

## PAPER NAME

**Perspektif Corporate Social Responsibility di Perusahaan Keluarga: Survei Perusahaan Keluarga di Sem**

## AUTHOR

**Monika Palupi Murniati**

## WORD COUNT

**5162 Words**

## CHARACTER COUNT

**26534 Characters**

## PAGE COUNT

**12 Pages**

## FILE SIZE

**1.5MB**

## SUBMISSION DATE

**Jul 8, 2023 8:25 PM GMT+7**

## REPORT DATE

**Jul 8, 2023 8:25 PM GMT+7**

### ● 0% Overall Similarity

This submission did not match any of the content we compared it against.

- 0% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 0% Publications database
- Crossref Posted Content database

### ● Excluded from Similarity Report

- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Cited material

## Perspektif Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Keluarga: survei Perusahaan Keluarga Di Semarang

Ranto P. Sihombing

Monika Palupi

Stephana Dyah Ayu

Vena Purnamasari

Clara Susilawati

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

rantopartomuan@gmail.com

### *Abstract*

*The study conducted about Corporate Social Responsibility (CSR) has been done, namely Sembiring (2005) that examined the characteristics of corporate and social responsibility disclosure on Indonesia Stock Exchange. In addition, Anggraini (2006) has also examined the factors of social disclosure on companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Both studies were conducted using financial data public company are easily obtained and analyzed. However, research on family companies which aims to find out if companies implement CSR and what are the factors that drive companies to implement CSR has never been done. It also encourages researchers to investigate how the application of social and environmental responsibility in the family company. The result of this research, it was obtained, first, the family company in Semarang has implemented CSR from the aspect of profit, planet, people, and procedural aspects. Companies have set aside some profit for CSR. The company also has made programs that positively impact the environment, and has had a policy that protects the rights of employees. But in terms of not well-monitored implementation yet because not involve a third party. Secondly, the reason companies implement CSR diverse. Mostly, they did because business ethics. The implications of this study are the results of this study can be used as the basis for regulatory decision-making in this case local governments to develop any activity that may be required for companies to conduct and report on CSR activities, especially in the family company. With hoping is to create harmonization between the company, the environment and stakeholders in order to realize sustainable development.*

**Keywords:** *corporate social responsibility, family companies, business ethics, harmonization, sustainable development*

### PENDAHULUAN

Isu mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan atau yang lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR), telah menggeser pandangan pengelolaan

organisasi bisnis. Pandangan manajemen klasik tentang tanggung jawab perusahaan hanya berorientasi kepada pemilik modal dan kreditur dengan mencapai tingkat laba maksimum. Sedangkan pandangan

manajemen modern berorientasi mencapai laba maksimum yang dihubungkan dengan tanggung jawab sosial perusahaan ke arah keseimbangan antara tuntutan para pemilik perusahaan, kebutuhan para pegawai, pelanggan, pemasok, lingkungan dan juga masyarakat umum. Argumentasi pandangan manajemen modern ini menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan operasionalnya harus berinteraksi dengan lingkungan sosialnya dan sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan, karena semuanya berasal dari lingkungan sosial dimana perusahaan itu berada. Oleh karena itu, perusahaan sebagai organisasi bisnis harus mampu merespon apa yang dituntut oleh lingkungan sosialnya sehingga entitas bisnis dan entitas sosial dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi untuk kepentingan bersama.

Di Indonesia sendiri telah diberlakukan Undang-Undang yang mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi Perusahaan yang terdaftar (*Go public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Undang-Undang (UU) No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74 ayat 1 menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya”. Sedangkan ayat 2 menyatakan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran”. Sebagai konsekuensi kedua ayat tersebut, maka perusahaan berkewajiban pula mengungkapkan tanggung jawab sosial

dan lingkungan dalam laporan tahunan. Sejak diberlakukannya UU tersebut, dari tahun ke tahun semakin banyak perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Namun, bagaimana dengan perusahaan keluarga yang sifatnya tertutup. Apakah perusahaan-perusahaan tersebut memiliki perhatian yang serius terhadap isu tanggung jawab sosial dan lingkungan, padahal aktivitas operasi perusahaan mereka juga berdampak pada lingkungan dan sosial masyarakat. Ditambah lagi adanya karakteristik pengelolaan yang sedikit berbeda dengan perusahaan *go public* yaitu sumber permodalan yang dimiliki berasal dari sebagian atau seluruhnya dimiliki oleh keluarga tertentu. Alasan ini menyebabkan mereka secara hati-hati menggunakan modal yang dimiliki (Devi dan Hemant, 2009). Selain itu, tidak adanya pemisahan pengelolaan antara pemilik modal dan manajemen perusahaan sehingga penggunaan dana untuk melaksanakan CSR bergantung sepenuhnya oleh kebijakan keluarga tertentu.

