



Vol. 2 - Nomor 4, November 2007 ISSN : 1907 - 381X

EKSPLANASI

Media Komunikasi Ilmiah Kopertis Wilayah VI

Diterbitkan Oleh :
Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah

EKSPLANASI

Media Komunikasi Ilmiah Kopertis Wilayah VI

Pemimpin Redaksi :
Drs. M. Fauzan, SH, MS.

Dewan Redaksi :

Prof.Dr. Pahlawansyah Harahap, SE, M.Ek.
Prof.Dr. Sarsintorini Putra, SH.MH
Prof.Dr. AY. Soegeng
Prof.Dr. Budi Widianarko
Dr. Suwandi, M.Pd.
dr. H. Iwang Yusuf, M.Si.
Drs. Bagus Priyatno, ST,MT.

Sekretariat Dewan Redaksi :
Sumarno, SE, M.Si.
Drs. Teguh Supratikto
Triyono

Alamat Redaksi :
Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah
Jln. Pawiyatan Luhur I/No. 1
Telp 024-8317281 Fax 024-8311273
E-mail : Kopertis6@kopertis6.or.id

Majalah Eksplanasi
Terbit 2 nomor pertahun (April dan September)

----- **DAFTAR ISI** -----

	Halaman
Osteoporosis Utari	1 - 11
Gambaran Pemberian Dosis Kadar Arsen Trioksida Peroral Pada Tikus Putih (<i>rattus norvegicus</i>) Jantan Galur Wistar Berdasarkan Waktu Kematian Titiek s. dan Setyo	12 - 21
Perancangan Proses Kimia Berwawasan Lingkungan : Konsep, Implementasi dan Tantangannya Herman Yoseph Sriyana	22 - 32
Optimasi Penyalut Eudragit R1 100 dan <i>Plasticizer</i> Peg 6000 Granul Teofilina Lepas Terkendali Endang Diyah Ikasari	33 - 44
Interpretation Of Single-Well Pumping Test In Fractured Rock Aquifer Ni Nyoman Nepi Marleni	45 - 64
Peri Kualitatif Persamaan Differensial Terpilah Untuk Gelombang Kejut Sunami Nugroho widiasmadi	65 - 75
Pengaruh Kemampuan Intelektual dan Kemampuan Emosional Terhadap Kinerja Auditor Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pascah Ika N., Lieli Suharti dan Trianto Eka Laksana	76 - 97
Keputusan Pendanaan : Pandangan dan Praktek Para Pengusaha Pada Perusahaan Mebel yang Berorientasi Ekspor Di Jepara Adikrist Joang Patria dan Hardi Utomo	98 - 112
<i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Kepada Masyarakat Winarsih	113 - 124
Penggunaan Bahasa Asing Dalam Konteks Pendidikan Bahasa di Indonesia : Beberapa Isu Central Suwartono	125 - 131
Efisiensi Pada Industri Pariwisata Kabupaten Jepara Hastarini Dwi Atmanti	132 - 142

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN KEPADA MASYARAKAT

Oleh:

Winarsih

Dosen Tetap STIE BPD Jawa Tengah

ABSTRACT

The main goal of business activities is to get optimal profit to maximize corporate value of stakeholders. In line with the development of environment, there is pressure for companies to play their social roles to increase people and other stakeholders. Thus, the value of stakeholders is not the only priorities in running their business. CSR covers not only to maximize the value of stakeholders, but also involves the broader coverage, that is organizational relationship with people, environment issue, condition of workplace and sufficient with standard for companies quality insurance for the customers as well as social investment of companies. That's why in running their business, companies can combine social mutual benefits giving convenience in relation between companies and people. CSR constitute unseparated part of companies operation, especially in suborn. If companies in running their business just base on business instinct, it is possible that there will be no care of people. If it is happened, the failure of companies can threat the people existence in the future.

PENDAHULUAN

Peraturan pasar modal di Indonesia yang tertuang dalam Surat keputusan Bapepam No. Kep. 38/PM/1996, terkait dengan pengungkapan dalam laporan keuangan membagi pengungkapan menjadi dua jenis, yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela.

