate Social Responsibility applied PT. Astra International, Tbk., How activity reports that are used for its Corporate Social Responsibility and how achievement of implementation of Corporate Social Responsibility. The purpose is to study the implementation of Corporate Social Responsibility organized by PT. Astra International, Tbk, to analyze activity reports used to Corporate Social Responsibility program, and to an adequate standard of implementation of Corporate Social Responsibility. The research method used is descriptive qualitative method of data collection techniques through descriptive and focused observation. Data analysis techniques with a qualitative descriptive analysis on the implementation of CSR Astra, reporting CSR activities and CSR benefits. The results of this research form the characteristic pattern of CSR Astra in its execution through foundations established Group Astra, a report prepared Astra sustained economic indicators that show a 10% gain, environmental indicators by 32%, labor practice indicators reached 12.8%, Human rights indicators gained 5.1%, the

social indicators by 1.2%, and product responsibility indicators by 5.1%. Revelations of global CSR reports Astra 65%. This shows the suitability of the company's standards of an ongoing report terbatasakuntabilitas, transparency, harmonious relationships with stakeholders, and the achievement of sustainable CSR community perceived the Astra. With the research is expected to be an additional reference on CSR.

Keywords: Implementation of CSR, Astra, sustainable Reports

I. Pendahuluan

Dalam siklus aktivitas bisnis yang dilaksanakan oleh perusahaan terutama yang bersinggungan dengan lingkungan sekitar tempat di mana perusahaan berada dan melakukan proses produksi, dengan sendirinya muncul stigma masyarakat atas keberadaan perusahaan di lingkungan sekitar atau yang lebih kompleks dalam suatu Negara. Perusahaan tidak hanya menguntungkan dirinya sendiri dengan pencapaian yang maksimal atas aktivitas bisnisnya.

Sebagai bagian dari entitas bisnis, perusahaan tidak terlepas dari peran lingkungan. Dengan adanya keterkaitan antara perusahaan dan lingkungan membuka ruang harmonis bagi keduanya. Dengan adanya kepedulian yang dimotori oleh perusahaan membuka ruang sosial kepada masyarakat. Sehingga perusahaan yang dicap semata-mata hanya *profit oriented* tidak lagi demikian kondisinya. Perusahaan yang dalam hal ini merupakan bagian dari organisasi bisnis menyadari tidak hanya pada kepentingannya semata melainkan juga menaruh perhatian khusus dalam menjaga kelangsungan hidup sumber daya alam dan lingkungan sosial (*social responsibility*).

Dengan hadirnya istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR)/tanggung jawab sosial korporasi sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan yang eksis dalam usahanya berlomba-lomba merancang format pertanggung jawaban yang akan mereka persembahkan kepada masyarakat luas. CSR merupakan program khusus perusahaan dirancang agar manfaat eksistensi perusahaan benar-benar dirasakan banyak pihak, diantaranya adalah *Stakeholders*/pemangku kepentingan yang meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pesaing, lembaga keperantaraan, fasilitator, LSM, dan publik lainnya, serta pemerintah (Dwi Kartini, 2009).

Konsep CSR pada dasarnya adalah pemberian dari perusahaan kepada lingkungan sosial dalam berbagai bentuk bantuan, baik bantuan kebutuhan langsung yang sifatnya sesaat (*charity*) dan bantuan dalam rangka kegiatan investasi sosial untuk komunitas (*philanthropy*). Dengan adanya praktek CSR yang baik setidaknya berkontribusi pada usaha meminimalkan dampak negatif atas resiko aktivitas perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, mengurangi biaya operasional perusahaan, mampu meningkatkan kinerja keuangan serta pencitraan baik yang ditimbulkan dari kegiatan CSR, dan sebagai pencapaian tujuan pembangunan kesejahteraan masyarakat di lingkungan serta pencapaian

tujuan sebagaimana yang terkandung dalam pembangunan millennium (*millennium Development Goals*) di Indonesia.

Masing-masing perusahaan mempunyai agenda tersendiri terkait dengan program CSR yang telah diselenggarakan. Salah satunya adalah agenda yang membahas tentang kontribusi perusahaan terhadap pembangunan (Jalal dan Fajar Kurniawan, 2012). Kontribusi perusahaan terhadap pembangunan antara lain:

1. Melakukan bisnis inti dengan menekan dampak negatif yang muncul seminim mungkin dengan upaya total meningkatkan dampak positif dari kegiatan bisnis inti itu.
2. Melakukan investasi *social strategic*, yang meliputi pemberian kontribusi terhadap pemecahan berbagai masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan berpihak pada pemangku kepentingan yang juga menguntungkan perusahaan.
3. Melakukan dialog kebijakan bersama pemerintah dan masyarakat sipil untuk mengadvokasi kebijakan yang mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, dan menghilangkan kebijakan yang bertentangan dengan tujuan itu.

II. Perusahaan go public

Perusahaan didirikan tidak untuk jangka waktu tertentu atau jangka pendek. Konsep *going concern* melatarbelakangi bahwa motif berdirinya perusahaan untuk jangka waktu yang tidak bisa ditentukan/tidak terbatas. Bagi perusahaan *go public* hidup dan matinya perusahaan bergantung pada para pemegang saham. Tidak hanya itu, perkembangan perusahaan *go public* bergantung dari peran aktifnya dalam pembangunan masyarakat (CSR). Semakin sering perusahaan tersebut memberikan kontribusi sosial maka berdampak positif atas perkembangan perusahaan itu.

Mengacu pada dasar hukum pelaksanaan CSR, undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) memuat sebagai berikut:

1. Mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam yang menghasilkan limbah.
2. Kewajiban perseroan dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajibannya akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Atas pemberlakuan undang-undang tersebut menjadi wajib bagi perseroan terbuka untuk melakukan serangkaian aktivitas CSR.

PT. Astra International, Tbk adalah salah satu perusahaan *go public* yang telah menyelenggarakan program CSR. PT. Astra Internasional, Tbk saat ini mengelola enam unit bisnis, yaitu otomotif, jasa keuangan, alat berat dan pertambangan, agribisnis, infrastruktur dan logistik serta teknologi informasi. Jaringan bisnis Astra mencakup 158 perusahaan, termasuk anak perusahaan, perusahaan asosiasi, *jointly controlled entities* yang mempekerjakan 168.703 karyawan di seluruh wilayah Indonesia. Perkembangan bisnis yang dilakukan oleh PT. Astra International, Tbk/group Astra adalah untuk melayani seluruh lapisan

masyarakat, mulai dari kebutuhan keluarga di seluruh Indonesia hingga korporasi, sektor industry dan pemerintah (Astra Internasional, 2011).

Keberadaan sebuah perusahaan di suatu tempat/daerah, akan mendorong bermunculannya kegiatan-kegiatan sosial ekonomi masyarakat sekitarnya (Rudito et al., 2004). Karena hal itu memacu dampak positif atas keberadaan PT. Astra Internasional, Tbk yang dalam pengembangan bisnisnya berada di wilayah Indonesia. Melalui program CSR sebagai wujud nilai positif perusahaan, PT. Astra membentuk *Astra Friendly Company* (AFC) yang secara khusus menangani panduan dalam melaksanakan berbagai kegiatan CSR secara kontinu di semua unit bisnis. Dengan adanya CSR, setiap unit usaha dapat mengkonsep program-program sosial dengan keefektifan yang terarah, seperti Astra yang dalam pelaksanaan CSR sesuai dengan Pedoman Kriteria Penilaian.

Pedoman Kriteria Penilaian meliputi indikator kinerja utama dan mengarah pada kekonstruktifan atas program-program CSR yang sudah terlaksana. Dalam pengimplementasian sejumlah program CSR, PT. Astra International, Tbk membentuk beberapa yayasan. Dengan dibentuknya yayasan memudahkan pelaksanaan program CSR dengan target membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Yayasan-yayasan yang telah dibentuk antara lain: yayasan Toyota Astra (YTA), yayasan Dharma Bhakti Astra (YDA), yayasan pendidikan Astra – Michael D. Ruslim (YPA – MDR), yayasan Astra Bina Ilmu (YABI), yayasan Astra Honda Motor (AHM), yayasan Amaliah Astra (YAA) dan yayasan Karya Bhakti UT.

Bentuk nyata keterlibatan PT. Astra Internasional, Tbk dalam kegiatan sosial masyarakat antara lain dalam bidang pendidikan, lingkungan, kesehatan, dan usaha kecil menengah/pemberdayaan ekonomi masyarakat. Astra menjaga komitmen itu dengan keseriusan total dan berusaha menjaga keharmonisan kerja dengan lingkungan hidup dalam jangka panjang.

Sejalan dengan peningkatan net income pada tahun 2011 yang termuat dalam laporan kontribusi ekonomi, PT. Astra International, Tbk memperoleh kenaikan 26% senilai Rp. 162,6 triliun, diikuti dengan peningkatan laba bersih menjadi Rp. 17,8 triliun, naik 24% dari tahun sebelumnya. Pada nilai kapitalisasi saham yang mencapai Rp. 300 triliun diakhir tahun 2011, dengan kenaikan total asset sebesar Rp. 40,7 triliun menjadi Rp. 153,5 triliun, menunjukkan progrevitas bisnis Astra yang dengan begitu melanjutkan pertumbuhan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab yang telah menjadi komitmen Astra.

Berikut gambar grafik perolehan pendapatan PT. Astra International, Tbk



Sumber: PT. Astra International, Tbk
Gambar. 1.1

Sebagaimana yang tertuang dalam filosofi Catur Dharma Keberadaan PT. Astra International, Tbk menjadi milik yang bermanfaat bagi bangsa dan Negara, memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, menghargai individu dan membina kerja sama, dan senantiasa berusaha mencapai yang terbaik. Sehingga prestasi profitabilitas Astra bukan hasil akhir dari pencapaian strategis bisnis semata.

Dengan demikian keseriusan Astra International, Tbk menyelenggarakan sejumlah aktivitas CSR merupakan bukti yang relevan dengan tuntutan zaman saat ini. Di mana pada kondisi bisnis menguntungkan justru seoptimal mungkin bisa mengaplikasikan konsep CSR dengan wajar dan sesuai dengan undang-undang. Harapan dengan dilaksanakan program CSR tersebut adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak hanya dalam tingkatan nominal. Seperti doktrin Friedman (1962) dalam Haeston dan Milne (1996) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dari unit bisnis hanyalah memaksimalkan laba tidak bisa di terima secara universal.