Penelitian-penelitian yang dilakukan selama ini tentang CSR sudah banyak dilakukan, antara lain oleh Sembiring (2005) yang meneliti karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan BEI. Anggraini (2006) juga meneliti mengenai faktor-faktor pengungkapan informasi sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Kedua penelitian tersebut dilakukan menggunakan data-data keuangan perusahaan *go public* yang mudah diperoleh dan dianalisa. Namun penelitian di perusahaan keluarga yang bertujuan untuk mengetahui apakah perusahaan menerapkan CSR dan faktor-

faktor apa saja yang mendorong perusahaan menerapkan CSR belum pernah dilakukan. Hal ini pula yang mendorong peneliti untuk meneliti tentang bagaimana penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di perusahaan keluarga.

### **KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Perkembangan dan Definisi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**

Hingga dekade 1990, wacana tanggung jawab sosial dan lingkungan terus berkembang. Munculnya KTT bumi di Rio de Janeiro pada tahun 1992 menegaskan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai suatu hal yang harus diperhatikan. Dalam KTT tersebut menyatakan bahwa bukan hanya negara saja yang ikut bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan, tetapi juga kalangan korporasi. Hasil KTT ini diperkuat ketika James Collins dan Jerry Porras meluncurkan *Built To Last; Successful Habits of Visionary Companies* tahun 1994. Melalui riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak uang semata, tetapi juga memperhatikan lingkungan.

Terobosan besar dalam konteks CSR juga dilakukan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya: *Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business*, Elkington mengembangkan konsep *Triple Bottom Line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality and social justice* (Gray, 2001). Lewat konsepnya ini, Elkington melukiskan bahwa perusahaan

yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan *profit, people* dan *planet* (3P). Fokus perusahaan bukan hanya mengejar *profit*, mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut The World Business Council for Sustainable Development (dalam WCED, 1987), CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berperilaku secara etis dan mendukung pembangunan berkelanjutan, bekerjasama dengan karyawan dan perwakilannya, familinya, masyarakat dan komunitas lokal umumnya untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara-cara yang baik.

Suharto (2010) juga mengusulkan definisi CSR agar lebih mudah dipahami dan dapat dioperasionalkan untuk kegiatan audit. CSR didefinisikan sebagai kepedulian perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Dari definisi tersebut, jelas bahwa semua perusahaan harus memiliki komitmen untuk melaksanakan CSR. Tujuannya, agar perusahaan, masyarakat, karyawan, supplier, komunitas lokal dan lingkungan hidup berdampingan secara damai dan berkelanjutan.

### **Pelaporan dan Manfaat Penerapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**

Beberapa negara telah menetapkan

keharusan mengenai perlunya pelaporan CSR, meskipun kesepakatan mengenai alat ukur terhadap kinerja sosial dan lingkungan masih belum dapat dicapai secara bulat. Banyak perusahaan saat ini telah menghasilkan laporan tahunan berdasarkan audit eksternal yang pada umumnya mencakup isu-isu pembangunan yang berkelanjutan dan CSR (Suharto, 2010)

Namun, laporan yang biasa disebut Triple Bottom Line Reports, masih memiliki format yang beragam, baik isi, gaya bahasa, maupun metodologinya, bahkan dalam satu industri yang sama. Sedangkan acuan yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah *Global Reporting Initiative (GRI)*. Laporan yang dihasilkan dari acuan ini sering disebut sebagai *Sustainability Report* atau lebih sering dikenal dengan istilah Laporan Keberlanjutan. Laporan ini biasanya menjadi satu di dalam laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*,
2. Memperkuat *brand positioning*,
3. Meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan,
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi dan mempertahankan karyawan,
5. Menurunkan biaya operasional, dan
6. Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa

penyajian laporan berkaitan aktivitas sosial dan lingkungan memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain meningkatkan citra perusahaan, disukai konsumen dan diminati investor. Bukti-bukti tersebut menunjukkan beragam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan memberikan keuntungan bersama bagi semua pihak, baik perusahaan sendiri, karyawan, masyarakat, pemerintah maupun lingkungan.