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan cukup dipaksakan oleh pemerintah kepada perusahaan sebagai bentuk intervensi pemerintah untuk mengatasi adanya potensi kegagalan pasar. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, yaitu ikhtisar data keuangan penting, analisis dan pembahasan umum oleh manajemen, laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan manajemen (Keputusan Ketua Bapepam No. Kep 38/PM/1966). Selain itu, pengungkapan wajib juga diatur oleh Ikatan Ahli Akuntansi (IAI) dalam Pedoman Standar Akuntansi (PSAK) No.1, yang merupakan revisi tahun 1998, paragraf tujuh yang menjelaskan bahwa komponen dalam laporan keuangan yang wajib diungkapkan adalah: (a). Neraca, (b). Laporan Laba Rugi, (c). Laporan Perubahan Ekuitas, (d). Laporan Arus Kas, (e). Catatan Laporan Keuangan. Pengungkapan wajib dapat digunakan sebagai informasi yang dapat digunakan oleh investor.

Pengungkapan sukarela merupakan perwujudan dari pengungkapan yang diperluas dan merupakan salah satu kebijakan yang dikemukakan oleh perusahaan sendiri, yang mendasarkan pada pertimbangan biaya dan manfaat.

Pada awalnya program CSR bersifat suka rela dan dilaksanakan atas dasar kemauan pemilik perusahaan untuk berbuat baik kepada lingkungan dimana perusahaan berada. Namun, program CSR berkembang sedemikian rupa sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari bisnis, yang diyakini merupakan investasi di masa depan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan merupakan isu baru dalam dunia bisnis. Tujuan utama dari kegiatan bisnis adalah pada awalnya adalah untuk memperoleh laba yang optimal demi memaksimalkan nilai bago para pemegang saham. Namun seiring dengan perkembangan zaman, muncullah tekanan-tekanan yang semakin besar agar perusahaan juga memainkan peran sosialnya yang lebih nyata guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan *stakeholders* lainnya, sehingga nilai pemegang saham tidak menjadi satu-satunya prioritas dalam mejalan perusahaan. Pandangan ini sesuai dengan pendapat ekonom liberal Milton Friedman, yakni tanggungjawab sosial tunggal bagi dunia bisnis adalah meningkatkan keuntungan (Nusantara, 1992 : 12-14). Adanya perkembangan zaman, perusahaan dituntut untuk melakukan kewajiban-kewajiban social kepada lebih banyak *stakeholders*, tidak hanya sekedar tanggung jawab ekonomisnya kepada *stakeholders* tetapi juga di dalam dan melalui interaksi langsung dengan tenaga kerja dan konsumen, maupun yang tidak langsung yaitu dengan masyarakat yang bermukim di sekitar lokasi perusahaan.

Dari hal tersebut di atas terbesit pertanyaan apakah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sifatnya wajib atau sukarela dan seberapa pentingkah bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep CSR memiliki banyak definisi, dimana sejumlah definisi berorientasi pada tuntutan normatif perusahaan, sehingga menyoroti CSR sebagai bentuk tanggung jawab. Sebagian lain memandang CSR merupakan kesadaran positif perusahaan atau bentuk peran dan komitmen perusahaan.

Pada dasarnya program CSR berhubungan dengan masyarakat, isu lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar kerja yang layak bagi perusahaan, penjaminan mutu produk bagi konsumen, maupun investasi sosial perusahaan.

