

**Pengungkapan Akuntansi Pertanggungjawaban
Sosial(Corporate Social Responsibility
Disclosure) sebagai Pengungkapan Sukarela Kebutuhan
Informasi Stakeholder pada Official Website Perusahaan
(Studi Pada Pt. Indosat Tbk)**

Ririn Irmadariyani¹

Abstract

The purpose of this research is to see whether the company has taken advantage of the official website to disclose CSR programs conducted. Research conducted at the official site of PT. Indosat Tbk. <http://www.indosat.com> address in this research focus includes the corporate governance (Government Organization), environmental accounting as a social responsibility. There are two categories that will be used to investigate the reported disclosure of CSR. The first category is the disclosure of information relating to internal stakeholders and the second related information external stakeholders. To measure the quantity of information presented is used as an indicator of Publicity Index. This index indicates the amount of information disclosed by the company as much as 86 questions that there are 2 categories of management and shareholders of the category of internal stakeholders and information to customers, suppliers, environment, society and the distributors of the categories of external stakeholders. The results showed that the index Publicity PT. Indosat Tbk. has revealed 81 of the 86 information relevant to the CSR to the public through the official website. Index derived from the disclosure of information relating to the stakeholders including the reporting of information for 31 categories of internal stakeholders consist of 14 reported that the disclosure of information relating to employee / labor, and 17 reported that the disclosure of information relating to the shareholders and board of directors, as well as stakeholder category for external reporting as many as 50 information that consists of 14 reporting of customer information, supplier information reporting 8 (suppliers), 10 reporting of environmental policies, 12 reported the information society, and 6 reporting the information to distributors.

Keywords: Corporate Social Responsibility index publicity official website

1. Pendahuluan

Keberadaan perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan aspek yang positif dan negatif. Di satu sisi, perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, dimana menurut pendekatan teori akuntansi konvensional, perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun di sisi lain masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal, yang semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan. Tidak jarang masyarakat mendapatkan dampak buruk dari aktivitas bisnis perusahaan. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkannya dan berupaya mengatasinya. Banyak kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan, ditandai dengan adanya aksi protes yang dilakukan oleh elemen *stakeholders* kepada manajemen perusahaan yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, perlakuan tidak adil kepada pekerja, kaum minoritas dan perempuan, penyalahgunaan wewenang, keamanan dan kualitas produk, serta eksploitasi besar-besaran terhadap energi dan sumber daya alam yang menyebabkan kerusakan alam (Tamam Achda, 2006). Hal tersebut tentu saja menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya.

Sebagai bukti nyata, ada beberapa kasus yang terkait dengan ketidakpuasan publik atas aktivitas perusahaan di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur, Newmont Minahasa Raya di Buyat, Sulawesi, PT. Freeport di Irian Jaya. Oleh karena itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga hak *stakeholder* untuk hidup aman dan tentram dapat terpenuhi.

Perusahaan dituntut untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Sejauh ini dalam akuntansi konvensional, pusat perhatian perusahaan hanya terbatas kepada *stockholders* dan *bondholders*, yang secara langsung memberikan kontribusinya bagi perusahaan, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Sehingga akuntansi konvensional sering kali dianggap tidak dapat mengakomodasi kepentingan masyarakat secara luas. Hal tersebut mendorong munculnya konsep akuntansi yang baru, yang disebut sebagai Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial atau *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Elkington, 1998). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Pengungkapan akuntansi kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada *stakeholder* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan *stakeholder* yang mengarah pada transparansi pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf ke sembilan dinyatakan :“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. Walaupun sampai saat ini pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan masih bersifat sukrela, namun pernyataan PSAK di atas merupakan manifestasi kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang merupakan wujud akuntansi pertanggungjawaban sosial atau CSR perusahaan yang harus diungkapkan. Namun, laporan tahunan yang selama ini dianggap sebagai media yang paling tepat untuk mengkomunikasikan berbagai informasi yang relevan dari manajemen perusahaan, tampaknya masih belum dimanfaatkan secara optimal untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial.

Bagi Indonesia, permasalahan lingkungan merupakan faktor penting yang harus segera dipikirkan mengingat dampak dari buruknya pengelolaan lingkungan semakin nyata dewasa ini. Permasalahan lingkungan juga semakin menjadi perhatian yang serius, baik oleh konsumen, investor maupun pemerintah maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana perusahaan memanfaatkan *official website*-nya dalam mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* dan sejauh mana pengungkapan CSR tersebut memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah perusahaan memanfaatkan *official website*-nya dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan meliputi sisi tata kelola perusahaan (*Organizational Governance*), sisi akuntansi lingkungan sebagaibagian dari pertanggungjawaban sosial, dan pengungkapan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terkait dengan kepentingan informasi *stakeholder*?
2. Bagaimana penilaian dan pelaporan indeks publisitas pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disajikan dalam *official website* perusahaan?

2. Landasan Teori

2.1 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Pengungkapan akuntansi pertanggungjawaban sosial (*social disclosure*) merupakan produk dari akuntansi sosial (*social accounting*). Akuntansi sosial yang masih merupakan bidang baru dalam ilmu akuntansi ini lahir dan berkembang karena adanya tuntutan dari masyarakat agar perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan mengelola sumber daya yang ada disekitar lebih memperhatikan dampak yang mungkin terjadi, baik positif maupun negatif yang mempengaruhi masyarakat.

Apabila dahulu laporan tahunan (*annual report*), sebagai produk akuntansi, dimaksudkan sebagai pertanggungjawaban manajemen kepada pemegang saham (*stockholders*), kini paradigma tersebut diperluas menjadi pertanggungjawaban kepada seluruh pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholders*). Supomo (2004) mengemukakan bahwa selama ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia membuat laporan tahunan hanya untuk keperluan para pemegang saham,

sedangkan kepentingan *stakeholders* lain seperti karyawan, masyarakat dan konsumen cenderung terabaikan.

Laporan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2006).

2.2 Disclosure (pengungkapan)

- 1) Menurut PSAK no 1 (IAI, 2007) pengungkapan terdapat pada catatan atas laporan keuangan yang disajikan secara sistematis dan tidak terpisahkan dari laporan keuangan dan mengungkapkan: Informasi tentang dasar penyusunan laporan keuangan dan kebijakan akuntansi yang dipilih dan diterapkan terhadap peristiwa dan transaksi yang penting.
- 2) Informasi yang diwajibkan dalam PSAK tetapi tidak disajikan dalam neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas.
- 3) Informasi tambahan yang tidak disajikan dalam laporan keuangan tetapi diperlukan dalam penyajian secara wajar.