Kajian implementasi *Corporate Social Responsibility* merupakan kajian yang menarik untuk diulas dalam bentuk penelitian. PT. Astra International, Tbk merupakan salah satu objek riset yang peneliti nilai penting untuk dikaji tentang bagaimana Astra melaksanakan *social Responsibility* dalam berbagai program yang kemudian dilaporkan dalam laporan berkelanjutan Astra (*Astra Sustainability Report*).

2.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan pada latar belakang, yang menjadi objek penelitian pada PT. Astra International, Tbk adalah serangkaian aktivitas CSR yang diselenggarakan oleh perusahaan yang bersangkutan. Pada

penelitian ini pengungkapan permasalahan riset adalah pengimplementasian program CSR PT. Astra International, Tbk yang menerapkan program CSR dalam berbagai bentuk sumbangan sampai pada melaporkannya dalam bentuk laporan berkelanjutan (*The Sustainability Report*).

Rumusan masalah yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah model pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* PT. Astra International, Tbk.
2. Bagaimanakah laporan aktivitas yang digunakan untuk program *Corporate Social Responsibility*.
3. Bagaimanakah pencapaian yang diperoleh dari implementasi *Corporate Social Responsibility*.

2.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mempelajari model implementasi *Corporate Social Responsibility* yang diselenggarakan PT. Astra International, Tbk.
2. Untuk menganalisis laporan aktivitas yang digunakan untuk program *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk mendapatkan standar pencapaian dari implementasi *Corporate Social Responsibility*.

2.3. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan komparasi penerapan program CSR yang diselenggarakan PT. Astra International, Tbk dengan korporasi lain yang sama-sama menyelenggarakan program yang serupa. Dan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang ekonomi pada kajian pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

2.4. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini terbatas pada model pelaksanaan CSR yang telah menjadi kegiatan rutin PT. Astra International, Tbk dengan mempelajari program-program CSR yang selama ini terlaksana, tanpa mengklasifikasikan pada per aktivitas dari program-program CSR. Dan juga memperhatikan kerangka penyusunan laporan berkelanjutan (*The Sustainability Report*) yang telah disusun PT. Astra International, Tbk. Dengan menggunakan ragam *literature* yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility* dipadukan dengan bukti empiris yang diolah sehingga menghasilkan informasi atas pelaksanaan CSR tersebut. Hingga kemudian bisa diketahui bagaimana Astra menyelenggarakan program-program CSR serta bagaimana penyusunan laporan berkelanjutan atas pelaksanaan program-program *Social Responsibility*.

Dengan keterbatasan waktu dan jangkauan peneliti, maka data-data yang digunakan peneliti adalah laporan berkelanjutan PT. Astra Internasional, Tbk yang memuat CSR pada tahun 2011 dan data-data penunjang lainnya.

2.5. Kajian Literatur

2.5.1. Konsep CSR dalam kerangka Perusahaan Terbuka

Pendefinisian *Corporate Social Responsibility* sebagai tindakan sosial perusahaan kepada lingkungan mengalami perbedaan tinjauan perluasan secara teoritis berdasarkan pendapat dari sumber-sumber yang terpercaya. Cara pandang dalam pengkajian CSR sesungguhnya tidak menyimpang dari landasan awal terbentuknya CSR. Pada Literatur-literatur awal yang membahas CSR di tahun 1950-an menyebutkan CSR sebagai *social responsibility (SR)*. *Social Responsibility of The Businessman* karya Howard K Bowen dianggap sebagai tonggak bagi CSR modern sehingga Bowen dinobatkan sebagai bapak CSR. Bowen (1953) mendefinisikan CSR sebagai berikut : “*Obligation of businessman to pursue those policies, to make those decision or to follow their line of action which are desirable in term of the objectives and values of our society* “. Pada tahun yang berbeda 1960 Keith Davis mengungkapkan “*iron law of responsibility*” yang menyatakan bahwa CSR sama dengan kedudukan sosial yang mereka miliki, sehingga dalam jangka panjang pengusaha yang tidak menggunakan kekuatan dengan bertanggungjawab akan kehilangan kekuatannya.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* menjelaskan CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan mutu kehidupan (Rudito *et al.*, 2004). Pengacuan tentang istilah mutu kehidupan memiliki penjabaran sebagai berikut kemampuan manusia selaku pribadi anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati, serta memanfaatkan lingkungan hidup, termasuk perubahan-perubahan yang ada dan sekaligus memelihara. Atau dengan istilah yang berbeda, CSR merupakan cara korporat mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat (Rudito *et al.*, 2004).

Sedangkan menurut *The World Bank Group* mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan melalui kerjasama dengan segenap pemangku kepentingan yang terkait untuk memperbaiki hidup mereka dengan cara-cara yang baik bagi kepentingan bisnis, agenda pembangunan berkelanjutan, dan masyarakat pada umumnya (Kiroyan, 2009). Sementara itu *The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* memberikan pengertian terhadap CSR sebagai kontribusi bisnis bagi keberlanjutan dan perilaku usaha yang bukan hanya menjamin keuntungan bagi pemegang saham, menggaji pekerja, dan kualitas produk dan layanan bagi konsumen, tetapi perusahaan juga harus merespon masalah dan nilai-nilai sosial dan lingkungan.

Sebagaimana yang selama ini berlangsung, pelaksanaan CSR secara yuridis diatur dalam dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 ayat (3), yaitu “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi

berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya". Di Indonesia mempunyai sebuah lembaga independent yang menaruh perhatian khusus pada perkembangan CSR sampai pada praktek CSR di Indonesia, Lingkar Studi CSR mendefinisikan CSR sebagai upaya sungguh-sungguh dari entitas

bisnis untuk meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Jalal,2009). Adapun entitas bisnis yang dimaksud dalam definisi di atas adalah perusahaan dengan skala kecil dan skala luas, menjadi tak terelakan untuk memberlakukan CSR dengan segera.

CSR artinya entitas bisnis yang telah memanfaatkan segala sumber daya yang berpotensi memunculkan keuntungan siap bertanggungjawab atas operasi yang berlangsung yang memacu timbulnya dampak buruk pada masyarakat dan lebih luasnya lingkungannya. Namun sebaliknya, juga harus sedia memunculkan dampak positif terhadap masyarakat dan lebih luasnya lingkungan. Sebuah perusahaan tidak akan bertahan lama apabila perusahaan tersebut mengisolasi dan membatasi dirinya dengan masyarakat sekitarnya (Djajadiningrat dan Famiola, 2004).

Berdasarkan sebagian definisi diatas yang dikutip dari beberapa sumber, CSR mempunyai empat dimensi teori yang merupakan pijakan perusahaan dalam memotori aktivitas CSR, yakni teori instrumen, teori politik, teori integratif, dan teori etika (Garriga dan Mele, 2004). Sementara itu Henningfeld, Pohl, dan Tolhurst (2006) menambahkan teori-teori yang melandasi CSR meliputi teori ekonomi/instrumental, politik, integratif, etika, kelembagaan, dan sinyal.

1. Teori instrumental

Dalam rangka pencapaian profitabilitas bisnis yaitu memaksimalkan profit yang menunjukkan keberpihakan terhadap pemegang saham. Upaya yang dilakukan adalah melakukan strategi alokasi sumber daya dan investasi filantropi agar diperoleh keuntungan kompetitif. Penggabungan dengan etika bisnis perusahaan akan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan begitu memudahkan perusahaan dalam mencapai target strategis bisnis yang cermelang.

2. Teori politik

Perusahaan sebagai mesin usaha melalui kekuasaan yang dimiliki memanfaatkannya untuk mempengaruhi kekuatan, minat masyarakat, dalam wilayah positif dapat tercermin dari adanya keterlibatan perusahaan dalam menguasai project sosial seperti kerusakan lingkungan dan terjadinya kesenjangan sosial ekonomi dengan masyarakat sekitar.

3. Teori Integratif

Perusahaan mempunyai *point of views* pada pendeteksian, *scanning*, dan menanggapi tuntutan sosial untuk mencapai prestise, penerimaan sosial, dan legitimasi sosial. Prinsipnya adalah koordinasi dengan berbagai pelaku/lapisan element yang terkait.

4. Teori Etika

Etika perusahaan adalah pencanangan nilai-nilai moral yang didasarkan atas teori stakeholder, bahwa setiap perusahaan memiliki tanggung jawab

kepada semua pemangku kepentingan yakni investor, pemegang utang, karyawan, masyarakat, dan lain-lain, disamping pemegang saham. Etika ini meliputi hak-hak universal seperti Hak Azasi Manusia, tenaga kerja, dan isu lingkungan di pasar global.

5. Teori Kelembagaan

Perusahaan menunjukkan nilai-nilai yang menciptakan stabilitas jangka panjang dan ketekunan organisasi, adaptasi lembaga sesuai waktu berdasarkan historis. Penerapan peraturan dapat membuat perusahaan beradaptasi secara lebih cepat. Dengan begitu kelembagaan perusahaan secara hukum kokoh dengan penyesuaian-penyesuaian yang dilakukannya.

6. Teori Sinyal

Transparansi perusahaan yang berhubungan dengan publik merupakan pengungkapan terhadap publik yang akan mencitrakan reputasi perusahaan, apabila diumumkan positif maka positiflah perusahaan, sebaliknya bila diumumkan negatif perusahaan tersebut akan menurun reputasinya (Henningfeld, Pohl, dan Tolhurst, 2006).

Kinerja CSR bukan diukur dari seberapa tinggi perusahaan tersebut menyalurkan dana CSRnya, melainkan bagaimana CSR melekat dalam kebijakan, strategi, dan proses bisnis perusahaan (Jalal, 2009; Kiroyan, 2009; Supriyanto, 2009). Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dapat dikatakan sebagai wujud CSR manakala memenuhi prinsip-prinsip dasar CSR. Epstein (2008) membagi prinsip-prinsip dasar tersebut meliputi etika, tata kelola, transparansi, hubungan bisnis, keuntungan finansial, pelibatan komunitas/pemberdayaan ekonomi, nilai produk dan pelayanan, praktek pekerja, dan perlindungan terhadap lingkungan.