Pada hakekatnya hubungan dan kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat adalah hal yang mutlak, jika ada satu pihak yang dirugikan maka pihak tersebut melakukan hal yang dapat mengembalikan haknya. Misalnya adanya demonstrasi para buruh kepada manajemen agar haknya dipenuhi atau adanya tuntutan masyarakat terhadap perusahaan yang menuntut perusahaan untuk memperhatikan lingkungannya dan tidak membuang limbah sembarangan,

yang dapat menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Seiring dengan hal tersebut dan dengan semakin tingginya persaingan dalam dunia bisnis menyebabkan informasi yang disampaikan perusahaan semakin luas, tidak hanya sekedar posisi keuangan perusahaan saja. Perluasan informasi yang disampaikan perusahaan ini didasarkan oleh tuntutan pihak luar yang berkepentingan atas perusahaan meliputi posisi keuangan ataupun posisi non keuangan, seperti: hubungan dengan karyawan, lingkungan energi, kesehatan dan keselamatan kerja, dan lain-lain.

Di Indonesia mengenai informasi tambahan (laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan) dalam laporan keuangan, dimana tambahan informasi tersebut berupa penerjemahan objek non keuangan dalam laporan keuangan. Laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan ini terkait dengan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan terhadap karyawan, masyarakat dan lingkungan yang cukup besar. Apabila dampak tersebut tidak diperhailkan dengan baik, maka dampak yang bersifat negatif akan terakumulasi dan semakin memburuk serta sulit untuk dikendalikan, yang disebut *externalities* (Sofyan S H, 2005: 347). Dampak *externalities* yang terlalu besar terhadap kehidupan masyarakat menyebabkan gelombang dari masyarakat yang menuntut agar perusahaan dapat mengontrol dampak negatif tersebut yang tidak diperhitungkan oleh pelaku bisnis. Oleh karena itu muncul ilmu akuntansi social yang mencatat, mengukur dan melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan dampak luar tersebut.

Stakeholder sebagai saasaran CSR

Siapa saja yang akan menjadi stakeholders CSR, merupakan isu normative. Sebagiain menyatakan bahwa stakeholder dalam hal ini adalah masyarakat di sekitar lokasi perusahaan. Masyarakat merupakan pihak yang cenderung menerima dampak baik secara langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan.

CSR : ManfaaT dan Biaya Bagi Perusahaan.

Pertimbangan manajemen untuk mengungkapkan informasi secara sukarela mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh faktor biaya dan manfaat. Manajemen akan mengungkapkan informasi secara sukarela bila manfaat yang diperoleh dari pengungkapan informasi tersebut lebih besar dari biayanya (Bambang Suripto, 1999 : 1-17). Manfaat yang diperoleh perusahaan dari pengungkapan secara sukarela menjadikan biaya modal lebih rendah karena informasi tesebut berguna dalam pengambilan keputusan dan membantu para investor dan kreditor untuk memahami resiko investasi. Biaya pengungkapan informasi oleh perusahaan dapat digolongkan kedalam biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya pengungkapan langsung adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengembangkan dan menyajikan informasi. Biaya tersebut meliputi: biaya pengumpulan biaya pemrosesan infromasi, biaya pengauditan (bila diperlukan) dan biaya penyebaran informasi. Biaya pengungkapan tidak langsung adalah biaya-biaya yang timbul akibat diungkapkannya dan atau tidak diungkapkannya informasi. Biaya tersebut meliputi: biaya litigasi dan *proprietary cost* (biaya *competitive disadvantage* dan biaya politik). Biaya litigasi timbul karena pengungkapan informasi yang tidak

mencukupi atau pengungkapan informasi yang menyesatkan. Kerugian persaingan dari pengungkapan informasi terjadi bila informasi yang diungkapkan melemahkan daya saing perusahaan karena informasi tersebut digunakan oleh pesaing untuk memperkuat daya saing mereka. Biaya politik terjadi bila praktik pengungkapan perusahaan memicu regulasi oleh pemerintah.

Besarnya biaya dan manfaat pengungkapan informasi tertentu berbeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Biaya langsung pengungkapan informasi bagi perusahaan yang besar akan lebih rendah karena terdapatnya unsur biaya tetap. Kerugian persaingan yang diakibatkan oleh pengungkapan informasi mengenai riset dan pengembangan lebih besar untuk perusahaan yang bergerak dalam industri obat dibanding dengan perusahaan dalam industri lain.