Evans dalam suwardjono (2005) mengartikan pengungkapan adalah: *Disclosure means supplying information in the financial statement, including the statements, the notes to the statements, and the supplementary disclosures associated with the statements. It does not extend to public or private statements made by management or information provided outside the financial statements.*

Suwardjono (2005:580) menyatakan bahwa secara umum tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda. Namun pengungkapan dapat diwajibkan untuk tujuan melindungi (*protective*) informatif (*informative*), atau melayani kebutuhan khusus (*differential*).

Terdapat dua jenis pengungkapan yaitu: 1. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah informasi yang harus diungkapkan oleh emiten sesuai dengan peraturan pasar modal dan badan pengawas atau standar akuntansi di suatu Negara. 2. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar yang diwajibkan oleh peraturan badan pengawas atau standar akuntansi.

Menurut Belkaoui (2000) menyatakan bahwa terdapat tiga konsep dalam pengungkapan antara lain: 1. Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*). 2. Pengungkapan yang wajar (*fair disclosure*). 3. Pengungkapan yang lengkap (*full disclosure*)

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Wikipedia (2008) menyatakan bahwa definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa [organisasi](#), khususnya [perusahaan](#) memiliki suatu tanggung jawab terhadap [konsumen](#), [karyawan](#), [pemegang saham](#), [komunitas](#) dan [lingkungan](#) dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak

semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau [deviden](#) melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam pandangan CSR adalah pengedepanan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik dengan tidak merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden-rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain : 1. *Internal decision making* dimana manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. 2. *Product differentiation* yaitu manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. 3. *Enlightened self interest* yang mana perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* yang terdiri dari *stockholder*, kreditor, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Pengungkapan akuntansi sosial dalam tanggung jawab perusahaan sangat perlu dilakukan, karena bagaimanapun juga perusahaan memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial (*social resources*). Jika aktivitas perusahaan menyebabkan kerusakan sumber-sumber sosial maka dapat timbul adanya biaya sosial (*social cost*) yang harus ditanggung oleh masyarakat, sedang apabila perusahaan meningkatkan mutu *social resources* maka akan menimbulkan *social benefit* (manfaat sosial).

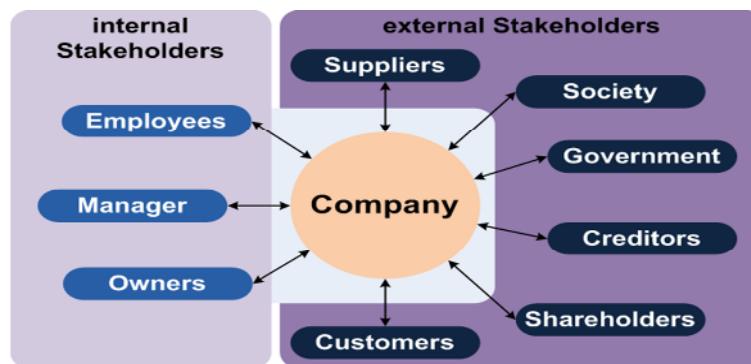
Substansi keberadaan CSR adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Pertanggungjawaban sosial perusahaan tidak memberikan dampak finansial secara seketika, tetapi harus diyakini bahwa CSR mampu meningkatkan performa bisnis dalam jangka panjang. Perusahaan yang mempunyai legitimasi sosial, dengan sendirinya akan terangkat *image*-nya. Dan *image* yang positif merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan jika menerapkan CSR yaitu : 1. Improved Financial Performance. 2. Reduced Operating Cost. 3. Enhanced Brand Image and Reputation. 4. Increased Sales and Customer Loyalty. 5. Increased Productivity and Quality. 6. Increased Ability to Attract and Retain Employees. 7. Reduce Regulatory Oversight. 8. Acces to capital.

CSR yang baik memadukan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility*, secara harmonis. Ada perbedaan mendasar diantara keempat prinsip tersebut antara lain : 1. *Fairness* merupakan perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas ataupun

mayoritas. 2. *Transparency* menuju pada penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu. 3. *Accountability* diwujudkan dalam bentuk fungsi dan kewenangan RUPS, komisaris, dan direksi yang harus dipertanggungjawabkan. 4. Prinsip *responsibility* lebih mencerminkan *stakeholder driven*, karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. *Stakeholder* perusahaan bisa mencakup karyawan beserta keluarganya, pelanggan, pemasok, komunitas setempat dan masyarakat luas, termasuk pemerintah selaku regulator. Di sini, perusahaan bukan saja dituntut mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) produk dan jasa bagi *stakeholder* perusahaan, melainkan pula harus sanggup memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya itu (Supomo, 2004).

Berikut ini akan disajikan gambar *stakeholder* yang berpengaruh secara langsung, yakni *external stakeholder* (pihak luar) dan *internal stakeholder* (pihak dalam).



Gambar 1. *stakeholder external stakeholder dan internal stakeholder*
Sumber : Wikipedia (2008)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan kualitatif atau *naturalistic inquiry* penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab, proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif serta menggunakan logika ilmiah yang menghasilkan data deskriptif untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat suatu fakta dan karakteristik mengenai bidang tertentu (Azwar, 1998). Penelitian ini dilakukan terhadap variabel mandiri, yaitu tanpa membuat perbandingan, menghubungkan dengan variabel yang lain. Sedangkan studi kasus merupakan strategi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dalam perumusan masalah (Yin, 1989 dalam Raffaella, 2005) Sehingga penelitian ini tidak menghubungkan antara variabel-variabel yang akan diteliti tetapi berusaha untuk melakukan deskriptif akan pengungkapan akuntansi pertanggungjawaban sosial (*Corporate social Responsibility Disclosure*) pada *official website* perusahaan sebagai pengungkapan sukarela atas kebutuhan informasi *stakeholder* studi pada PT. Indosat Tbk.

3.1 Unit Analisis

Unit Analisis dalam penelitian ini adalah *official website* PT. Indosat Tbk. Yang beralamat di <http://www.indosat.com>.

3.2 Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode yaitu : 1. Survey Pendahuluan. 2. Studi kepustakaan. 3. Dokumentasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa *Sustainability Report* (Laporan Keberlanjutan) dan *Annual Report* (Laporan Keuangan) PT. Indosat Tbk. Tahun 2008. Dari *Sustainability Report* dan *Annual Report* diketahui bahwa sejauh mana indeks publisitas pengungkapan informasi CSR yang disajikan pada *official website* perusahaan.