### **Faktor Penggerak Kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**

Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia. Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya atau yang terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan CSR (Utama, 2008). Munculnya CSR dalam tren baru di Indonesia disebabkan oleh (Salim, 2006 dalam Stevi, 2008):

1. Kondisi sosial di Indonesia. Secara implisit, korporasi mempunyai tanggung jawab sosial untuk memperkuat kualitas masyarakat dan kohesi sosial dalam keberagaman masyarakat yang lebih luas.
2. Kekayaan Indonesia yang unik dan ekosistem yang beragam membangkitkan CSR untuk memelihara dan melindungi kehidupan yang menunjang ekosistem untuk menjamin ketahanan kehidupan.

Pelaksanaan CSR mempunyai pengaruh yang positif karena CSR bertujuan untuk menghindari konflik. Konflik disini diartikan sebagai pertikaian produk yang berbahaya, lingkungan hidup,

karyawan dan pengaruh-pengaruh sosial, ketidakadilan dalam pembagian sumber alam yang menyebabkan perusahaan harus menerapkan komitmen tingkat tinggi, keterlibatan *stakeholders* dan mencari strategi CSR. Strategi tersebut adalah pernyataan kebijakan CSR dan indikasi pelaksanaan CSR agar menjadi perhatian para *stakeholders*, sehingga dapat menyelesaikan konflik (Rees,2006). Hal ini didukung dengan teori stakeholder (*stakeholder theory*) dan teori *corporate sustainability*.

Teori stakeholder menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi tergantung dari kemampuannya menyeimbangkan berbagai kepentingan stakeholder. Stakeholder yang dimaksud adalah bukan saja pemilik modal dan kreditor, tetapi juga meliputi karyawan perusahaan, konsumen dan masyarakat umum. Sedangkan teori *corporate sustainability* menyatakan bahwa masyarakat dan lingkungan merupakan pilar dasar penentu keberhasilan organisasi sehingga harus selalu diproteksi (Dellportas, 2005).

## METODE PENELITIAN

### Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 1999). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan keluarga yang sifatnya tertutup di kota Semarang. Metoda penyampelan menggunakan metode *Purposive Judgement Sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di kota Semarang (BPPS 2009)
2. Perusahaan memiliki alamat dan nomor

telepon yang jelas.

3. Perusahaan bersedia menjadi sampel penelitian.

### Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan secara khusus dikumpulkan untuk menjawab masalah penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999). Responden penelitian ini adalah para manajer perusahaan yang menangani masalah tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Sesuai jenis datanya yaitu data primer, data penelitian diperoleh dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi secara tidak langsung yaitu dengan meminta responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disediakan dalam bentuk kuesioner.

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999). Kuesioner memungkinkan tiap responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan yang sama.

### Validitas dan Reliabilitas Data

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terhadap sebuah data penelitian, maka terlebih dahulu dilakukan evaluasi terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Evaluasi kualitas data penelitian ini menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan

untuk mengetahui apakah instrumen pengukuran tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengukur konstruk sesuai dengan yang diharapkan peneliti.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (Kaiser's MSA). Kaiser's MSA yang disyaratkan agar data yang terkumpul dapat tepat dilakukan analisis faktor adalah lebih besar dari 0,50 dan tingkat signifikansi (*p value*) < 0,05, nilai ini juga akan menunjukkan validitas konstruk dari masing-masing variabel. Item yang dimasukkan dalam daftar analisis akhir adalah item yang memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,40.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang reliabel (dapat dipercaya). Suatu kuesioner dikatakan reliabel (dapat dipercaya) jika jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Konstruk suatu variabel penelitian dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* lebih dari 0.6.