Berdasarkan tinjauan dari aspek hukum, CSR terbagi menjadi empat penggolongan (Fajar, 2010) antara lain:

1. *Social responsibility theory*, yaitu kewajiban yang diemban oleh direksi dan manajemen untuk menjaga keharmonisan kepentingan pemegang saham (*shareholders*) dan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Teori ini membagi tanggung jawab sosial hanya menjadi kewajiban direksi dan manajemen saja sehingga terkesan sempit dari kompleksitas CSR yang sebenarnya.
2. *Hobbesian Leviatan theory*, yaitu adanya kontrol yang ketat dari Pemerintah serta meniadakan upaya-upaya lainnya. Teori ini membatasi hanya Pemerintah sebagai pihak yang berwenang dan menentukan terhadap aktivitas CSR perusahaan dan berwenang atas alternatif lainnya dalam pengaturan CSR.
3. *Corporate governance theory*, yaitu adanya *corporate accountability* dari direksi korporasi. Kecenderungan aktivitas lebih pada mengamati hubungan pihak internal korporasi yaitu antara pemilik dan manajemen korporasi.
4. *Reflexive law theory*, yaitu digunakan untuk mengatasi kebuntuan atas pendekatan formal terhadap kewajiban perusahaan dalam sistem hukum. Hukum formal adalah bentuk intervensi negara dalam mengatur persoalan privat melalui bentuk perundang-undangan seperti Undang-Undang Perseoran Terbatas yang didalamnya juga mengatur mengenai tanggungjawab sosial perusahaan. *Reflexive law theory* adalah teori hukum

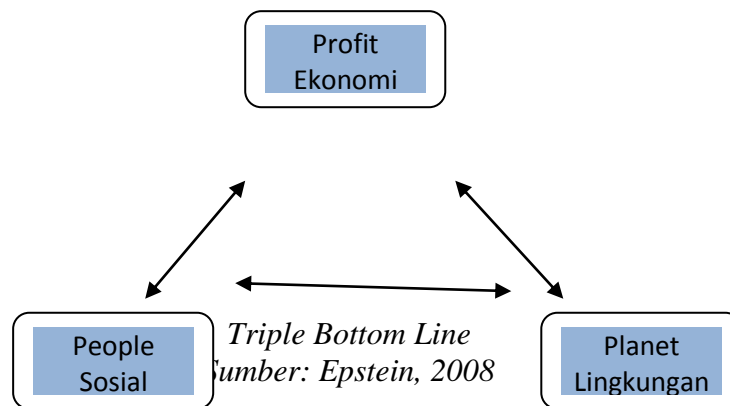
yang menjelaskan adanya keterbatasan hukum (*limit of law*) dalam masyarakat yang kompleks untuk mengarahkan perubahan sosial secara efektif.

Perusahaan yang mampu memperoleh profit dalam jangka panjang, dengan kredibilitas terbaik, serta bertanggung jawab, beberapa prinsip dasar yang mesti dipraktekkan seperti memperlakukan dan menghormati para karyawan dengan adil, beroperasi secara etis dan menerapkan integritas, memperhatikan hak asasi manusia, melindungi lingkungan hidup untuk generasi berikutnya, menjadi tetangga yang bertanggung jawab dalam komunitas mereka (Jim Haywood dalam *Business in the Community*).

Dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar tersebut, perusahaan telah mampu menjalankan kewajiban bisnis dalam memperoleh keuntungan (*profit*), menjalankan tanggung jawab sosial (*people*), dan penghormatan terhadap lingkungan (*planet*) atau dengan istilah *triple bottom line*, seperti gambar 2.3.

Dalam lingkup kesejahteraan sosial, CSR mempunyai dua tujuan yaitu kesejahteraan bagi internal perusahaan maupun bagi masyarakat secara luas. Dengan begitu CSR menjadi instrument untuk memaksimalkan dampak positif dan meminimalisasi dampak negatif dari keberadaan sebuah perusahaan.

Keterkaitan perusahaan dalam lingkup CSR dapat tergambar pada *triple bottom line*.



Gambar 2.3

Berdasarkan gambar diatas terlihat interaksi yang saling mendukung yang ada pada setiap perusahaan yang melakukan aktivitas CSR. Adapun proses CSR yang sesuai dengan kondisi negara Indonesia adalah CSR yang mendukung upaya pembangunan komunitas guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Seperti yang telah diprogramkan oleh PT. Astra International, Tbk.

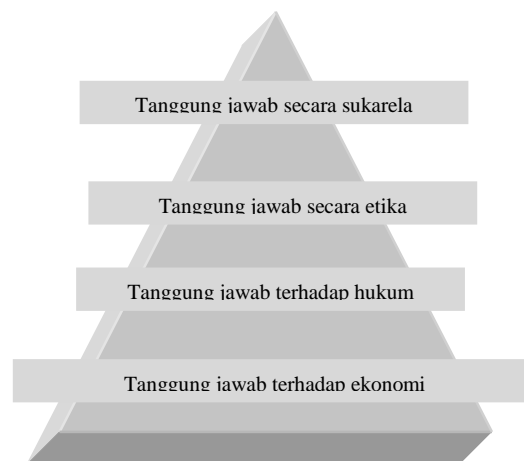
2.5.2. *Komitmen Perusahaan Terbuka Pada Program CSR*

Perusahaan tidak hanya berjalan semata-mata tanpa komitmen yang jelas terutama yang berhubungan dengan keseimbangan hidup perusahaan itu (bisnis dan sosial). Komitmen perusahaan terbuka terhadap CSR adalah perangkat-perangkat yang dibangun oleh sebuah perusahaan yang mengindikasikan hal-hal yang ingin dilakukan dalam rangka memberikan kepedulian terhadap pengaruh sosial serta lingkungan luas. Komitmen tersebut mengkomunikasikan sifat dan arah tujuan dari aktivitas sosial serta lingkungan, sehingga pihak-pihak yang

membantu terealisasinya program CSR memahami bagaimana perilaku perusahaan dalam berbagai situasi. Dengan adanya komitmen perusahaan menjadi jelas bagi pihak-pihak lain mengenai apa yang diharapkan dari kontribusi perusahaan.

Komitmen CSR dapat memperbaiki mutu keterlibatan perusahaan dengan pihak-pihak dimana mereka melakukan interaksi (Susanto, 2007). Komitmen CSR harus dituangkan ke dalam pernyataan dengan bahasa yang tegas dan harus berisi kewajiban-kewajiban dengan kata-kata yang jelas dan ringkas (Susanto, 2007). Sehingga implementasi CSR mengacu pada keputusan, proses, praktek dan aktivitas keseharian yang menjamin bahwa perusahaan memenuhi kriteria dalam melaksanakan itu semua.

Dimensi CSR yang merupakan bentuk dari komitmen perusahaan terdiri dari empat bagian tanggung jawab sosial, yakni ekonomi, hukum, etika, dan kerelaan (Smith, Wokutch, Harrington dan Dennis, 2001). Hal yang serupa sebagaimana dijelaskan dalam dimensi model performa CSR menurut Carroll yang dapat dilihat dalam hirarki sebagai berikut.



Sumber: Carrol dalam Hennifeld, Pohl dan Tolhurst (2006)
gambar 2.4
model performa perusahaan

Tanggung jawab pada tataran terendah adalah ketika perusahaan melakukan CSR hanya semata-mata demi keuntungan perusahaan, motivasi terlaksananya CSR karena pencapaian profitabilitas contohnya bertanggung jawab atas pekerja, konsumen, dan produk. Tataran kedua adalah ketika perusahaan tersebut melakukan tanggung jawab terkait dengan ijin usaha di suatu wilayah tertentu, dan pada saat itu juga harus memenuhi regulasi yang dipersyaratkan. Tataran ketiga adalah ketika perusahaan sudah mampu menghormati keberadaan sosial dan lingkungan di luar aktivitas yang berkaitan dengan perolehan keuntungan. Tataran tertinggi adalah ketika perusahaan telah dengan sukarela dan menempatkan diri sebagai bagian dari warga negara yang baik. Masing-masing tataran tersebut jika dilaksanakan secara keseluruhan yang merupakan wujud dari

tanggung jawab perusahaan yang menyeluruh dan menghasilkan performa yang ideal.

Dalam kaitannya antara komitmen CSR dengan orientasi perusahaan yang menggambarkan orientasi filosofi perusahaan dan orientasi kebijakan seperti yang termuat dalam table performa sosial perusahaan di bawah ini

Tabel II.2
Performa Sosial Perusahaan

Performa Sosial Perusahaan		
Prinsip	Proses	Kebijakan
Tanggung jawab sosial perusahaan	Tanggapan sosial perusahaan	Pengelolaan isu sosial
<ul style="list-style-type: none">• Ekonomi• Hukum• Etika• Kerelaan	<ul style="list-style-type: none">• Reaktif• Pertahanan• Akomodasi• Proaktif	<ul style="list-style-type: none">• Identifikasi isu• Analisis isu• Pengembangan
Orientasi-orientasi performa sosial perusahaan		
Orientasi filosofis	Orientasi institusi	Orientasi organisasi
Sumber : Wartick dan Cochran dalam Solihin (2009)		

Bentuk-bentuk CSR yang paling sering dilakukan oleh perusahaan menurut Kotler *and* Lee

(2005) terdiri dari enam aktivitas CSR meliputi :

1. *Cause Promotion* adalah kegiatan sosial yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran, partisipasi, maupun penyertaan dana terhadap suatu isu tertentu yang dipilih.
2. *Cause-Related Marketing*, perusahaan berkomitmen untuk melakukan donasi atau kontribusi atas suatu *issue* tertentu berdasarkan atas penjualan produk. Perusahaan akan melakukan bantuan dana berupa persentase tertentu atas pendapatan penjualan. Biasanya dilakukan dalam periode waktu tertentu atas suatu produk tertentu dan dalam bentuk sumbangan tertentu. Program ini memiliki dua sasaran, yaitu memperoleh sejumlah dana tertentu untuk didonasikan, disamping itu meningkatkan penjualan produk. Jenis aktivitas ini tujuannya sama dengan *cause promotion*, namun dikaitkan dengan respons konsumen terhadap penjualan (misalnya, besarnya donasi penumpang dikaitkan dengan jumlah mil perjalanan dengan pesawat perusahaan tertentu).
3. *Corporate Social Marketing*. Kampanye untuk mendukung suatu perubahan tertentu yang diharapkan terjadi atas suatu isu. Perubahan perilaku adalah yang diharapkan terjadi dari aktivitas ini. Saat ini *Corporate Social Marketing* umumnya dibangun dan diimplementasikan para profesional di pemerintahan pusat maupun daerah, *local public*

sector agencies, seperti fasilitas umum, departemen kesehatan, transportasi, ekologi dan dalam organisasi *nonprofit* lainnya.