Peneliti akan mengumpulkan data yang berkaitan dengan Pengukuran indeks publisitas pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang selama ini diterapkan oleh pihak manajemen. Selanjutnya peneliti melakukan analisis dalam *official website* perusahaan dengan cara pembuatan suatu daftar (*checklist*) dan indeks pengukuran penerapan serta pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan PT. Indosat Tbk. *Checklist* disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing-masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapan pada laporan keberlanjutan dan laporan keuangan yang bersangkutan.

Setelah dilakukan analisis dari masing-masing indeks dan data *checklist* yang terkait dengan pengungkapan CSR, maka peneliti akan memaparkan secara mendalam untuk tujuan mempermudah dalam hal pemahaman laporan sehingga dapat ditarik kesimpulan tentang pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan ataupun laporan keberlanjutan perusahaan sebagai manivestasi keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang.

4. Hasil Dan Pembahasan

PT. Indosat Tbk. adalah penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi terpadu di Indonesia dan menyediakan jasa telekomunikasi nasional maupun internasional di Indonesia. Berdasarkan jumlah pelanggan selular, PT. Indosat Tbk. adalah operator selular terbesar kedua, dan penyelenggara terkemuka di sektor jasa sambungan langsung internasional di Indonesia. PT. Indosat Tbk. juga menyediakan layanan MIDI kepada para pelanggan perusahaan dan retail Indonesia dan regional.

4.1 Produk dan Layanan

a. Jasa Selular dan *Broadband 3.5G*

- 1) IM3 dan Mentari sebagai layanan selular pra-bayar yang terjangkau untuk pengguna reguler, dengan fleksibilitas isi ulang dan manfaat yang didapat yaitu biaya percakapan yang lebih hemat bagi yang pelanggan sering melakukan panggilan (*frequent caller*) dengan perhitungan tarif yang sederhana, waktu bicara lebih lama dan jumlah sms yang lebih banyak.
- 2) Matrix Auto sebagai layanan selular pasca bayar dengan manfaat bagi pelanggan yaitu fleksibilitas mengontrol pemakaian. Matrix auto merupakan kombinasi dari manfaat layanan pasca bayar dan pra-bayar.
- 3) Indosat *Broadband 3.5G* dan Blackberry atau layanan *push-email* yang merupakan layanan *wireless broadband* dengan akses internet *mobile* berkecepatan tinggi.

b. Jasa Telepon Tetap

- 1) StarOne Pasca bayar/Pra-bayar merupakan layanan telepon tetap nirkabel dengan tarif pasca bayar dan pra-bayar. Dengan manfaat dapat melakukan komunikasi bergerak secara terbatas dengan tarif layanan telepon tetap.

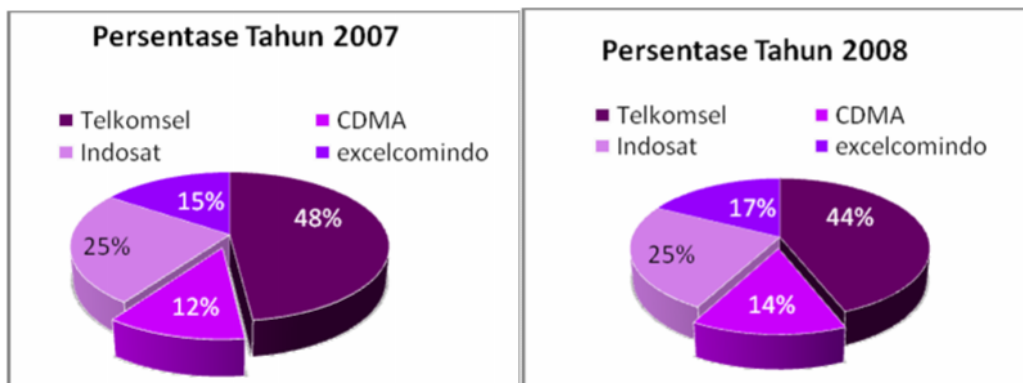
- 2) Flat Call 01016 merupakan Layanan *Voice over Internet Protocol* (VoIP) domestik dan internasional dengan tarif internasional yang terjangkau sehingga memudahkan untuk mengontrol biaya telepon jarak jauh.
 - 3) Indosat 001 dan Indosat 008 merupakan sambungan langsung internasional yang dapat digunakan untuk menjangkau mitra bicara yang luas.
- c. Jasa MIDI (Multimedia, Komunikasi Data dan Internet)
Lintasarta, IndosatM2, ICS (*Indosat Corporate Solution*) merupakan layanan komunikasi data atau akses ninternet global dengan manfaat pelanggan dapat mengakses koneksi sirkit *private point to point* dengan fleksibel untuk trafik yang beragam dan layanan keamanan data.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial-nya, PT. Indosat Tbk. menggunakan laporan tersendiri yang terpisah dari laporan keuangan tahunan pada *official website*-nya. Laporan tersebut merupakan laporan berkelanjutan atau *Sustainability Report* yang disusun berdasarkan program-program sosial yang bertema “Indosat Cinta Indonesia” yang terkait dengan keterbukaan informasi bagi *stakeholder*.

Berikut akan disajikan presentase alokasi pengguna produk PT. Indosat Tbk. sesuai dengan yang diungkapkan PT. Indosat Tbk. dalam laporan berkelanjutan tahun 2008 pada *official website* perusahaan.

Gambar 2. Indeks Presentase Alokasi Kompetitor



Sumber: *Sustainability Report* PT. Indosat Tbk. tahun 2008 pada <http://www.indosat.com>

4.3 Pengungkapan Informasi Karyawan

Berikut akan disajikan persentase status karyawan berdasarkan usia dan fungsi karyawan PT. Indosat Tbk. sampai dengan per 31 Desember 2008.

Gambar 3. Persentase Status Karyawan PT. Indosat Tbk.

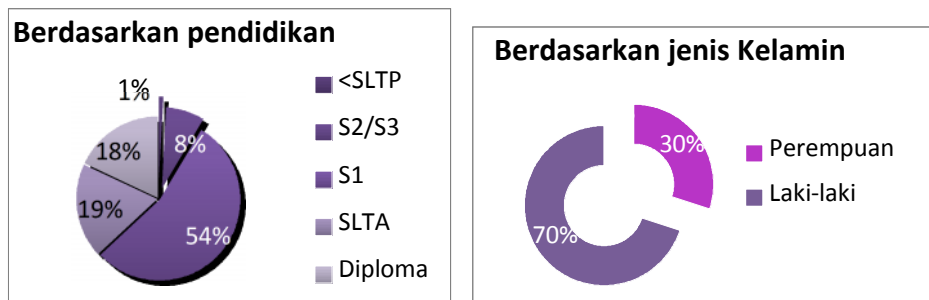
Sumber: *Annual Report* Tahun 2008 PT. Indosat Tbk. pada <http://www.indosat.com>

Dalam pengungkapannya, sejumlah karyawan PT. Indosat Tbk. berhak atas pensiun berdasarkan program tunjangan yang telah ditetapkan, dimana mereka memperoleh pembayaran sekaligus dan tunjangan bulanan melalui program asuransi

yang dikelola oleh PT. Asuransi Jiwasraya (Persero), suatu perusahaan asuransi milik negara.