### Definisi Operasional

Penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikelompokkan ke dalam 4 (empat) kategori yaitu: *profit*, *planet*, *people*, prosedur (Suharto, 2010). Berikut ini merupakan definisi operasional untuk masing-masing kategori penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan:

### Profit

*Profit* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai besarnya perhatian para penentu kebijakan perusahaan terhadap prioritas anggaran CSR. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori profit.

### Planet

*Planet* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai besarnya dampak program yang dilakukan oleh perusahaan bagi lingkungan. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi dampak penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori *planet*.

### People

*People* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai besarnya dampak program yang dilakukan oleh perusahaan bagi stakeholder. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi dampak penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori *people*.

### Prosedur

Prosedur yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi responden mengenai cara

pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Kuesioner diambil dari *framework* yang dikembangkan oleh Suharto (2010). Variabel ini menggunakan skala likert 1 sampai 5. Semakin tinggi skor maka semakin baik penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan untuk kategori prosedur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari 10 perusahaan di Semarang dengan skala besar. Responden yang menjadi penelitian ini adalah para manajer yang berjumlah 31 orang responden. Berdasarkan jenis usahanya, adalah sebanyak 50% merupakan perusahaan manufaktur, 40% berasal dari perusahaan jasa dan sisanya sebanyak 10% berasal dari perusahaan dagang. Berdasarkan bentuk badan hukum perusahaannya, 50% berbentuk CV, 40% berbentuk Perusahaan Perorangan, dan sisanya 10% berbentuk PT.

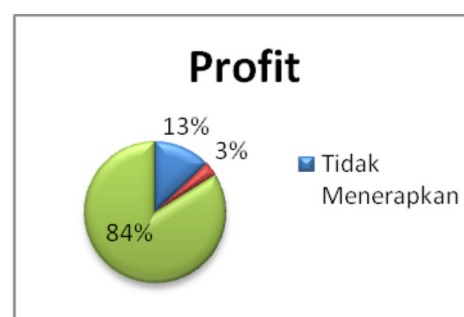
Sedangkan jumlah omzet yang diperoleh selama setahun, 40% responden memiliki omzet kurang dari 250 juta, 20% responden memiliki omzet antara 250-500 juta. Sedangkan 20% responden memiliki omzet sebesar 1-5 milyar, dan sisanya 20% responden memiliki omzet diatas 5 milyar.

Dari sisi sumber kepemilikan modal perusahaan, 60% responden menjawab bahwa modal perusahaan seluruhnya berasal dari keluarga tertentu, 10% responden menjawab sebagian besar modal berasal dari keluarga tertentu, 10% gabungan dari beberapa keluarga tertentu tanpa ada yang dominan, dan 20% responden menjawab tidak ada keluarga tertentu yang memiliki.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 31 orang yang terdiri dari 16 orang laki-laki (51,61%) dan 15 orang perempuan (48,39%). Sedangkan dari sisi usia responden, diperoleh hasil bahwa responden sebagian besar mempunyai umur antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun yaitu sebesar 40,74%. Data ini menunjukkan bahwa usia 31 tahun sampai dengan 40 tahun merupakan usia produktif untuk menjabat sebagai manajer dalam perusahaan. Hal ini sesuai dengan level jabatan yang dimiliki para responden yang sebagian besar level jabatannya adalah *middle manager* sebesar 54,84%. Komposisi responden terbanyak adalah responden yang berpendidikan S1 yaitu sebesar 67,86%.

Untuk mengetahui apakah instrumen *valid* dan *reliable* maka dilakukan pengujian statistik. Berdasarkan hasil pengujian statistik maka diperoleh nilai KMO sebesar 0,458 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan valid. Nilai *cronbach alpha* menunjukkan *mean* sebesar 0,782 lebih besar dari 0,6 sehingga disimpulkan bahwa instrumen bersifat *reliable*.