Berkaitan dengan kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan, maka Gray et al. (1995b) dalam Muhammad Rizal (2004) mengungkapkan bahwa ada tiga penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yaitu :

a. *Decision usefulness studies*

Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti, dimana peneliti menemukan bukti bahwa informasi sosial sangat dibutuhkan oleh *users* seperti analis, banker, dan pihak lain yang terlibat. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa aktivitas sosial perusahaan pada posisi *moderately important*.

b. *Economics theory studies*

Penelitian dalam *Corporate Responsibility reporting* ini didasarkan pada *economic agency theory* dan *counting positivism theory* yang menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain, namun, pengertian *users* tersebut telah berkembang menjadi seluruh inters group perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholders*)

c. *Social and political theory studies*

Penelitian ini menggunakan teori stakehoders, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori stakeholders mengasumsikan bahwa perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para stakeholders dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi stakeholders, semakin besar kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan *stakeholders*-nya. Teori legitimasi organisasi mengasumsikan bahwa suatu kondisi/status yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan nilai sistem dari sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata/potensial ada diantara kedua sistem nilai tersebut maka akan muncul ancaman legitimasi perusahaan, sehingga berdasar teori legitimasi organisasi perusahaan tidak dapat lepas dari nilai dan sistem sosial yang ada di dalam lingkungan dimana perusahaan itu berdiri.

Teori ekonomi politik dalam Muhammad Rizal (2004) menjelaskan bahwa perusahaan meyakini kekuasaan ekonomi dan politik yang dimilikinya mempunyai hubungan dengan kepentingan yang bersumber dari lingkungan sosial, bukan hanya semata dari pasar. Konsekuensinya perusahaan harus berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial.

Nani Ekasari dalam Aufa Madani (2007) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu :

1. *Basic Responsibility (BR)*

Pada tingkatan pertama, tanggung jawab perusahaan muncul karena keberadaan perusahaan tersebut, seperti perusahaan harus memenuhi standar kesehatan, mematuhi peraturan yang berlaku, mematuhi hukum, membayar pajak dan memuaskan pemegang saham. Apabila pada tingkatan ini tidak dipenuhi, maka akan timbul dampak yang serius.

2. *Organizational Responsibility (OR)*

Pada tingkatan kedua, menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan adalah untuk memenuhi perubahan kebutuhan “*stakeholders*”, seperti pekerja, pemegang saham dan masyarakat sekitar.

3. *Societal Responses (SR)*

Pada tingkatan ketiga, menunjukkan bahwa adanya interaksi antar bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang sedemikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan. Hal ini terlihat dari apa yang terjadidalam lingkungannya secara keseluruhan, atau dengan kata lain perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial yang bersangkutan dengan perusahaan tersebut.

PEMBAHASAN

Di Indonesia, pengungkapan social yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela, sehingga perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggaraan pasar modal. Keluasan tersebut menyebabkan terjadinya keragaman dalam luas ungkapan diantara perusahaan publik (Marwata, 2001: 155-173). Singhvi dan Desai (1971) dalam Muhammad Rizal (2004: 54-70) menyatakan bahwa keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh entitas yang dikelola oleh manajer yang memiliki filosofis manajerial yang berbeda dan keluasan yang berbeda dan keluasan dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan laporan kantor akuntan Ernst & Ernst (1971) dalam Sofyan S H (2005: 363) dan juga Hackston dan Milne (1999) dalam Eddy R S (2006: 69-85) yang telah melakukan penelitian tentang keterlibatan social perusahaan, menyimpulkan item-item umum yang dan relevan diungkapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu :

- a. Lingkungan, meliputi : pengendalian polusi dan pengembangan riset untuk pengurangan polusi; pernyataan perusahaan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi,