4. *Corporate Philanthropy*. Kegiatan ini melakukan aktivitas berupa kontribusi langsung berupa amal atau terhadap suatu permasalahan (isu). Lebih sering dalam bentuk sumbangan uang dan bentuk sumbangan lainnya. Hal ini merupakan bentuk yang paling tradisional dari berbagai aktivitas CSR yang ada. Isu utama yang didukung meliputi kesehatan masyarakat, pelayanan publik, pendidikan, seni dan demikian pula perlindungan lingkungan.
5. *Community Volunteering*. Kegiatan ini menyediakan pelayanan pekerja sukarela dari perusahaan kepada masyarakat. Hal ini merupakan inisiatif dari perusahaan untuk mendukung dan menganjurkan karyawan, *retail partner* dan atau anggota *franchise* untuk mendukung organisasi masyarakat setempat ataupun permasalahan yang dihadapi. Kegiatan sukarela ini termasuk menyediakan tenaga ahli, ide dan tenaga kerja. Perusahaan mendukung dengan menyediakan waktu kerja untuk keperluan membantu masyarakat, maupun membentuk tim untuk membantu masyarakat.
6. *Socially Responsible Business Practice*. Kegiatan ini mengadopsi dan berinisiatif melakukan praktek bisnis maupun investasi yang mendukung kepada permasalahan sosial yang ada. Sifat dari kegiatan ini adalah melakukan hal yang melebihi apa yang dipersyaratkan oleh hukum dan peraturan yang ada dan melebihi apa yang diharapkan (*discretionary*) terhadap komunitas seperti karyawan, distributor, pemasok, mitra *nonprofit* dan demikian juga sebagai anggota dari masyarakat umum. Sedangkan bidang aktivitasnya meliputi kesehatan dan keselamatan, demikian pula kebutuhan emosional dan psikologis. Saat ini praktek penyelenggaraan perusahaan telah bergeser dari menanggulangi keluhan pelanggan, menanggulangi tekanan dari group-group penekan, kepada kegiatan yang sifatnya proaktif mencari solusi atas permasalahan sosial yang ada. Pada umumnya aktivitas ini didominasi oleh kegiatan *manufacturing*, teknologi dan industri pertanian, dimana keputusan dibuat berkaitan dengan *supply chain*, bahan baku, prosedur operasional dan keamanan karyawan.

2.5.3. *Manfaat Atas Pengimplementasian CSR*

Perusahaan melaksanakan CSR dalam konteks *check on regulatory failures*, artinya apa yang tidak diatur oleh Pemerintah, namun tetap diperlukan untuk dilaksanakan, maka disitulah CSR muncul. Dalam pandangan yang berbeda, CSR memberikan kesempatan pada setiap perusahaan akan suatu tingkat fleksibilitas dari aturan yang berlaku. Maksudnya perusahaan melakukan CSR lepas dari aturan yang berlaku. Otonomi pelaksanaan CSR tidak terlepas dari manfaat atas penyelenggaraan CSR dengan konsep yang disesuaikan unit bisnis masing-masing perusahaan. Manfaat pelaksanaan CSR yang selama ini terselenggara khususnya bagi masyarakat (Brew, 2008) sebagai berikut:

1. Aktivitas dan peluang ekonomi

2. Penyerapan tenaga kerja
3. Akses terhadap *skill* dan teknologi
4. Infrastruktur yang meningkat
5. Perlindungan terhadap lingkungan
6. Kesehatan
7. Investasi sosial

2.5.4. *Laporan Corporate Social Responsibility*

Regulasi mengenai akuntansi pertanggungjawaban sosial di Indonesia telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 57 yang diterbitkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Akuntansi dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan juga telah diatur SAK. PSAK No. 1 paragraf 9 telah memberikan penjelasan mengenai penyajian dampak lingkungan sebagai berikut: “Perusahaan menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), khususnya bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup (atau karyawan dan *stakeholder* lainnya sebagai pengguna laporan keuangan penting)”.

PSAK No. 1 belum mengatur secara tegas, tetapi mengatur pengungkapan dampak lingkungan. Perlakuan akuntansi dampak lingkungan juga diatur di dalam PSAK No. 32 mengenai Akuntansi Kehutanan dan PSAK No. 33 tentang Akuntansi Pertambangan Umum. PSAK No. 32 dan 33 semestinya sudah memadai untuk mengatur perlakuan akuntansi lingkungan.

Pada pengimplementasian CSR membutuhkan pelaporan yang tepat guna menginformasikan serta mengkomunikasikan dan sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada *stakeholders*.

Alur pelaporan CSR berawal dari kesadaran sebuah perusahaan akan dampak operasional yang dilakukan, lalu muncullah inisiatif sosial penanggulangan atas dampak-dampak dari operasional. Dalam hal ini berupa perencanaan program CSR beserta *budget* yang untuk mengoptimalkan nilai lebih serta meminimalisir dampak buruk. Yang selanjutnya hasil inisiatif serta aktivitas tersebut harus dibuat sebuah laporan yang akan disampaikan kepada pemangku kepentingan (Prof. Dr. Dwi Kartini, 2009).

Landasan dalam pembuatan laporan CSR memuat prinsip-prinsip tanggung jawab sosial sebagaimana yang dijabarkan dalam ISO 26000: 2010 *Guidance on Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

1. Akuntabilitas
Sebagai pembuktian bahwa organisasi/unit bisnis yang menjalankan usaha melakukan segala sesuatu dengan benar.
2. Transparansi
Sebuah organisasi/unit bisnis menyatakan dengan transparan seluruh keputusan dan aktivitasnya yang memiliki dampak atas masyarakat dan lingkungan. Karena adanya tuntutan keterbukaan yang “*clear, accurate and complete*” atas seluruh kebijakan, keputusan dan aktivitas.
3. Perilaku Etis
Sebuah organisasi/entitas bisnis harus berperilaku etis sepanjang waktu dan dalam kaitannya atas aktivitas bisnis yang dilakukannya. Promosi perilaku etis dilaksanakan melalui: pengembangan struktur tata kelola yang

mendorong perilaku etis, membuat dan mengaplikasikan standar perilaku etis, dan terus menerus meningkatkan standar perilaku etis.

4. **Penghormatan kepada kepentingan *Stakeholder***
Sebuah organisasi/unit usaha harus menghormati dan menanggapi kepentingan seluruh *stakeholdernya*. Yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi, menanggapi kebutuhan, mengenali hak-hak legal dan kepentingan yang sah, serta mengenali kepentingan yang lebih luas terkait dengan pembangunan berkelanjutan.
5. **Kepatuhan kepada Hukum**
Sebuah organisasi/unit bisnis harus menerima bahwa kepatuhan pada hukum adalah suatu kewajiban. Yang harus dilakukan patuh pada semua regulasi, memastikan bahwa seluruh aktivitasnya sesuai dengan kerangka hukum yang relevan, patuh pada seluruh aturan yang dibuatnya sendiri secara adil dan imparial, mengetahui perubahan-perubahan dalam regulasi, dan secara periodik memeriksa kepatuhannya.
6. **Penghormatan kepada norma perilaku internasional**
Sebuah organisasi bisnis harus berusaha untuk mengacu kepada norma perilaku internasional.
7. **Penegakan HAM**
Setiap organisasi bisnis harus menghormati HAM, serta mengakui betapa pentingnya HAM yang bersifat universal. Yang harus dilakukan adalah manakala ditemukan situasi HAM tidak terlindungi, organisasi tersebut harus melindungi HAM, dan tidak mengambil kesempatan dari situasi itu, dan apabila tak ada regulasi HAM di tingkat nasional, maka organisasi harus mengacu pada standar HAM internasional.

2.5.5. Global Reporting Initiative Generation 3.1 (GRI G3.1)

Indikator-indikator yang termuat dalam *GRI Standard Disclosure G3.1* adalah:

1. Ekonomi dengan Sembilan indikator.
2. Lingkungan dengan tiga puluh indikator.
3. Sosial dengan empat puluh lima indikator, diantaranya:
 - Ketenagakerjaan dengan lima belas indikator.
 - HAM dengan sebelas indikator.
 - Masyarakat dengan sepuluh indikator.
 - Tanggung jawab atas produk dengan sembilan indikator.

2.5.6. Kerangka Indikator Kinerja GRI

Meliputi: indikator kinerja, kategori dan aspek

Indikator kinerja: Informasi kualitatif atau kuantitatif tentang hasil atau hasil yang terkait dengan organisasi yang sebanding dan menunjukkan perubahan dari waktu ke waktu. Informasi tentang tren harus disajikan untuk periode pelaporan saat ini dan setidaknya dua periode sebelumnya, serta target masa depan yang telah ditentukan.

Deskripsi Isi Indikator Kinerja

1. Tujuan serta kinerja
2. Kebijakan

3. Tanggung jawab organisasi
4. Pelatihan
5. Pemantauan dan tindak lanjut
6. Tambahan kontekstual informasi

2.5.7. Indikator kinerja ekonomi

Dimensi ekonomi keberlanjutan menyangkut dampak organisasi terhadap kondisi ekonomi stakeholder dan pada sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional dan global. Indikator ekonomi menggambarkan: Pertama, arus modal antara para pemangku kepentingan yang berbeda, dan dua, dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat. Aspek: Kinerja Ekonomi, Kehadiran Pasar, dan Dampak Ekonomi Tidak Langsung. Indikator kinerja ekonomi meliputi: tiga aspek, sembilan indikator.

1. Aspek Kinerja Ekonomi

Core EC1 Indikator: nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan, termasuk pendapatan, biaya operasi, kompensasi karyawan, sumbangan dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyedia modal dan pemerintah.

Core EC2 Indikator: implikasi keuangan dan risiko lainnya dan peluang untuk kegiatan organisasi karena perubahan iklim.

Core EC3 Indikator: Cakupan kewajiban mendefinisikan pemenuhan dari organisasi melalui rencana keuntungan obligasi.

Core EC4 Indikator: bantuan keuangan signifikan yang diterima dari pemerintah.

2. Aspek Kehadiran Pasar

Add EC5 Indikator: Rentang rasio upah level standar dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi perusahaan beroperasi.

Core EC6 Indikator: Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal yang berbasis pada lokasi operasi yang signifikan.

Core EC7 Indikator: Prosedur perekrutan lokal dan proporsi manajemen senior disewa dari masyarakat setempat di lokasi operasi perusahaan.

3. Aspek Dampak Tidak Langsung Ekonomi

Core EC8 Indikator: Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan layanan yang diberikan terutama untuk kepentingan publik melalui komersial, in-kind, atau pro bono keterlibatan.

Add EC9 Indikator: Memahami dan mendeskripsikan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk dampak besar.

V.I.II Indikator Kinerja Lingkungan

Dimensi Lingkungan keberlanjutan menyangkut dampak organisasi terhadap hidup dan sistem alam tak hidup, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air.