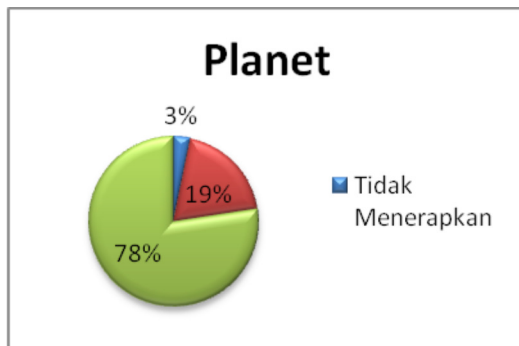
Dibawah ini akan disajikan hasil analisis data berdasarkan aspek *profit*, *planet*, *people* dan prosedur yang digunakan sebagai indikator pelaksanaan CSR.



**Figur 5.1**  
**Aspek Profit Dalam Pelaksanaan CSR**



Berdasarkan aspek profit, sebanyak 84% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek profit. Responden yang menyatakan menerapkan CSR dalam aspek profit sebagian besar adalah dari perusahaan jasa (54%) sedangkan 35% dari perusahaan manufaktur, sisanya dari perusahaan dagang dan lainnya (lampiran grafik 2). Sebanyak 13% responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek profit dan 3% menyatakan ragu-ragu. Indikator aspek profit diukur berdasarkan seberapa tinggi prioritas perusahaan menyisihkan sebagian laba yang diperoleh perusahaan untuk menerapkan CSR. Dari indikator aspek profit tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar perusahaan telah menyisihkan sebagian laba yang diperoleh untuk melaksanakan CSR dan memberikan prioritas terhadap anggaran untuk melaksanakan CSR.

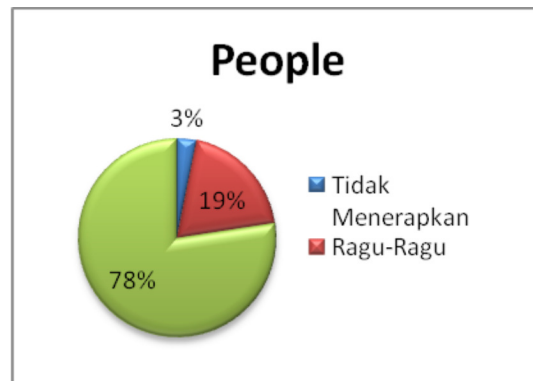


**Figur 5.2**

**Aspek Planet Dalam Pelaksanaan CSR**

Dari aspek planet sebanyak 78% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek planet, 3% responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek planet dan 19% persen menyatakan ragu-ragu. Responden yang menyatakan menerapkan CSR dalam aspek planet sebagian besar berasal dari perusahaan

jasa (38%) dan manufaktur 38% (lampiran grafik 2). Indikator aspek planet diukur berdasarkan seberapa baik program-program yang dilakukan oleh perusahaan bagi pelestarian lingkungan. Jawaban responden menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki sarana pengelolaan dampak lingkungan dan telah melakukan program-program yang berdampak positif bagi pelestarian lingkungan. Semua responden dalam penelitian ini menjawab bahwa dampak negatif akibat proses produksi perusahaan relatif kecil bagi lingkungan dan masih dapat dikendalikan.

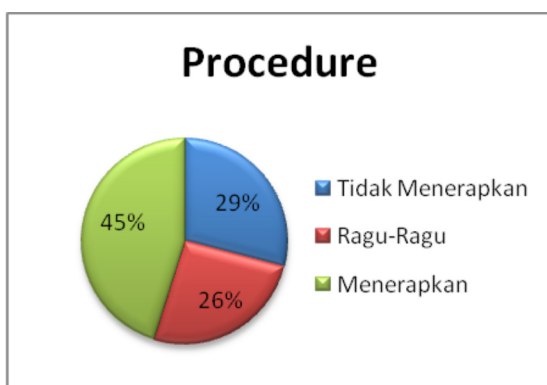


**Figur 5.3**

**Aspek People Dalam Pelaksanaan CSR**

Dari aspek *people* sebanyak 78% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek *people*. Sebagian besar responden yang menyatakan menerapkan CSR dalam aspek *people* adalah dari perusahaan jasa (46%), sedangkan dari perusahaan manufaktur 29%, perusahaan dagang 21% dan lainnya 4% (lampiran grafik 2). Tiga persen (3%) responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek *people* dan 19% persen menyatakan ragu-ragu. Indikator aspek *people* mengukur seberapa tinggi dampak program perusahaan bagi para stakeholder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 93,55% responden menyatakan bahwa

perusahaan memiliki program CSR yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat. Seluruh responden menyatakan bahwa perusahaannya telah melakukan perlindungan terhadap hak-hak karyawan. Namun ada hal yang perlu mendapat sedikit perhatian yaitu pelayanan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Hanya 64,52% responden yang menyatakan bahwa hal tersebut dilakukan oleh perusahaannya (lampiran grafik 1).