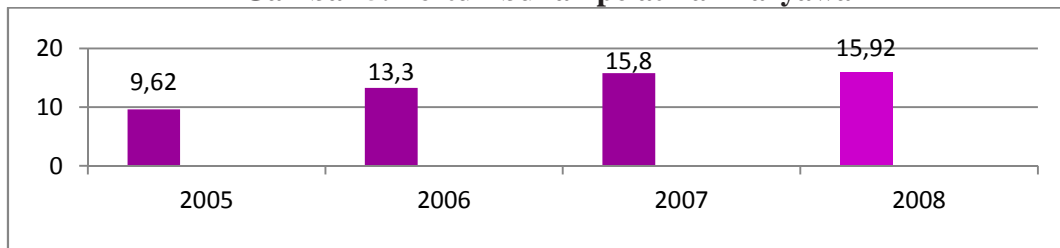
Dalam pengungkapan program *corporate social responsibility* terhadap karyawan, PT. Indosat Tbk. berupaya melaksanakan pengembangan kompetensi yang berkelanjutan sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dan regenerasi organisasi masa depan. PT. Indosat Tbk. menjamin persamaan hak dan tidak adanya praktik deskriminasi *gender* atau hal-hal lainnya dalam proses pengembangan kompetensi dan promosi karyawan. Berikut adalah pengungkapan prosentase status karyawan berdasarkan pendidikan dan jenis kelamin yang tertuang dalam laporan berkelanjutan perusahaan.

Gambar 4. Persentase Status Karyawan PT. Indosat Tbk.



Sumber: *Annual Report* Tahun 2008 PT. Indosat Tbk. pada <http://www.indosat.com>

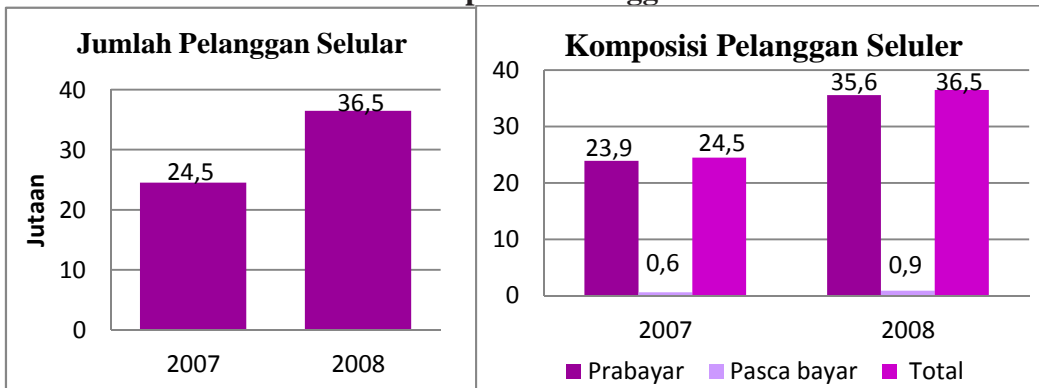
Gambar 5. Pertumbuhan pelatihan karyawan



Sumber: *Annual Report* Tahun 2008 PT. Indosat Tbk. pada <http://www.indosat.com>

4.4 Pengungkapan Informasi Pelanggan

Gambar 6. Jumlah dan Komposisi Pelanggan Seluler PT. Indosat Tbk.

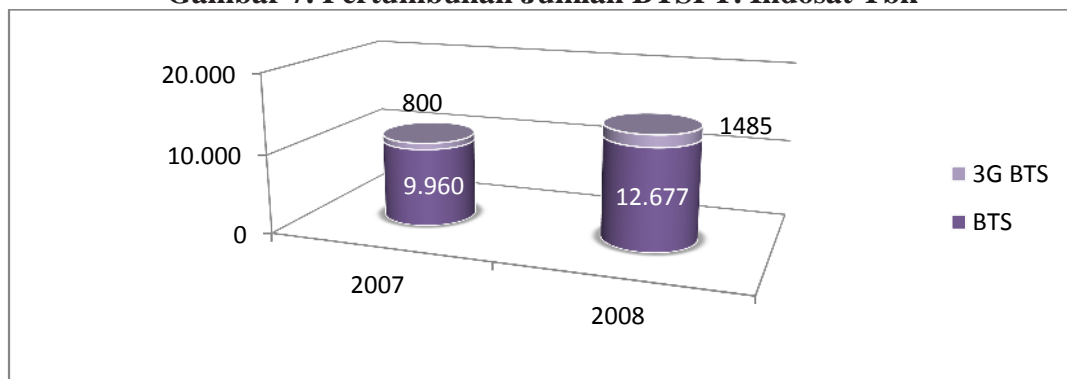


Sumber: *Annual Report* Tahun 2008 PT. Indosat Tbk. pada <http://www.indosat.com>

PT. Indosat Tbk. dalam pengungkapannya mencanangkan tahun 2008 sebagai tahun *Service Excellence* dan menjadikan semangat melayani dengan kualitas sebagai bagian dari budaya perusahaan. Untuk mendukung pelayanan PT. Indosat Tbk. mengungkapkan hingga tahun 2008 telah membangun 14.162 BTS di seluruh Indonesia disamping pembangunan lain untuk meningkatkan kualitas layanan. Sesuai dengan ketentuan standar kualitas layanan telekomunikasi yang telah ditetapkan pada UU No. 36 tahun 1999 tentang komunikasi dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI tanggal 21 April 2008 tentang Standar Kualitas Layanan Telekomunikasi Jasa Teleponi Dasar, dalam pengungkapannya PT. Indosat Tbk. senantiasa berupaya mengembangkan jaringan, menjaga kualitas teknis jaringan dan melakukan mitigasi risiko jaringan secara responsif untuk menjamin keberlangsungan layanan kebutuhan telekomunikasi pelanggan secara optimal, baik dalam kondisi normal maupun kondisi puncak seperti masa liburan panjang, Lebaran dan Tahun Baru.

Berikut ini adalah data pertumbuhan jumlah pembangunan BTS dari tahun 2007-2008 PT. Indosat Tbk.