Aspek lingkungan: Material, energi, Air, keanekaragaman hayati, emisi, efluen, dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, dan keseluruhan.

Indikator kinerja meliputi:

1. Aspek: Material

Core EN1 Indikator: Bahan yang berdasarkan berat atau volume.

Core EN2 Indikator: Presentase dari bahan yang digunakan yang berasal dari bahan baku daur ulang.

2. Aspek: energi

Core EN3 Indikator: Direct energy consumption by primary energy source.

Core EN4 Indikator: Indirect energy consumption by primary source.

Add EN5 Indikator: Energi yang tersimpan mempertimbangkan konservasi dan peningkatan efisiensi.

Add EN6 Indikator: Inisiatif untuk menyediakan energi efisien atau energi terbarukan berbasis produk dan jasa, dan pengurangan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.

Add EN7 Indikator: Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pencapaian pengurangan tersebut.

3. Aspek: Air

Core EN8 Indikator: Pemakaian total air dari sumber

Add EN9 Indikator: Sumber air secara signifikan terpengaruhi oleh pemakaian air.

Add EN10 Indikator: Presentase dan total volume air daur ulang dan reused.

4. Aspek: Keanekaragaman Hayati

Core EN11 Indikator: Lokasi dan ukuran lahan yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan, kawasan lindung dan daerah dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung.

Core EN12 Indikator: Deskripsi dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan daerah dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung.

Add EN13 Indikator: habitat yang dilindungi atau dikembalikan.

Add EN14 Indikator: Strategi, tindakan saat ini, dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.

Add EN15 Indikator: Jumlah Daftar IUCN spesies langka dan spesies daftar nasional konservasi dengan habitat di daerah yang terkena operasi, dengan tingkat risiko kepunahan.

5. Aspek: Emisi, Efluen, dan Limbah

Core EN16 Indikator: Jumlah langsung dan tidak langsung emisi gas rumah kaca berdasarkan volume.

Core EN17 Indikator: Gas rumah kaca tidak langsung lainnya berdasarkan berat atau volume.

Add EN18 Indikator: Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pengurangan yang dicapai.

Core EN19 Indikator: Emisi penipisan ozon berdasarkan berat atau volume.

Core EN20 Indikator: NO_x, SO_x, dan emisi udara lainnya yang signifikan berdasarkan tipe dan berat.

Core EN21 Indikator: Jumlah limbah kotor berdasarkan kualitas dan destinasi.

Core EN22 Indikator: Jumlah berat limbah berdasarkan tipe dan metode pembuangan.

Core EN23 Indikator: Jumlah nomor dan volume dari tumpahan yang signifikan.

Add EN24 Indikator: Berat limbah yang berbahaya yang melingkupi limbah yang dipindahkan, import, export dibawah kategori *basel convention annex 1, 2, 3 dan 4* presentase dari limbah yang dipindahkan secara international .

Add EN25 Indikator: Identitas, ukuran, status perlindungan dan nilai keragaman bio dari air dan habitat yang relevan secara signifikan dipengaruhi berdasarkan oleh laporan pembuangan limbah.

6. Aspek: Produk dan Pelayanan

Core EN26 Indikator: Inisiatif untuk mengurangi dampak dari lingkungan baik produk maupun jasa dan efek luar lainnya.

Core EN27 Indikator: Presentase dari produk yang terjual dan materi pengepakan berdasarkan kategori.

7. Aspek: Pemenuhan

Core EN28 Indikator: nilai moneter dan total sanksi jumlah non moneter untuk ketidakpatuhan berdasarkan aturan dan hukum lingkungan.

8. Aspek: Pengangkutan

Add EN29 Indikator: Dampak lingkungan signifikan dari pendistribusian produk dan barang lainnya dan materi yang digunakan untuk kegiatan organisasi dan transportasi karyawan ke tempat kerja.

9. Aspect: Overall

Add EN30 Indikator: Jumlah pengeluaran perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan tipe.

2.5.7. Indikator Kinerja Sosial

Dimensi Sosial keberlanjutan menyangkut dampak sebuah organisasi pada sistem sosial di mana ia beroperasi.

Kategori: Praktik Ketenagakerjaan dan Pekerjaan yang Layak, Hak Asasi Manusia, Masyarakat, dan Tanggung Jawab Produk.

Indikator Kinerja: Sosial terdiri atas kategori Hak asasi manusia yang meliputi tujuh aspek, sembilan indikator.

Core/Add Code Indicators

1. Aspect: Investasi dan Pengadaan Praktek

Core HR1 Indikator: Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang mencakup klausul HAM atau telah menjalani skrining HAM.

Core HR2 Indikator: Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani skrining pada hak asasi manusia dan tindakan yang diambil.

Add HR3 Indikator: Jumlah jam pelatihan karyawan pada kebijakan dan prosedur menyangkut aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan terlatih.

2. Aspect: Non Diskriminasi

Core HR4 Indikator: Total jumlah insiden diskriminasi dan tindakan yang diambil.

PI: Sosial (Hak Asasi Manusia)

3. Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama.

Core HR5 Indikator: Operasi diidentifikasi di mana hak untuk menjalankan kebebasan berserikat dan perundingan bersama mungkin

berada pada risiko yang signifikan, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak.

4. Aspek: Pekerja di Bawah Umur

Core HR6 Indikator: Operasi diidentifikasi sebagai memiliki risiko yang signifikan untuk insiden pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk berkontribusi pada penghapusan pekerja di bawah umur.

5. Aspek: Paksa dan Wajib Kerja

Core HR7 Indikator: Operasi diidentifikasi memiliki risiko yang signifikan untuk insiden kerja paksa atau wajib, dan langkah-langkah yang diambil untuk berkontribusi pada penghapusan kerja paksa atau wajib.

PI: Sosial (Hak Asasi Manusia)

6. Aspek: Keamanan Praktek

Add HR8 Indikator: Persentase petugas keamanan terlatih dalam kebijakan organisasi atau prosedur yang menyangkut aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi.

7. Aspek: Hak Adat

Add HR9 Indikator: Total jumlah insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.

2.5.8. Indikator Kinerja: Sosial

Meliputi kategori: Tenaga Kerja Praktek & Pekerjaan yang Layak. Terdiri atas lima aspek dan empat belas indikator.

Core/Add Code Indicators

1. Aspek: Karyawan

Core LA1 Indikator: Jumlah tenaga kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak kerja, dan wilayah.

Core LA2 Indikator: Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok umur, jenis kelamin, dan wilayah.

Add LA3 Indikator: Manfaat yang diberikan kepada karyawan penuh-waktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu, dengan operasi besar.

2. Aspect: Karyawan dan Manajemen Hubungan

Core LA4 Indikator: periode catatan minimum berdasarkan perubahan operatioanal termasuk yang dispesifikasikan dalam persetujuan kolektif.

Core LA5 Indikator: peresentase dari karyawan berdasarkan persetujuan negosiasi.

PI: Social (Tenaga Kerja Praktek & Pekerjaan yang Layak)

3. Aspek: Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Add LA6 Indikator: Persentase dari total angkatan kerja diwakili dalam kesehatan formal bersama manajemen-pekerja dan komite keselamatan yang membantu memantau dan memberi nasihat tentang kesehatan dan program keselamatan.

Core LA7 Indikator: Tarif cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah total yang terkait dengan pekerjaan kematian menurut wilayah.

Core LA8 Indikator: Pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pencegahan, dan risiko pengendalian program di tempat untuk membantu anggota tenaga

kerja, keluarga mereka, atau anggota masyarakat mengenai penyakit serius.

Add LA9 Indikator: Kesehatan dan keselamatan topik yang dibahas dalam perjanjian resmi dengan serikat pekerja. Kesehatan dan keselamatan topik yang dibahas dalam perjanjian resmi dengan serikat pekerja.

4. Aspek: Pelatihan dan Pendidikan

Core LA10 Indikator: Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan berdasarkan kategori karyawan.

Add LA11 Indikator: Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung kerja lanjutan dari karyawan dan membantu mereka dalam mengelola pencapaian karir

Add LA12 Indikator: Persentase karyawan yang menerima kinerja secara berkala dan pengembangan karir Ulasan.

5. Aspek: Keanekaragaman dan Persamaan Kesempatan

Core LA13 Indikator: Komposisi badan pemerintahan dan pemecahan karyawan per kategori menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator lainnya.

Core LA14 Indikator: Rasio gaji dasar pria terhadap wanita berdasarkan kategori karyawan.

2.5.9. Indikator Kinerja: Sosial

Kategori: Pertanggung jawaban Produk. Meliputi atas lima aspek dan Sembilan kategori

Core/Add Code Indicators

1. Aspek: Pelanggan Kesehatan dan Keselamatan

Core PR1 Indikator: Siklus hidup tahapan di mana dampak kesehatan dan keselamatan produk dan jasa yang dinilai untuk perbaikan, dan persentase produk yang signifikan dan kategori layanan tunduk pada prosedur tersebut.

Add PR2 Indikator: Total jumlah insiden non-kepatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela mengenai kesehatan dan dampak keselamatan produk dan jasa, menurut jenis hasil.

2. Aspek: Produk dan Layanan Pelabelan

Core PR3 Indikator: Jenis informasi produk dan layanan yang diperlukan oleh prosedur, dan persentase yang signifikan produk dan layanan tunduk pada persyaratan informasi tersebut. Add PR4 Indikator: Total jumlah insiden non-kepatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela mengenai informasi produk dan layanan dan pelabelan, menurut jenis hasil.

Add PR5 Indikator: Berkaitan dengan kepuasan pelanggan praktek, termasuk hasil survei pengukuran kepuasan pelanggan.

3. Aspek: Komunikasi Pemasaran

Core PR6 Indikator: Program untuk kepatuhan terhadap hukum, standar, dan kode sukarela terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship

Add PR7 Indikator: Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela mengenai komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship, menurut jenis hasil.

4. Aspek: Kerahasiaan Pelanggan

Add PR8 Indikator: Total jumlah pengaduan diperkuat tentang pelanggaran privasi pelanggan dan kerugian dari data pelanggan.

5. Aspek: Pengaduan

Core PR9 Indikator: Moneter nilai denda yang signifikan untuk non-kepatuhan terhadap hukum dan peraturan mengenai penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

2.5.10. Indikator Kinerja: Sosial.

Kategori: Komunitas. Meliputi lima aspek dan delapan indikator

1. Aspek: Komunitas

Core SO1 Indikator: Alam, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk masuk, operasi, dan keluar.

2. Aspect: Korupsi

Core SO2 Indikator: Persentase dan jumlah unit usaha dianalisis untuk risiko yang berkaitan dengan korupsi.