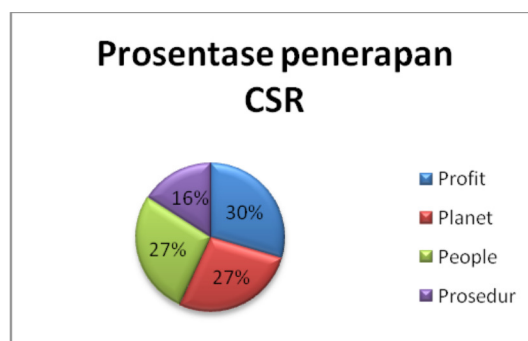
Figur 5.4

**Aspek Prosedur Dalam Pelaksanaan CSR**

Dari aspek prosedur sebanyak 45% responden menyatakan menerapkan CSR dalam aspek prosedur, 29% responden menyatakan tidak menerapkan CSR dalam aspek prosedur dan 26% persen menyatakan ragu-ragu. Dari aspek prosedur, ternyata 71 % berasal dari perusahaan jasa, sedangkan 21% dari perusahaan manufaktur dan 7% berasal dari perusahaan dagang (lampiran grafik 2). Jawaban responden menunjukkan bahwa hanya 45% yang menjawab bahwa perusahaannya telah bermitra dengan lembaga lain dalam pelaksanaan program CSR dan hanya 29% yang menyatakan bahwa program CSR di perusahaannya telah melibatkan ahli-ahli yang profesional di bidangnya. Hal ini kemungkinan karena

perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah perusahaan keluarga yang mempunyai omset kurang dari Rp 250.000.000 per tahun dan kepemilikan modalnya dimiliki oleh keluarga tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan menerapkan CSR baik dari aspek profit, planet, people, maupun aspek prosedur berasal dari perusahaan jasa. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Susilawati dan Trihardjanti (2010) yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penekanan terhadap aspek sosial antara manajer perusahaan manufaktur dengan manajer perusahaan jasa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa manajer perusahaan jasa mempunyai persepsi yang lebih tinggi mengenai pentingnya aspek sosial dalam menentukan keefektifan organisasi dibandingkan dengan manajer perusahaan manufaktur. Hal ini disebabkan karena perusahaan jasa menekankan kontak personal dengan konsumennya. Hal tersebut mendorong perusahaan jasa untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan aspek sosial lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan manufaktur.



Figur 5.5

**Prosentase penerapan CSR**

Figur 5.5 menunjukkan bahwa dari keempat aspek CSR, aspek profit adalah aspek yang paling diterapkan oleh perusahaan (30%), sedangkan aspek prosedur adalah aspek terendah yang diterapkan perusahaan (16%). Hal ini menunjukkan bahwa secara finansial perusahaan telah memberikan perhatian pada program-program CSR dengan menyisihkan sebagian laba untuk pelaksanaan program CSR dan telah menganggarkan kegiatan tersebut. Namun secara prosedur, hanya sedikit perusahaan yang telah mengelola kegiatan CSR nya dengan baik. Hal ini kemungkinan karena perusahaan-perusahaan dalam penelitian ini tidak mempunyai dampak langsung terhadap lingkungan sehingga tekanan dari stakeholder juga tidak ada. Oleh karena itu perusahaan tidak terlalu dituntut untuk mengelola kegiatan CSR nya dengan pengawasan yang ketat. Perusahaan tidak merasa perlu bermitra dengan pihak ketiga seperti LSM, perguruan tinggi, dan tidak perlu melibatkan ahli-ahli yang profesional.