- pengecehan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, seperti: reklamasi daratan atau reboisasi; konservasi sumber-sumber alam; penggunaan materi daur ulang; menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan; merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan; kontribusi memperindah lingkungan; kontribusi dalam pemugaran benda sejarah; pengolahan limbah; memonitor dampak lingkungan perusahaan dan melakukan perlindungan terhadap lingkungan hidup,
- b. Energi, meliputi: penggunaan energi secara efektif dan efisien; memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi; mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang; membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi; pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk; melakukan riset terkait dengan peningkatan efisiensi energi dan mengungkapkan kebijaksanaan energi perusahaan,
 - c. Kesehatan dan keselamatan kerja, meliputi: mengurangi pousi, iritasi, atau resiko di lingkungan kerja; mempromosikan keselamatan kerja dan kesehatan tenaga kerja; mengungkapkan statistik kecelakaan kerja; menaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja; menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja; menetapkan komite keselamatan kerja; melaksanakan riset terkait dengan peningkatan keselamatan kerja; melaksanakan riset terkait dengan peningkatan keselamatan kerja; mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
 - d. Lain-lain tentang tenaga kerja, meliputi: perekrutan tenaga kerja wanita atau cacat; mengungkapkan persentase jumlah tenaga kerja wanita atau cacat; mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita atau cacat; pelatihan tenaga kerja; memberi bantuan keuangan kepada tenaga kerja; mendirikan pusat pelatihan tenaga kerja; mengungkapkan bantuan terhadap tenaga kerja yang mengundurkan diri; pengungkapan rencana kepemilikan rumah; pengungkapan fasilitas untuk rekreasi; pengungkapan prosentase gaji untuk pensiun; pengungkapan kebijakan penggajian perusahaan; pengungkapan jumlah tenaga kerja perusahaan; pengungkapan tingkat manajerial; pengungkapan disposisi staf dimana staf ditempatkan; pengungkapan jumlah staf dan masa kerjanya; pengungkapan statistik tenaga kerja; pengungkapan kualifikasi perekrutan tenaga kerja; pengungkapan rencana pembagian keuntungan; pengungkapan hubungan tenaga kerja dengan manajemen; pengungkapan informasi stabilitas tenaga kerja; membuat laporan tenaga kerja secara terpisah; melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh; melaporkan gangguan dari aksi tenaga kerja; mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan; peningkatan kondisi kerja secara umum; informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja; dan informasi mengenai statistik tenaga kerja,
 - e. Produk, meliputi: informasi pengembangan produk; Pengeluaran riset untuk pengembangan produk; pengungkapan riset untuk memperbaiki produk; standar keselamatan; membuat produk lebih aman untuk konsumen; peningkatan kebersihan dalam pengolahan produk; keselamatan produk perusahaan; informasi mutu produk dicerminkan dengan menerima penghargaan; peningkatan mutu,

- f. Keterlibatan masyarakat, meliputi: sumbangan tunai yang mendukung aktivitas masyarakat; tenaga kerja paruh waktu; sponsor proyek kesehatan; membantu riset medis; sponsor dalam konferensi pendidikan dan seminar; membiayai program beasiswa; mensponsori kampanye nasional; mendukung industri lokal.
- g. Umum, meliputi: pengungkapan tujuan perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan informasi lain yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Namun, sejumlah penelitian di Indoensia menunjukkan fenomena masih bermasalahnya praktik etika bisnis dan CSR. Sementara sebagian lainnya memandang CSR merupakan kesadaran positif perusahaan atau sebagai bentuk peran dan komitmen perusahaan. Ada empat bentuk tanggung jawab perusahaan ke pihak eksternal stakeholdersnya, yaitu *economic legal, ethical, discretionary* (Vos, 2003: 141-152).

Economics responsibility merujuk pada upaya memperoleh profit maksimal. *Legal responsibility* merupakan upaya perusahaan harus memenuhi ketentuan hukum yang berlaku. Tanggung jawab etis, merupakan cerminan sikap adil yang sepantasnya diberikan kepada *stakeholder*, misalnya dalam isu ras dan gender. Sedangkan *discretionary responsibilities* merupakan tindakan sukarela perusahaan dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat perusahaan menjadi warga Negara yang baik (Pearce and Robinson, 2005 : 50)

Mereview literature CSR (Jonker, 2005 : 19-22), menyimpulkan bahwa CSR berkaitan dengan posisi dan fungsi perusahaan. Dalam masyarakat kontemporer. CSR berada pada batas antara eksistensi perusahaan dan konteks atau lingkungan di sekitarnya. Dalam tantangan social modern, CSR makin nyata dan tidak bisa menghindar.