Core SO3 Indikator: Persentase karyawan dilatih dalam kebijakan anti korupsi dan prosedur organisasi.

Core SO4 Indikator: Tindakan yang diambil dalam menanggapi insiden korupsi.

3. Aspect: Kebijakan Publik

Core SO5 Indikator: Kebijakan publik posisi dan partisipasi dalam pengembangan kebijakan publik dan lobi.

Add SO6 Indikator: Jumlah nilai kontribusi keuangan dan in-kind kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara.

4. Aspek: Anti-Kompetitif Perilaku

Add SO7 Indikator: Total jumlah tindakan hukum untuk perilaku anti-persaingan, praktik antitrust, dan monopoli.

5. Aspect: Pengaduan

Core SO8 Indikator: Moneter nilai denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk non-kepatuhan terhadap hukum dan peraturan.

III. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk melakukan riset ini menekankan pada strategi, proses serta pendekatan yang dipakai untuk memilih jenis, karakteristik, beserta ruang lingkup atas data-data yang diperlukan. Pembahasan metode penelitian ini mencakup metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Metode pengumpulan data merupakan prosedur untuk memperoleh informasi yang terdiri atas permasalahan, konteks, isu yang terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif (*descriptive research*) ialah penelitian dengan kajian pembahasan permasalahan yang bersumber dari fakta-fakta dari suatu populasi.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan riset ini dengan prosedur analisis sebagai berikut:

1. Analisis isi untuk mempelajari karakteristik dan penerapan kegiatan CSR yang dirancang PT. Astra International, Tbk bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan kegiatan CSR dalam berbagai segi.
2. Analisis penerapan laporan berkelanjutan yang di susun oleh PT. Astra International, Tbk.
3. Analisis pencapaian terlaksananya kegiatan CSR PT. Astra International, Tbk.

Penelitian di mulai dengan menganalisis kondisi dan mutu lingkungan PT. Astra International, Tbk. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan perusahaan yang direpresentasikan dengan kegiatan-kegiatan CSR yang terselenggara. Analisis selanjutnya mengumpulkan data-data aktivitas perusahaan terhadap masyarakat yang menjadi sasaran CSR perusahaan dan upaya tanggungjawab sosial yang terlaksana.

Tahap selanjutnya melakukan analisis terhadap status dari implementasi CSR di perusahaan. Analisis status dari implementasi CSR dilakukan dengan menganalisis laporan berkelanjutan PT. Astra International, Tbk. Dari hasil analisis ini akan diketahui apakah laporan berkelanjutan yang telah di susun PT. Astra International, Tbk telah memenuhi konsep *sustainability report*.

3.1. Jenis dan Sumber Data Informasi

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari PT. Astra International, Tbk tahun 2011. Data yang digunakan adalah laporan berkelanjutan 2011 *The Sustainability Report* PT. Astra International, Tbk tahun 2011 yang dipublikasikan pada bulan April 2012. Alasan dipilihnya periode waktu tersebut karena laporan tersebut tahun 2011 merupakan data terbaru yang bisa diperoleh guna menunjang penelitian ini.

3.2. Teknik Pengumpulan Data dan Informasi

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2008). Penelitian ini pembahasan yang terkandung dalam rumusan masalah memerlukan data melalui deskriptif. Peneliti pada tahap ini sudah melakukan *mini tour observation*, yaitu peninjauan yang telah dipersempit untuk difokuskan pada aspek tertentu. Dalam penelitian ini aspek yang dipersempit adalah pengungkapan pelaporan berkelanjutan PT. Astra International, Tbk.

3.3. Populasi Penelitian

Sesuai dengan maksud dilakukannya penelitian ini, maka populasi dalam penelitian ini adalah PT. Astra International, Tbk yang menyelenggarakan program CSR selama tahun 2011. Hal ini dilakukan karena perusahaan tersebut banyak menimbulkan dampak pada lingkungan masyarakat.

Berdasarkan pengetahuan penulis sekilas tentang kegiatan-kegiatan sosial yang termasuk dalam program CSR, maka penulis menelusuri kebijakan lingkungan serta tanggung jawab sosial yang terjadi selama tahun 2011. Peristiwa-peristiwa penting yang terjadi selama tahun berjalan tersebut menjadi data-data yang kemudian penulis teliti sehingga sesuai dengan harapan dari riset ini.

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Astra yang didirikan di Jakarta pada tahun 1957 bergerak di bidang perdagangan. Sejalan dengan perkembangan zaman pada tahun 1990 terdaftar di Bursa Efek Indonesia Astra berubah nama dan status menjadi PT. Astra International, Tbk. Saat ini PT. Astra International, Tbk merupakan salah satu group perusahaan terkemuka di Indonesia, yang mengelola enam bisnis inti yaitu: otomotif, jasa keuangan, alat berat dan pertambangan, agribisnis, infrastuktur dan logistic serta teknologi informasi.

PT. Astra International berlokasi di kantor pusat yang terletak di Gedung Astra International, Jl. Gaya Motor Raya No. 8, Sunter II, Jakarta Utara 14330. Saat ini jaringan usaha Astra meliputi 158 perusahaan, yang terdiri atas anak perusahaan, perusahaan asosiasi serta *jointly controlled entities* dengan jumlah tenaga kerja 168.703 di seluruh wilayah Indonesia. Sesuai dengan peran yang diemban group Astra adalah untuk melayani masyarakat luas, mulai dari kebutuhan personal, keluarga terutama di wilayah Indonesia hingga korporasi, sekor manufaktur dan juga pemerintah.

Secara sosial PT. Astra International, Tbk telah melakukan banyak kontribusi sosial yang tergolong merupakan bentuk pertanggung jawaban sosial kepada masyarakat atau kontribusi nyata yang bisa dirasakan manfaatnya secara luas. Berdasarkan filosofi catur dharma PT. Astra International, Tbk menyatakan menjadi milik yang bermanfaat bagi bangsa dan Negara, memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, menghargai individu dan membina kerja sama, dan senantiasa berusaha mencapai yang terbaik. Selain itu, sesuai dengan visi yang dinyatakan bahwa PT. Astra International, Tbk menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan penekanan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan pembangunan kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi, dan menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan. Dengan demikian, keberlangsungan (*going concern*) PT. Astra International, Tbk mampu memberikan kontribusi ekonomi bagi perkembangan dunia usaha di Indonesia yang ditunjukkan dengan kemampuan menyerap tenaga kerja, membangun hubungan dengan pemasok, pemerintah atau lebih luasnya pemangku kepentingan.

4.1. Kajian Karakteristik Program CSR PT. Astra International, Tbk

Dalam kerangka legal yang berlaku di Indonesia, mewajibkan bagi setiap perseroan terbatas mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Mengingat banyak dampak yang disebabkan atas kehadiran perseroan terbatas selama ini. Untuk menjadi korporasi yang baik membentuk program *corporate social responsibility* adalah keniscayaan. PT. Astra International, Tbk adalah salah satu dari objek perseroan terbatas yang pemerintah kenakan kewajiban untuk itu, Astra melaksanakan tanggung jawab sosial secara serius dan proaktif. Seluruh program CSR yang dilaksanakan Astra dilandasi misi untuk memberikan manfaat secara langsung di lingkungan manapun Astra berada.

4.2. Analisis Karakteristik Program CSR PT. Astra International, Tbk

Dengan dirumuskannya *Astra Green Company (AGC)* sebagai kerangka kerja manajemen sistem di bidang lingkungan dan kesehatan serta keselamatan kerja untuk memastikan keseimbangan yang maksimal antara pertumbuhan bisnis dengan perkembangan lingkungan dan sosialnya. Pada praktiknya, AGC juga sebagai perangkat yang memonitor pencapaian kinerja di bidang LK3, sesuai dengan empat pilar utama *green company*, yaitu *green strategy*, *green process*, *green product*, dan *green employee*.

Evaluasi kinerja LK3 dilakukan dalam tiga macam, yaitu yaitu *corporate assessment*, *group assessment* dan *self-assessment*. Operasional dari sistem tersebut mempunyai penilaian dalam peringkat 'Emas', 'Hijau', 'Biru', 'Merah' dan akhirnya 'Hitam' pada tingkat terendah.

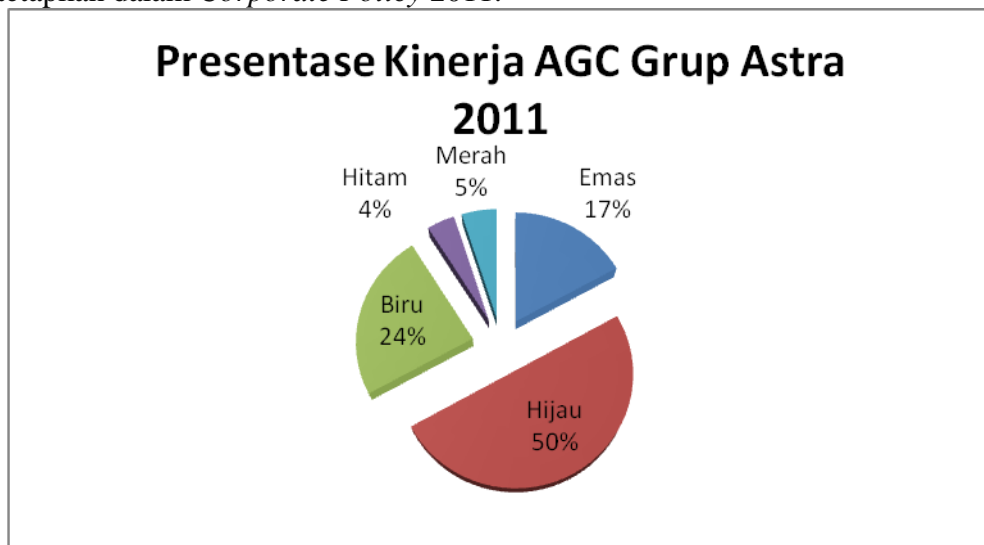
Berdasarkan sumber yang diperoleh dari Astra, Pada tahun 2011, dilakukan penambahan suatu kriteria AGC baru terkait kategori pelabuhan. Pembuatan kriteria ini didorong oleh kebutuhan agar seluruh jenis industri dimana Astra berbisnis memiliki kriteria penilaian AGC yang spesifik sehingga dapat mengelola bisnis secara lebih ramah lingkungan. Alhasil, pada tahun 2011, Astra telah memiliki 16 kategori untuk kriteria Astra Green Company berdasarkan jenis kegiatan industry yang digelutinya. Kriteria AGC yang saat ini digunakan bertujuan untuk memberikan penilaian menyeluruh pada kinerja pengelolaan lingkungan dan K3 di jajaran anak perusahaan Astra. Hingga sekarang, kriteria *Astra Green Company* telah mengadopsi sistem manajemen pengelolaan lingkungan dan K3 internasional, yang masing-masing berlandaskan ISO 14001 dan OH SAS 18001 sekaligus mengintegrasikan aspek pemenuhan regulasi nasional terkait lingkungan dan K3.