Gambar 7. Pertumbuhan Jumlah BTSPT. Indosat Tbk



Sumber: *Sustainability Report* PT. Indosat Tbk. tahun 2008 pada <http://www.indosat.com>

4.5 Pengungkapan Informasi Pemasok

Bagi PT. Indosat Tbk. pemasok merupakan bagian dari mitra eksternal strategis yang mendukung implementasi berbagai strategi operasional perusahaan dalam mewujudkan eksistensi perusahaan di masa yang akan datang. Beberapa upaya peningkatan strategi operasional perusahaan yang telah diterapkan dan diungkapkan dalam laporan berkelanjutan tahun 2008 pada *website* PT. Indosat Tbk. adalah sebagai berikut:

- a. *E-Procurement*
- b. Tertib Administrasi dan Persyaratan yang Ketat
- c. Kesempatan Bagi Mitra Lokal
- d. Edukasi Bagi Para Mitra
- e. Pemasok Mendukung Proses Edukasi Masyarakat

4.6 Pengungkapan Informasi Lingkungan

PT. Indosat Tbk. mengungkapkan peluncuran program Indonesia Hijau sebagai payung berbagai kegiatan perusahaan kedepan terkait kepedulian lingkungan. Program yang telah diimplementasikan mencakup studi penggunaan energi alternatif bagi pengoperasian BTS serta peluncuran 8 aksi internal peduli lingkungan. Program Indonesia Hijau ini kedepan merupakan inisiatif jangka panjang, termasuk berbagai aksi ramah lingkungan yang melibatkan kalangan internal dan mitra perusahaan. Beberapa konsentrasi yang diungkapkan perusahaan yang terkait dengan program Indonesia Hijau melalui laporan berkelanjutan pada *website* perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. BTS dengan Energi Alternatif
- b. Program Sejuta Pohon Untuk Indonesia
- c. Aksi Internal Ramah Lingkungan
- d. Bantuan Mesin Pemroses Biji Jarak untuk produksi Biofuel

4.7 Pengungkapan Informasi Kemasyarakatan

Sebagai wujud apresiasi atas dukungan masyarakat dan komitmen tanggung jawab sosial perusahaan, sudah selayaknya PT. Indosat Tbk. memperhatikan hal-hal yang terkait dengan kepentingan masyarakat. Dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya PT. Indosat Tbk. telah melaksanakan program Indosat Cinta Indonesia yang merefleksikan komitmen PT. Indosat Tbk. sebagai perusahaan telekomunikasi yang mengedepankan inovasi dalam pelayanan, penerapan dan patuh terhadap prinsip tata kelola perusahaan yang baik serta secara aktif berpartisipasi dalam peningkatan kualitas hidup komunitas.

Dituangkan juga pada *official website*-nya PT. Indosat Tbk. telah peningkatan kualitas hidup komunitas sekitar juga merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan perusahaan untuk memberikan manfaat terbaik bagi para stakeholder. PT. Indosat Tbk. berupaya menyelenggarakan rangkaian program terpadu yang tepat sasaran dan menyentuh berbagai aspek penting kehidupan masyarakat. Beberapa program-program kepedulian terhadap masyarakat yang dituangkan dalam laporan keberlanjutan PT. Indosat Tbk. adalah sebagai berikut:

- a. Indonesia Belajar

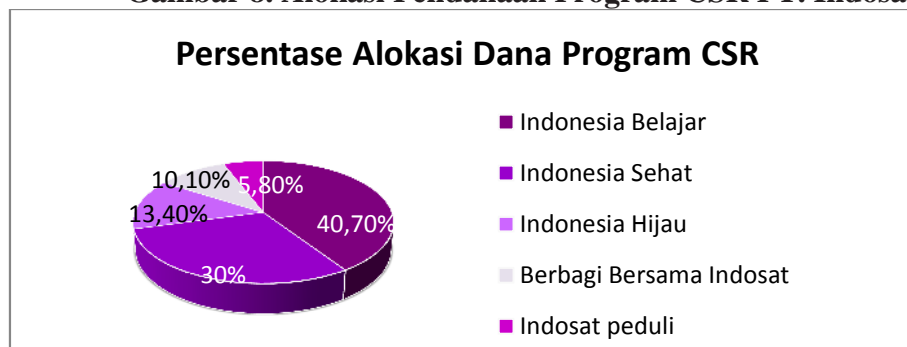
Program yang berfokus pada pendidikan ini bertujuan ikut membantu meningkatkan kecerdasan generasi muda sebagai tulang punggung masa depan

bangsa serta meningkatkan ketrampilan guru dalam proses pengajaran di sekolah. Berikut disampaikan aplikasi program turunan yang telah PT. Indosat Tbk. tuangkan dalam laporan pertanggungjawaban sosialnya adalah:

- 1) Indosat Wireless Innovation Contest (IWIC)
 - 2) Peningkatan Kompetensi Guru IPA dan Matematika di Sumatera Barat (Tingkat Nasional)
 - 3) Pengembangan dan Pembinaan Sekolah di Nangroe Aceh Darussalam (NAD)
 - 4) Program Beasiswa
 - 5) Program Pembinaan Bagi Tim Panahan Junior
 - 6) Indosat *Science and Multimedia School* (ISMS)
- b. Indonesia Sehat
c. Berbagi Bersama Indosat
d. Indosat Peduli

PT. Indosat Tbk. mengungkapkan bahwa selama tahun 2008 dana yang disalurkan oleh perusahaan untuk penyelenggaraan dan realisasi program-program pertanggungjawaban sosial sebesar Rp. 40 milyar. Jumlah tersebut meningkat sebesar 33% dibandingkan dengan dana yang disalurkan pada tahun 2007. Berikut akan disampaikan alokasi pendanaan masing-masing program sosial menggunakan data persentase sebagai berikut:

Gambar 8. Alokasi Pendanaan Program CSR PT. Indosat Tbk.



Sumber: *Sustainability Report* PT. Indosat Tbk. tahun 2008 pada <http://www.indosat.com>

4.8 Pengungkapan Informasi Distributor

Pada websitenya, PT. Indosat Tbk. menyadari bahwa para dealer atau outlet adalah mitra strategis yang menjadi perpanjangan tangan dalam proses penjualan produk Indosat kepada masyarakat. PT. Indosat Tbk. mengungkapkan hal tersebut menjadi alasan untuk senantiasa menjalin kerjasama dengan para dealer, outlet penjual produk dan tenaga penjual di outlet-outlet, dengan tetap mengacu pada komitmen penerapan GCG pada operasional bisnis perusahaan. PT. Indosat Tbk. yakin bahwa pola kemitraan ini memberikan peluang penciptaan lapangan kerja dan pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat mengingat setiap outlet membutuhkan tenaga penjual dan setiap tenaga penjual akan menghasilkan pendapatan bagi keluarganya.