Masyarakat tentunya menghendaki bisnis yang dijalankan perusahaan haruslah etis dan menuntut pihak perusahaan dan pemiliknya untuk melaksanakan CSR dan berperilaku etis. Oleh karena itu, seorang manajer dituntut dapat menjalankan perannya sebagai “agen moral” dalam menentukan tindakan yang tepat bagi perusahaan, yang mampu mempertanggungjawabkan segala dampak yang ditimbulkan, sehingga tidak merugikan masyarakat dimana perusahaan beroperasi.

Pencapaian profit optimum memang dipandang sebagai aspek yang mendasar bagi perusahaan dalam kegiatan bisnisnya. Tetapi hal tersebut sulit direalisasikan jika tanpa adanya pengakuan dari masyarakat. Pengakuan atau legitimasi masyarakat atas keberadaan perusahaan merupakan fenomena yang semakin tidak bisa dikesampingkan, mengingat pengakuan tersebut akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka panjang, yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan sesuai dengan harapan perusahaan. Di sisi masyarakat, berharap adanya perusahaan yang beroperasi di lingkungan penduduk tersebut dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Masyarakat sebagai entitas social mengharapkan adanya perhatian dan dukungan melalui aktivitas perusahaan (Zairi, 2000 : 172-178), sehingga tidak hanya dari lembaga pemerintah atau lembaga non profit.

Dari harapan perusahaan dan harapan masyarakat tersebut, menjadi fondasi integratif bagi berkembangnya CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan juga memerlukan eksistensi masyarakat dalam kegiatan operasinya dan menganggap masyarakat sebagai bagian integral dari orientasi bisnisnya. Oleh karena itu toleransi dan saling mendukung kedua belah pihak tersebut sangat diperlukan agar kedua pihak dapat merealisasikan harapannya.

Perusahaan sering kali hanya berfikir berapa profit yang bisa diperoleh tanpa memperhatikan berapa biaya yang harus ditanggung oleh masyarakat, terlebih penduduk di sekitar lokasi perusahaan. Salah satu faktor yang memungkinkan keuntungan perusahaan terjadi adalah karena tidak dilakukannya kalkulasi akuntansi atas biaya-biaya eksternal atau biaya-biaya sosial yang ditanggung oleh masyarakat yang tidak dibayar perusahaan. Masyarakat sendiri, kadang-kadang tidak menyadari hal tersebut, karena ketidaktahuan masyarakat adanya dampak-dampak yang ditimbulkan adanya keberadaan perusahaan tersebut dan hanya sebatas pada kebutuhan akan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Estes (2005) mengidentifikasi ada sejumlah biaya publik yang ditanggung oleh stakeholder khususnya penduduk lokal, misalnya polusi air yang menyebabkan kanker, polusi udara yang menyebabkan kulit gatal-gatal, gangguan penglihatan, dan lain-lain. Tidak jarang akibat yang ditanggung masyarakat memicu timbulnya konflik antara perusahaan dengan masyarakat yang pada akhirnya muncul sikap resisten masyarakat atas kebijakan dan tindakan perusahaan. Hal ini wajar terjadi, namun apabila konflik tersebut tidak segera diatasi akan menjadipersoalan serius, mengingat interaksi antara masyarakat dengan perusahaan bersifat intens karena dalam keadaan hidup secara berdampingan. Akibatnya akan terjadi demonstrasi, pemboikotan, perusakan fasilitas, dan lain-lain yang menjurus adanya tindakan anarkis, jika penanganan konflik tidak ditangani dengan bijak.