Pada tahun 2009 dilakukan pembaharuan terhadap kriteria AGC. Langkah ini berupa penyesuaian pada kriteria *critical point* PROPER dan aspek K3 dari peralatan produksi yang tercermin dalam *critical point safety*. Pada tahun 2011, asesmen dilakukan terhadap sejumlah 483 instalasi dari 904 instalasi Grup Astra. Berdasarkan data yang dikumpulkan, terdapat 83 instalasi berhasil meraih peringkat 'Emas', atau meningkat 24%, disusul dengan 242 instalasi pada peringkat 'Hijau', atau meningkat 5%. Sisanya sebanyak 115 instalasi mencapai peringkat 'Biru', atau meningkat 11%, 24 instalasi pada posisi 'Merah' yang meningkat 26% dan selanjutnya 19 instalasi berperingkat 'Hitam' atau turun sebesar 44%.

Penyebab penilaian pada peringkat merah dan hitam dalam proses asesmen tahun 2011 diakibatkan oleh beberapa aspek yang bervariasi. Salah satunya

merupakan pemenuhan terhadap pengelolaan dan pemantauan serta baku mutu kualitas limbah cair maupun udara yang masih belum sesuai dengan rekomendasi pada dokumen AMDAL atau UKL/UPL. Sedangkan terkait aspek K3, masih ada beberapa instalasi baru yang belum sepenuhnya melengkapi perijinan dan pemeriksaan berkala bagi alat yang mempunyai dampak K3 di tempat kerja. Selain itu, pada beberapa instalasi telah terjadi kecelakaan kerja yang mengakibatkan hari hilang, yang tercermin dalam *Loss Time Injury/Frequency Rate* (LTI/FR) dan *Severity Rate* (SR) yang tinggi.

Dari presentase pencapaian secara keseluruhan, 67% perusahaan Grup Astra berada pada peringkat 'Emas' dan 'Hijau', sesuai dengan target kinerja yang ditetapkan dalam *Corporate Policy* 2011.

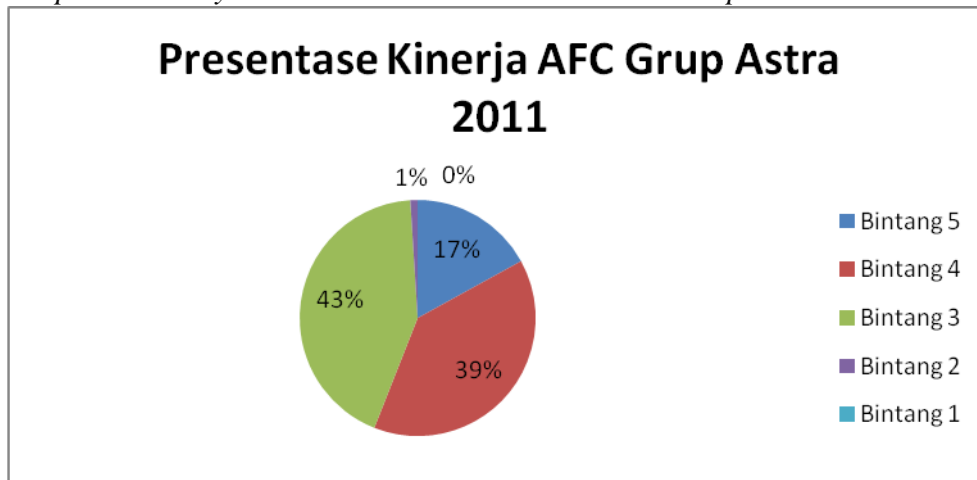


Gambar. 4.1

Sumber: PT. Astra International, Tbk

Selain AGC, Astra juga merumuskan *Astra Friendly Company* (AFC) yang berfungsi menjalankan visi untuk menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab serta ramah lingkungan, Astra senantiasa terus memperkuat tanggung jawab sebagai bagian tak terpisahkan dalam kegiatan operasional sehari-hari pada setiap bisnis Astra. Komitmen ini semakin dipertegas melalui langkah penganangan *Public Contribution Roadmap* yang melengkapi bisnis unit dengan arahan yang jelas dan terstruktur dalam pelaksanaan tanggung jawab tersebut. Standar AFC selanjutnya memberikan panduan untuk peningkatan kualitas hubungan perusahaan dengan seluruh pemangku kepentingan internal maupun eksternal, termasuk dalam mengantisipasi dampak social dan peluang untuk membangun hubungan yang lebih baik. Pada tahun 2011, asesmen AFC dilakukan pada 184 instalasi dari 904 instalasi Grup Astra. Dari proses penilaian ini, dapat dipetakan bahwa 31 instalasi berhasil meraih peringkat tertinggi bintang lima, disusul dengan 71 instalasi yang meraih bintang empat, dan selanjutnya 80 instalasi bintang tiga dan 2 instalasi bintang dua. Pada asesmen tahun 2011, tidak terdapat instalasi yang berada dalam peringkat bintang 1. Dari presentase pencapaian secara keseluruhan, 99% perusahaan Grup Astra berada pada peringkat bintang tiga ke atas, sesuai dengan target kinerja yang ditetapkan dalam *Corporate Policy* 2011. Pada implementasi program juga telah dijalankan sesuai

dengan penekanan pada program pembinaan pendidikan, *Income Generating Activities* (IGA), lingkungan dan kesehatan, selaras dengan arahan dalam *Corporate Policy 2011* dan *Public Contribution Roadmap*.



Gambar. 4.2

Sumber: PT. Astra International, Tbk

4.3. Lingkungan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja Program Efisiensi Energi dan Sumber Daya Alam

Menyikapi kondisi lingkungan saat ini, khususnya terkait menipisnya ketersediaan sumber daya alam dan energy yang tidak terbaharukan seperti bahan bakar fosil (*fossil fuel*) dan efek *global warming*, maka Astra menerapkan program *Cleaner Production* (CP) sebagai wujud komitmen untuk melakukan pengurangan pemakaian sumber daya alam, khususnya air dan energi per unit produksinya. Dengan program 6R (*Refine-Reduce-Reuse- Recycle-Recovery-Retrieve to Energy*), Astra berupaya memenuhi target pengurangan pemakaian energy dan sumber daya alam sebesar 5% per unit produksi dibandingkan tahun 2010. oleh Grup Astra serta ukuran yang dihasilkan berdasarkan 6 lini bisnis.

4.4. Program CSR PT. Astra International, Tbk

Perencanaan program CSR tahap awal adalah melakukan *social mapping* untuk memperoleh gambaran kondisi masyarakat sekitar secara keseluruhan, baik ciri-ciri karakter dan populasi masyarakat, kelembagaan yang ada, tingkat partisipasi warga, pengurus setempat dan faktor lainnya untuk menggali isu atau permasalahan yang dihadapi sebagai dasar evaluasi untuk memaksimalkan hasil yang dapat dicapai. Pendekatan kepada masyarakat dilakukan melalui dialog rutin yang diselenggarakan secara formal maupun informal dengan tokoh masyarakat sebagai sarana membangun komunikasi yang harmonis dengan masyarakat sekaligus mengakomodir kepentingan-kepentingan masyarakat dengan pihak Astra. Astra juga melaksanakan komunikasi dua arah dalam proses perencanaan program, untuk menghindari terjadinya disorientasi pada tahap implementasi program. Secara umum, koordinasi dan pelaksanaan program CSR dilakukan oleh kantor pusat, serta anak perusahaan dan yayasan-yayasan di bawah Grup Astra, baik secara independen maupun bersama-sama.

Secara terkonsep, Astra dalam pelaksanaan tingkat lanjut program tersebut, dengan membentuk berbagai yayasan yang berada terpusat pada group Astra untuk mengkoordinasikan semua perencanaan dan pelaksanaan program CSR dengan merangkul seluruh *stakeholder* group Astra guna memaksimalkan sumber daya yang tersedia.

Mengacu pada data-data yang peneliti kumpulkan, pengungkapan laporan berkelanjutan yang disusun PT. Astra International, Tbk memuat point-point sebagai berikut (dinyatakan sebagaimana indeks pengungkapan berdasarkan GRI *Indicators*. Peneliti memberikan checklist pada setiap point (kode) yang terpenuhi

1. Indikator: Kinerja Ekonomi

Kode EC1

Nilai pendapatan Bersih tahun 2011 meningkat sebesar 26% menjadi Rp 162,6 triliun, diikuti dengan peningkatan laba bersih menjadi Rp 17,8 triliun, naik 24% dari tahun sebelumnya. Nilai kapitalisasi saham yang mencapai Rp 300 triliun di akhir tahun 2011, dengan kenaikan total aset sebesar Rp 40,7 triliun menjadi Rp 153,5 triliun. Astra telah memberikan Biaya yang dialokasikan untuk *training* dan pendidikan karyawan selama tahun 2011 mencapai Rp 302 miliar, naik 63% dibandingkan Selama tahun 2011. secara riil biaya operasional sebesar Rp 138,3 triliun telah dibayarkan kepada pemasok perusahaan, meningkat 19% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 116,2 triliun tahun sebelumnya. Sepanjang tahun 2011 ini Astra telah membayar pajak kepada pemerintah sebesar Rp 4,2 triliun, bentuk kontribusi Astra dalam meningkatkan pendapatan Negara.

Kode EC2

Penurunan pemakaian air untuk membersihkan unit mencapai 90,08% dibandingkan sebelumnya. Selanjutnya, PT Toyota Astra Motor (TAM) telah melakukan perbaikan pada proses operasional *delivery* unit kendaraannya. Sebelumnya, metode *delivery* unit ke cabang penjualan 48,7% dilakukan dengan *self-driving*. Untuk mengurangi pemakaian bahan bakar dalam proses *delivery*, dilakukan optimalisasi penggunaan *car carrier delivery* langsung ke cabang penjualan.