PT. Indosat Tbk. mengungkapkan beberapa istilah yang digunakan untuk jaringan distribusinya antara lain:

- a. *IOC (Indosat Outlet Community)*
- b. *Komunitas Tenaga Penjual atau FMC (Frontliner Mentari, IM3 Club)*

c. Komunitas Tenaga Canvasser atau ICC (Indosat Canvasser Community)

5. Pembahasan

5.1 Pengungkapan Tata Kelola Perusahaan

PT. Indosat Tbk. mengungkapkan telah membentuk komite CSR untuk melaksanakan program-program CSR dirancang dan diimplementasikan dalam lima inisiatif utama, yang akan melibatkan seluruh *stakeholder* Perusahaan.

Gambar 9. Lima Prinsip Utama PT. Indosat Tbk. dalam Kerangka Kerja Tata Kelola Perusahaan

<p>Transparansi Komite Keterbukaan Informasi Informasi Material Media Distribusi Paparan Publik Corporate Secretary</p>	<p>Akuntabilitas Kode Etik & Nilai-nilai Perusahaan Struktur Pengelolaan Perusahaan Dewan Komisaris Komite-komite Dewan Komisaris • Komite Audit • Komite Remunerasi • Komite Manajemen Risiko Direksi Indikator Kinerja Utama</p>	<p>Pertanggungjawaban Perubahan Anggaran Dasar Asset Liability Management Kepatuhan terhadap batasan (Covenant) Kepatuhan terhadap Regulasi Pengendalian Internal Tanggung jawab pada Stakeholder</p>
<p>Independensi Perangkapan Jabatan Daftar Khusus Auditor Independen Rapat Umum Pemegang Saham</p>		<p>Kesetaraan Kesetaraan Informasi bagi Pemegang Saham Larangan Perdagangan Orang Dalam Sumber Daya Manusia Perjanjian Kerja Bersama Komunikasi Internal</p>

Sumber: *Annual Report* PT. Indosat Tbk. tahun 2008 pada <http://www.indosat.com> 4.3.2

5.2 Pengungkapan Akuntansi Pertanggungjawaban Lingkungan

Dalam pengungkapannya pada laporan keberlanjutan dan laporan tahunan perusahaan tahun 2008, PT. Indosat Tbk. hanya mengungkapkan bahwa selama tahun 2008 dana yang disalurkan oleh perusahaan untuk penyelenggaraan dan realisasi program-program CSR sebesar Rp. 40 milyar. Namun dalam hal ini perusahaan tidak mengungkapkan kebijakan akuntansi mengenai biaya yang sudah dikeluarkan sehubungan dengan penyelenggaraan program-program CSR dalam catatan atas laporan keuangan. Ditinjau dari tujuan pemberian informasi akuntansi maka pengungkapan informasi biaya penyelenggaraan program CSR adalah untuk mengkomunikasikan antara seluruh transaksi yang terjadi dalam suatu perusahaan dengan pemakainya guna pertimbangan ekonomis dan keputusan investasi yang rasional. Sehingga informasi yang disampaikan belum bisa menggambarkan secara relevan dan *reliable* karena biaya yang diakui tidak tampak secara langsung dalam laporan keuangan maupun catatan atas laporan keuangan.

Mengingat bahwa biaya penyelenggaraan program-program CSR merupakan biaya yang sudah dikeluarkan perusahaan, maka perusahaan harus mengungkapkan dalam catatan laporan keuangan tentang kebijakan akuntansi yang diterapkan oleh perusahaan berkaitan dengan biaya penyelenggaraan program-program *Corporate Social Responsibility* sebagai wujud pertanggungjawaban akuntansi lingkungan dan sosial perusahaan. Dengan demikian informasi tentang biaya program CSR dapat

mencerminkan tingkat aktivitas yang menyeluruh tentang usaha perusahaan dalam pertanggungjawaban sosial.

5.3 Pengungkapan CSR Terkait Informasi *stakeholder*

Perusahaan yang dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis saat ini adalah perusahaan yang sadar akan dampak operasional yang mereka lakukan kemudian berinisiatif melakukan sesuatu untuk meminimalisir dampak buruk untuk meningkatkan reputasi secara nyata. Pada saat yang bersamaan perusahaan juga menyadari bahwa *stakeholder* merupakan bagian terpenting dalam pertumbuhan operasional perusahaan. Kesadaran tersebut kemudian dituangkan dalam merencanakan program CSR dan menyajikan informasi yang terkait dengan *stakeholder* sehingga mampu bekerja sama dengan mereka untuk menciptakan sistem kerja CSR yang efektif dan menguntungkan setiap pihak.

Menyadari pentingnya peranan para *stakeholder* bagi pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan, PT. Indosat Tbk menerapkan strategi manajemen dan pembinaan hubungan baik dengan para *stakeholder* yang mengacu pada prinsip tata kelola perusahaan dan nilai budaya kerja PT. Indosat Tbk.. Sesuai komitmen tanggung jawab sosial perusahaan yang ditujukan bagi para *stakeholder*, PT. Indosat Tbk. berupaya menciptakan pertumbuhan yang harmonis dan berkelanjutan.

5.4 Pelaporan Indeks Publisitas Pengungkapan Informasi CSR

Berikut akan disampaikan praktik *Corporate Sustainability* dalam masing-masing aspek yang lazim digunakan sebagai acuan pengungkapan program CSR perusahaan bisnis.