Dari hasil survei terkait dengan alasan perusahaan melakukan CSR, 40% responden menyatakan alasan menerapkan CSR karena menerapkan bisnis yang menjalankan etika perusahaan, 27% responden karena mematuhi aturan yang berlaku di masyarakat, 20% responden karena bisnis yang dijalankan memiliki dampak langsung terhadap masyarakat, dan sisanya sebanyak 13% dengan tujuan membangun *image* di masyarakat.

## PENUTUP / SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan:

1. Perusahaan keluarga di Semarang telah menerapkan CSR baik dari aspek profit,

planet, people, maupun aspek prosedur. Terbukti perusahaan-perusahaan sudah menyisihkan sebagian laba untuk CSR. Perusahaan juga sudah melakukan program-program yang berdampak positif bagi lingkungannya, dan telah mempunyai kebijakan yang melindungi hak-hak karyawan. Namun dari segi pelaksanaannya belum termonitor dengan baik karena belum melibatkan pihak ketiga.

2. Alasan perusahaan menerapkan CSR beragam. Sebagian besar melakukan CSR karena menerapkan bisnis yang menjalankan etika.

Implikasi penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pembuatan kebijakan bagi regulator dalam hal ini pemerintah daerah untuk menyusun aktivitas apa saja yang dapat diwajibkan bagi perusahaan agar melakukan dan melaporkan aktivitas CSR terutama pada perusahaan keluarga. Harapannya adalah terciptanya keharmonisan antara perusahaan, lingkungan dan para stakeholder dalam rangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah sampel yang digunakan masih kecil sehingga agak sulit untuk digeneralisasi. Sehingga saran untuk penelitian selanjutnya agar menambah jumlah sampel. Selain itu, dapat digunakan untuk penelitian di daerah lain.

## Daftar Pustaka

Anggraini, Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan

- Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang, 23-26 Agustus
- Cooper, D.R, dan C.W., Emory. 1996. *Business Research Meyhods*, 5<sup>th</sup> edition. Richard D. Irwin, Inc.,USA.
- Dellaportas dkk, 2005. *Ethics, Governance & Accounting.A Professional Perspective*. John Wiley & Sons
- Devi dan Hemant, 2009. *Advances In Management: Corporate Social Responsibility Perspectives of Small and Medium Enterprises*
- Gray dan J. Bebbington, 2001. *Accounting for the Environment*. Second Edition. Sage Publication
- Harahap, Sofyan Safri, 1988, *Sosio Economic Accounting (SEA): Menyoroti etika dan tanggung jawab sosial perusahaan*, Majalah Akuntansi No.3 bulan Maret
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip dan Nancy Lee, 2005, *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc
- Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang UU Perseroan Terbatas
- Utama, Sidharta, 2008, “Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia”, di-download dari <http://www.ui.com/>
- Rees, Clifford, 2006, ”Pencegahan Konflik dan Resolusi melalui CSR”. *CSR Conference*. Jakarta 7-8 September. Di download dari <http://www.ima.com/>
- Suharto, Edi, 2010, ”Menggagas Standar Audit Program CSR”, *Auditor Internal*. Edisi 02. Tangerang: Sekretariat Jenderal Asosiasi Auditor Internal
- Stevia, Ariyani, 2008, ”Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) Terhadap Profitabilitas dan Reaksi Pasar: Studi Empiris Pada Emiten Manufaktur di BEI”, Skripsi (tidak dipublikasikan), Program Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Sogijapranata Semarang
- Susilawati dan Trihardjanti, 2010. Analisis Perbedaan Persepsi Manajer Terhadap Peran CSR bagi Kinerja Organisasi. *Proceeding Seminar Nasional: Arah Kebijakan dan Peran Penelitian Ilmu Manajemen di Indonesia*. UII Yogyakarta
- Sembiring, Rismanda, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. **Simposium Nasional Akuntansi VIII**. Solo, 15-16 September
- World Commission on Environment and Development (WCED).1987. *Our Common Future(Report of the Brundtland Commission)*. OUP.Oxford

**PERNYATAAN / PENGHARGAAN**

Peneliti menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada Pusat Pengkajian dan

Pengembangan Akuntansi (P3A) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata karena telah mendanai penelitian ini.

● 0% Overall Similarity

---

NO MATCHES FOUND

This submission did not match any of the content we compared it against.