Kode EC3

Dari tahun 2008 hingga Desember 2011, Program Pelatihan Persiapan Pensiun ini telah diikuti oleh 1.412 peserta dimana 853 diantaranya telah melanjutkan ke Program Persiapan Pensiun Tahap Dua. Dari survey yang telah dilakukan DPA, sebanyak 71% peserta Program Persiapan Pensiun ini telah berhasil menjalankan kegiatan pasca pensiunnya. Selain program pelatihan kepemimpinan, Astra juga menyelenggarakan program pelatihan yang disesuaikan dengan matriks kompetensi dan *training plan* yang telah direncanakan. Pelatihan meliputi materi terkait pelayanan pelanggan, pengelolaan sumber daya manusia, keselamatan dan kesehatan kerja, termasuk pelatihan *customer service* bagi personel *security* sehingga pelayanan yang diberikan dapat ditingkatkan.

Kode EC5, LA3, LA14

Karyawan mendapat remunerasi dan bonus berdasarkan evaluasi kinerja dan sesuai dengan ketentuan ketenagakerjaan yang berlaku di masing-masing daerah. Terkait remunerasi, setiap instalasi Astra senantiasa mematuhi ketentuan upah minimum provinsi/kota/ kabupaten (UMP/UMK) yang ditetapkan oleh pemerintah daerah setempat. Perusahaan mempertimbangkan keseimbangan internal dan daya saing pasar dalam mengelola sistem remunerasinya. Untuk itu

Astra mengikuti *salary survey* untuk menunjang hal tersebut, dengan tetap mempertimbangkan kemampuan perusahaan, kontribusi karyawan dan “*job valuenya*”. Seluruh karyawan tetap juga mendapat fasilitas pengobatan, perawatan rumah sakit dan pensiun. Setiap tahun, Astra melakukan evaluasi atas system remunerasi melalui survei guna menjamin bahwa paket remunerasi yang diterima kompetitif dan selaras dengan perkembangan pasar.

Kode EC6

Astra menyelenggarakan program *Traininig* dan pembinaan UKM YDBA.

Kode EC8

Astra telah memprakarsai program IGA dengan membina kalangan wanita di sekitar instansi Astra untuk menjahit kain majun, yang akan digunakan sebagai kain pembersih dalam kegiatan operasional sehari-hari di berbagai pabrik dan bengkel Astra di kawasan Sunter.

Kode EC9

PT Astra Agro Lestari Tbk (AAL) melaksanakan program kemitraan, plasma dan program IGA sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan pada bidang Ekonomi. Pada program kemitraan, AAL senantiasa menerapkan kebijakan melibatkan masyarakat sebagai mitra bisnis andalan, sehingga keberadaan Perseroan memberikan lebih banyak manfaat kepada masyarakat dan daerah dengan banyaknya jenis usaha yang tumbuh dan berkembang di daerah operasi perkebunan kelapa sawit yang dikelolanya.

2. Indikator Kinerja Lingkungan

Kode EN1

Untuk mengukur pencapaian pelaksanaan kebijakan tersebut, PT Astra International Tbk melakukan pemantauan yang dilaksanakan secara berkala. Hasil pemantauan tersebut terdiri dari nilai pencapaian agregat secara keseluruhan oleh Grup Astra serta ukuran yang dihasilkan berdasarkan 6 lini bisnis. Untuk tahun Dibandingkan dengan tahun 2010, rata-rata pemakaian sumber daya alam dan 69 energy pada tahun 2011 terlihat lebih besar. Namun hal tersebut lebih disebabkan oleh adanya ekspansi bisnis dan peningkatan produksi dalam tubuh Grup Astra. Jika dihitung terhadap satuan produk, rata-rata terjadi penurunan air, listrik, solar dan oli persatuan produk ditahun 2011 dibanding tahun 2010. Berikut adalah data pemakaian sumber daya alam dan 69 energy per produk berdasarkan masing-masing grup bisnis untuk tahun 2011.

Pengamatan yang telah peneliti uraiakan di atas. Hasil dari pengamatan tersebut, sesuai dengan standar kriteria pelaporan berkelanjutan GRI yang memuat aspek ekonomi, lingkungan, social.

Indeks Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI Indikator

No	Indikator	Nilai
1.	<i>Economic Performance Indicators</i>	
	<i>a. Aspect Economic Performance</i>	4
	<i>b. Aspect Market Presence/keberadaan pasar</i>	2
	<i>c. Aspect Indirect Economic Im Pacts</i>	2
2.	<i>Environmental Performance Indicators</i>	
	<i>a. Aspect Materials</i>	1
	<i>b. Aspect Energy</i>	5
	<i>c. Aspect Water</i>	3

	<i>d. Aspect Biodiversity</i>	15
	<i>e. Aspect Producta and Services</i>	1
3.	<i>Labor Practices and Decebt Work Performance Indicators</i>	
	<i>a. Aspect Employment</i>	3
	<i>b. Aspect Occupational Helath and Safety</i>	3
	<i>c. Aspect Training and Education</i>	1
	<i>d. Aspect Diversity and Equal Opportunity</i>	2
4.	<i>Human Rights Performance Indicators</i>	
	<i>a. Aspect Investment and Procurement Practies</i>	2
	<i>b. Aspect Non Discrimination</i>	1
	<i>c. Aspect Child Labor</i>	1
5.	<i>Society Performance Indicators</i>	
	<i>a. Aspect Community</i>	1
6.	<i>Product Responsibility Performance Indicators</i>	
	<i>a. Aspect Customer Health and Safety</i>	
	<i>b. Aspect Product and Service Labeling</i>	1
	<i>c. Aspect Marketing Communications</i>	2
		1
	Total	51

Persentase keterungkapan indikator-indikator CSR sebagai berikut: secara global laporan CSR PT. Astra International, Tbk mengungkapkan 65% dari aktivitas-aktivitas bisnis selama tahun 2011. Untuk indikator ekonomi memperoleh 10%, indikator lingkungan sebesar 32%, indikator praktek tenaga kerja mencapai 12,8%, indikator hak asasi manusia memperoleh 5,1%, indikator sosial masyarakat sebesar 1,2%, dan indikator tanggung jawab produk sebesar 5,1%.

Lain hal terdapat indikator-indikator tidak terungkap di laporan berkelanjutan PT. Astra International, Tbk tahun 2011, antara lain pada aspek ekonomi EC7 tentang prosedur untuk penyewaan dan proporsi dari manajemen senior dari komunitas lokal berdasar lokasi usaha, aspek lingkungan EN20 tentang NO, SO dan emisi udara lainnya yang signifikan berdasarkan tipe dan berat, EN27 tentang persentase dari produk yang terjual dan materi pengepakan berdasarkan kategori, EN28 tentang nilai moneter dan total sanksi jumlah non moneter untuk ketidaktaatan pada aturan dan hukum lingkungan, EN30 tentang jumlah pengeluaran perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan tipe, Indikator Pekerja kode LA5 tentang periode catatan minimum berdasarkan perubahan operasional termasuk yang dispesifikasikan dalam persetujuan kolektif, LA10 tentang rata-rata angka dari training per tahun per karyawan berdasarkan kategori karyawan, LA15 hasil evaluasi kinerja karyawan per jender, Aspek sosial kode HR1 tentang persentase dari jumlah perjanjian investasi termasuk pasal HAM, HR3 tentang jumlah jam yang detraining berdasarkan prosedur yang berlaku, HR9 tentang jumlah insiden terhadap pelanggaran, SO6 tentang total nilai keuangan dan kontribusi pada partai politik, SO7 tentang jumlah aksi hokum untuk perilaku anti kompetitif, SO8 tentang nilai moneter dan sanksi non moneter, PR4 tentang jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap regulasi yang berdampak

pada label produk, jasa, PR7 tentang total insiden ketidakpatuhan terhadap regulasi berdasar komunikasi pemasaran, PR9 tentang nilai moneter untuk ketidakpatuhan berdasar hukum regulasi *concerning* provisi dan penggunaan produk dan jasa.

Berdasarkan konsep *sustainability* laporan CSR Astra telah menunjukkan akuntabilitas, menunjukkan peningkatan kerja, membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, menunjukkan manajemen keberlanjutan, dan menunjukkan kondisi kinerja. Beberapa indikator yang tidak tersertakan dalam laporan berkelanjutan dimungkinkan karena Astra belum memberlakukan indikator-indikator tersebut.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian yang telah diulas pada bab IV maka peneliti dapat menarik beberapa simpulan dan saran-saran mengenai pola pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Astra.

5.1. Simpulan

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang telah diolah, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan dari riset ini, yaitu:

1. Hasil peninjauan pelaksanaan CSR Astra yang berjalan sepanjang tahun 2011 menunjukkan kesolidan yayasan-yayasan Group Astra dalam mengelola sumber daya CSR dengan efektif. Karakteristik CSR Astra terletak pada fungsi dari yayasan-yayasan yang dibentuk. Untuk kemudian mendistribusikan bantuan-bantuan CSR kepada masyarakat.
2. Sesuai dengan konsep pelaporan aktivitas CSR, *The Sustainability* yang disusun PT. Astra International, Tbk menunjukkan indikator ekonomi memperoleh 10%, indikator lingkungan sebesar 32%, indikator praktek tenaga kerja mencapai 12,8%, indikator hak asasi manusia memperoleh 5,1%, indikator sosial masyarakat sebesar 1,2%, dan indikator tanggung jawab produk sebesar 5,1%. Keterungkapan secara global laporan CSR Astra 65%. Hal tersebut menunjukkan kesesuaian standar sebuah laporan berkelanjutan perseroan terbatas.

5.2. Saran

1. Perlu adanya teori yang melandasi penyusunan laporan berkelanjutan. Sehingga maksud dari per point dapat dengan mudah diketahui latar belakangnya.
2. Penelitian lanjutan mesti dikembangkan variable yang spesifik mengenai konsep laporan berkelanjutan dilihat dari sisi fleksibilitas kebijakan korporasi.

DAFTAR PUSTAKA

Bowen, Howard, 1953. *Social Responsibility of The Businessman*, New York

Dewi Astuti, Rifelly. 2001. Pengantar Bisnis. Utama Pustaka: Jakarta

Epstein, Marc J. 2008. Making Sustainability Work Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental, and Economic Impact. Green Leaf Publishing Limited. [situs Amazon] [Online]. Dapat diperoleh di <http://www.amazon.com/Making-Sustainability-Work-Practices>

Friedman M. 1970. The Social Responsibility Of Business is to Increase its Profit,

<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

Kartini, Dewo. 2009. CSR Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. Refika Aditama: Bandung

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian. Alfabeta: Bandung

Environmental/dp/1576754863#reader_1576754863

Jalal. 2012. Lingkar Studi CSR. www.csrindonesia.com

PT. Astra International, Tbk. 2011. Laporan Berkelanjutan. Jakarta