Tabel 1. Praktik CS dari aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan

Area Praktik dari Aspek Ekonomi	Area Praktik dari Aspek Sosial	Area Praktik dari Aspek Lingkungan
Keamanan dan Dampak dari Produk	Perlindungan Melawan Tindakan Kekerasan terhadap tenaga Kerja dan Penggunaan tenaga Kerja di bawah Umur	Proaktif Mendukung isu-isu Positif yang Berkenaan dengan isu-isu Lingkungan
Perlakuan yang Fokus kepada Konsumen	Kesempatan yang Sama untuk Semua Pekerja	Mengelola Dampak Resiko Lingkungan
Mengelola Pemasok secara Bertanggung Jawab	Pelatihan dan Pengembangan yang Profesional	Kinerja Lingkungan
Menjaga Privasi Data Pelanggan dan Pemasok	Hubungan Internal yang Baik	
	Kompensasi Karyawan	
	Kesehatan dan Keamanan di Tempat Kerja	
	Berpartisipasi di dalam Kemitraan Global untuk Kesehatan	
	<i>Sponsoring</i>	
	Mendukung Pendidikan	

	untuk Komunitas Khusus	
--	------------------------	--

Sumber: Dwi Kartini, 2009. Corporate Sicoal Resposibilitty Transformasi Konsep Sustainability Manajement dan Implementasi di Indonesia, halaman 100-103

Tabel 2. Checklist informasi yang terkait kebutuhan stakeholder internal dalam Sustainability Report PT. Indosat Tbk. tahun 2008

Katagori Stakeholder internal	Penyajian dalam laporan	
	Ya	Tidak
Pernyataan		
Karyawan/Ketenagakerjaan		
1. Tren tahunan rata-rata jumlah tenaga kerja		
2. Fasilitas keselamatan dan kesehatan kerja		
3. Indeks biaya kesehatan dan medis karyawan		
4. Pengungkapan data penggajian dan upah (termasuk tunjangan)		
5. Pengungkapan Indeks biaya penggajian dan tunjangan karyawan		
6. Pengungkapan Indeks pelatihan karyawan pertahun		
7. Pengungkapan kesetaraan <i>gender</i> dan penempatan kerja		
8. Pengungkapan pengalokasian cuti karyawan (serikat kerja)		
9. Pengungkapan kebijaksanaan jabatan atau pekerjaan		
10. Pengungkapan pengalokasian program dan dana pensiun		
11. Presentase gaji untuk pensiun		
12. Statistik tenaga kerja termasuk masa kerja dan kelompok usia		
13. Penyediaan fasilitas pelatihan dan aktivitas rekreasi		
14. Statistik kecelakaan kerja		
15. Re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja		
Pemegang Saham dan Dewan Direksi		
1. Pengungkapan profil, tugas, dan wewenang dewan direksi		
2. Pengungkapan kode etik, visi, dan misi perusahaan		
3. Pengungkapan anggaran dasar perusahaan		
4. Pengungkapan Indeks kinerja keuangan perusahaan		
5. Pengungkapan Indeks pertumbuhan laba operasional perusahaan		
6. Pengungkapan rasio keuangan perusahaan		
7. Pengungkapan Indeks dan prosentase pemegang saham		
8. Pengungkapan tren tahunan pertumbuhan instrumen operasional		
9. Pengungkapan rasio usaha perusahaan		
10. Pengungkapan perputaran jumlah saham beredar		
11. Pengungkapan laporan audit keuangan		
12. Pengungkapan kebijaksanaan hak atas pemegang saham		
13. Pengungkapan rasio hutang lancar		
14. Pengungkapan Indeks <i>dividen disclosure</i>		
15. Pengungkapan profil hutang perusahaan		
16. Pengungkapan pembagian laba		
17. Pengungkapan penghargaan pengelolaan perusahaan		

Tabel 3. Checklist informasi yang terkait kebutuhan stakeholder external dalam Sustainability Report PT. Indosat Tbk. tahun 2008

Katagori Stakeholder Eksternal	Penyajian dalam laporan	
	Ya	Tidak
Pernyataan		
1. Pelanggan/Konsumen		
1. Pengungkapan mutu produk dan standar kualitas pelayanan jasa		
2. Tren pertumbuhan jumlah konsumen		
3. Pengungkapan peningkatan kualitas teknis perusahaan		
4. Tren pertumbuhan jumlah Base Transceiver Station (BTS)		
5. Pengungkapan peningkatan kualitas penanganan keluhan konsumen		
6. Indeks training peningkatan kualitas <i>service excellence</i>		
7. Indeks pertumbuhan kantor pelayanan		
8. Indeks pertumbuhan <i>Customer Service</i>		
9. Pengungkapan Perlindungan Konsumen		
10. Gambaran pengeluaran riset dan produk		
11. Produk memenuhi standar keselamatan konsumen		
12. Informasi atas keselamatan produk perusahaan		
13. Penghargaan atas mutu produk perusahaan		
14. Penjagaan data dan privasi konsumen		
2. Pemasok (Supplier)		
1. Pengungkapan sistem administrasi pengadaan barang		
2. Pengungkapan <i>supplier benefit</i>		
3. Pengungkapan standar pemakaian bahan baku ramah lingkungan		
4. Informasi tanggung jawab sosial dalam rantai pemasok		
5. Pengungkapan penciptaan perjanjian bisnis yang inovatif		
6. Informasi stabilitas pemasok dan masa depan perusahaan		
7. Pengungkapan hubungan perusahaan yang transparan dengan pemasok		
8. Indeks pertumbuhan pemasok		
9. Pengungkapan perjanjian kerja yang memenuhi kebijakan energi perusahaan		

Tabel 4. Checklist informasi yang terkait kebutuhan stakeholder eksternal dalam Sustainability Report PT. Indosat Tbk. tahun 2008

Katagori Stakeholder Eksternal	Penyajian dalam laporan	
	Ya	Tidak
Pernyataan		
3. Lingkungan		
1. Pengungkapan kebijakan akuntansi biaya lingkungan perusahaan		
2. Pengungkapan Sertifikat lingkungan dan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL)		
3. Pengungkapan program CSR berdampak lingkungan		
4. Indeks alokasi biaya program CSR berdampak lingkungan		
5. Kontribusi perusahaan terhadap optimalisasi sumber daya alam		
6. Pengungkapan pengolahan polusi (termasuk pengolahan Limbah)		
7. Pengungkapan alokasi biaya pengelolaan polusi		
8. Pengungkapan departemen penanggungjawab akuntansi lingkungan		
9. Menyediakan program perbaikan kerusakan lingkungan		

10. Pengungkapan alokasi biaya perbaikan kerusakan lingkungan		
11. Pengungkapan upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi		
12. Penghargaan perusahaan atas kepedulian lingkungan		
13. Melakukan riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk		
Katagori Stakeholder Eksternal	Penyajian dalam laporan	
Pernyataan	Ya	Tidak
4. Kemasyarakatan		
1. Pengungkapan struktur pengelolaan dan tata kelola perusahaan		
2. Pengungkapan standarisasi kebijakan lingkungan sekitar BTS		
3. Pengungkapan dukungan perusahaan pada masyarakat atau sponsor		
4. Pengungkapan kontribusi terhadap optimalisasi sumber daya alam		
5. Pengungkapan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi		
6. Pengungkapan kontribusi terhadap peningkatan sumber daya manusia		
7. Indeks alokasi biaya program CSR berdampak sosial		
8. Pengungkapan penggunaan tenaga kerja peruh waktu dari mahasiswa		
9. Menyediakan alokasi biaya untuk sponsor kegiatan masyarakat		
10. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat		
11. Mendukung pengembangan industri lokal		
12. Dukungan pada lembaga terkait (pendidikan, perlindungan konsumen, lembaga sosial dll.)		
5. Distributor		
1. Pengungkapan prioritas lapangan pekerjaan bagi masyarakat		
2. Pengungkapan jaringan distribusi penjualan yang aman dan efektif		
3. Pengungkapan program pembinaan hubungan distributor		
4. Data rata-rata distributor per segmen		
5. Pengungkapan Praktik pemasaran, informasi dan keselamatan konsumen		
6. Indeks pertumbuhan distributor		