Dampak-dampak yang mungkin timbul adanya keberadaan perusahaan di suatu daerah adalah sebagai berikut:

1. Berkurangnya sumber air

Kehadiran perusahaan disamping membawa dampak positif terjadi pula dampak negatif, misalnya berkurangnya ketersediaan air. Beroperasinya perusahaan secara penuh berimplikasi pada eksploitasi air dalam jumlah besar akibatnya ketersediaan air bagi masyarakat berkurang.

2. Rendahnya kepedulian pada perekonomian masyarakat dan pengawasan yang berlebihan

Keberadaan perusahaan diharapkan dapat bekerja sama dengan masyarakat dari hasil pertanian, maupun hasillainnya untuk meningkatkan taraf hidup, namun tidak semua masyarakat mendapat kesempatan. disamping itu, hilangnya fungsi publik yang semula bisa diakses oleh masyarakat, termasuk untuk lahan beternak. Padahal ternak merupakan salah satu sumber penghidupan masyarakat desa dan sebagai bentuk investasi. Adanya pembatasan akses atau bahkan tidak diperbolehkannya penduduk lokal untuk mengambil rumput sebagai pakan ternak, secara tidak langsung perusahaan dapat memandang mematikan sumber ekonomi penduduk. Pengawasan yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat desa membuat penduduk lokal tidak simpati terhadap perusahaan.

3. Hilangnya jalan setapak dan terancamnya fungsi pembangunan kerekatan sosial. Penutupan jalan setapak menyebabkan kerugian masyarakat dan dapat berimbas pada gangguan fungsi dan relasi social diantara penduduk makin maraknya ketidakpuasan masyarakat dengan adanya keberadaan perusahaan menyebabkan berbagai tindakan dari masyarakat yang dapat merugikan perusahaan, sehingga kestabilan operasi perusahaan menjadi terganggu.

KESIMPULAN

Hadirnya perusahaan di tengah masyarakat secara potensial mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dari berbagai aspek, antara lain dapat mendorong kemajuan perekonomian masyarakat melalui pengembangan usaha ekonomi rakyat, pengembangan sumberdaya manusia, yang pada akhirnya kualitas kehidupan masyarakat secara umum dapat meningkat. Oleh karena itu keberadaan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya dituntut untuk tidak hanya eksis dan well-performanced dalam berbisnis, tetapi seharusnya mampu mencapai kehidupan social yang hormanis dengan stakeholders, sehingga mendorong terciptanya *mutual benefits* yang memberikan hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat.

Setiap perusahaan perlu merumuskan secara tepat bagaimana konsep CSR dan bagaimana program CSR diimplentasikan, sehingga CSR terhadap masyarakat perlu dipertimbangkan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan operasional perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufa Madania, 2007."Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta Tahun 2004 dan 2005" Skripsi, STIE Bank BPD Jateng, Semarang.
- Bambang Suropto, 1999 "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap luas Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan." Simposium Nasional Akuntansi IIIAI-KAPd. September.
- Jonker, J, 2005 CSR Wonderland."Navigation Between Movement, Cmmunity and Organization", JCC, 20 (Winter)
- John R. Schermerhorn, 1993, Management for Productivity, New York: John Wiley & Sons
- Muhammad Rizal, 2004. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Perusahaan Go Public di Indonesia. "BALANCE,2.September
- Nusantara, A..H.G.,1992 : "Mengapa Harus Ada Tanggung Jawab Sodial Perusahaan", Manajemen dan Usahawan, No.X tahun XXI, Oktober.
- Sofyan Safri Harahap, 1993. Teori Akuntansi. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada,

Vos J.F.J., 2003, "Corporate Social Responsibility an The Identificaton of Stakeholders Corporate Social Responsibility and Environmental Management", 10.

Zairi, M., 2000, "Social Responsibility and Impact On Society The TQM Magazine". Vol.12, Number 3, 2000.

Ikatan Akuntansi Indonesia, 2002, "Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan,Jakarta, Penerbit Salemba Empat.