Hasil pengamatan terhadap *official website* PT. Indosat Tbk. menunjukkan bahwa PT. Indosat Tbk. telah mencoba mengembangkan media komunikasi terintegrasi bagi para *stakeholder* berupa *website* perusahaan (<http://www.indosat.com>) dan memanfaatkan halaman resmi perusahaan tersebut sebagai rujukan informasi korporat untuk mengungkapkan program CSR yang dilakukannya, baik dari sisi tata kelola perusahaan (*Organizational Governance*), pengungkapan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terkait dengan kepentingan informasi *stakeholder* dan sisi akuntansi lingkungan sebagai bagian dari pertanggungjawaban sosial, walaupun untuk kebijakan akuntansi atas pengelolaan dampak atau pertanggungjawaban lingkungan kurang menyeluruh pengungkapannya. Dalam pengungkapannya pada laporan keberlanjutan dan laporan tahunan perusahaan tahun 2008, PT. Indosat Tbk. hanya mengungkapkan bahwa selama tahun 2008 dana yang disalurkan oleh perusahaan untuk penyelenggaraan dan realisasi program-program pertanggungjawaban sosial sebesar Rp40 milyar. Namun dalam hal ini perusahaan tidak mengungkapkan kebijakan akuntansi mengenai biaya yang sudah dikeluarkan sehubungan dengan penyelenggaraan program-program CSR dalam catatan atas laporan keuangan.

Dari tabel-tabel pengungkapan daftar *checklist* diatas dapat dilihat bahwa PT. Indosat Tbk. telah mengungkapkan 81 dari 86 atau sebesar 94% informasi yang relevan dengan CSR kepada *stakeholder*-nya melalui *official website* perusahaan. Indeks tersebut diperoleh dari informasi yang terkait kebutuhan *stakeholder internal* dan *stakeholder external* dalam *Sustainability Report* PT. Indosat Tbk. tahun 2008 diantaranya pelaporan sebanyak 31 informasi untuk katagori *stakeholder internal* yang terdiri dari 14 pelaporan yang terkait dengan pengungkapan informasi karyawan/ketenagakerjaan, dan 17 pelaporan yang terkait dengan pengungkapan informasi pemegang saham dan dewan direksi, serta untuk katagori *stakeholder external* pelaporan sebanyak 50 informasi yang terdiri dari 14 pelaporan informasi pelanggan, 8 pelaporan informasi pemasok (*supplier*), 10 pelaporan kebijakan lingkungan, 12 pelaporan informasi kemasyarakatan, dan 6 pelaporan informasi untuk distributor.

6. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah perusahaan telah memanfaatkan *official website*-nya dalam mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan meliputi sisi tata kelola perusahaan (*Organizational Governance*) dan sisi akuntansi lingkungan serta bagaimana perusahaan mengungkapkan program-program CSR terkait dengan kepentingan informasi bagi *stakeholder* sebagai pertanggungjawaban sosial. Sesuai dengan pengamatan yang dikemukakan pada bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. PT. Indosat Tbk. telah mencoba mengembangkan media komunikasi terintegrasi bagi para *stakeholder* berupa *website* perusahaan (<http://www.indosat.com>) dan memanfaatkan halaman resmi perusahaan tersebut sebagai rujukan informasi korporat untuk mengungkapkan program CSR yang dilakukannya, baik dari sisi tata kelola perusahaan (*Organizational Governance*), yang dilandasi oleh lima prinsip utama yaitu Transparansi, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Independensi dan Kesetaraan.
- b. Untuk pengungkapan sisi akuntansi lingkungan PT. Indosat Tbk. hanya mengungkapkan bahwa selama tahun 2008 dana yang disalurkan oleh perusahaan untuk penyelenggaraan dan realisasi program-program CSR sebesar Rp. 40 milyar. Namun dalam hal ini perusahaan tidak mengungkapkan kebijakan akuntansi mengenai biaya yang sudah dikeluarkan sehubungan dengan penyelenggaraan program-program CSR dalam catatan atas laporan keuangan. Ditinjau dari tujuan pemberian informasi akuntansi maka pengungkapan informasi biaya penyelenggaraan program CSR adalah untuk mengkomunikasikan antara seluruh transaksi yang terjadi dalam suatu perusahaan dengan pemakainya guna pertimbangan ekonomis dan keputusan investasi yang rasional. Sehingga informasi yang disampaikan belum bisa menggambarkan secara relevan dan *reliable* karena biaya yang diakui tidak tampak secara langsung dalam laporan keuangan maupun catatan atas laporan keuangan.
- c. PT. Indosat Tbk. telah mengungkapkan 94% informasi relevan dengan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disajikan dan terkait dengan kepentingan informasi *stakeholder*-nya baik internal yaitu pemegang

saham, direksi dan karyawan, maupun *stakeholder* eksternal yaitu pelanggan dan masyarakat, pemasok dan distributor.

- d. Pengukuran indeks publisitas kuantitas informasi program-program CSR menghasilkan 81 dari 86 informasi yang relevan dengan CSR kepada *stakeholder*-nya melalui *official website* perusahaan. Indeks tersebut diperoleh dari informasi dalam *Sustainability Report* PT. Indosat Tbk. tahun 2008 diantaranya pelaporan sebanyak 31 informasi untuk kategori *stakeholder internal* yang terdiri dari 14 pelaporan yang terkait dengan pengungkapan informasi karyawan/ ketenagakerjaan, dan 17 pelaporan yang terkait dengan pengungkapan informasi pemegang saham dan dewan direksi, serta untuk kategori *stakeholder external* pelaporan sebanyak 31 informasi yang terdiri dari 14 pelaporan informasi pelanggan, 8 pelaporan informasi pemasok (*supplier*), 10 pelaporan kebijakan lingkungan, 12 pelaporan informasi masyarakat, dan 6 pelaporan informasi untuk distributor.

6.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan, yaitu:

- a. Akuntansi sosial yang meliputi pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan bidang ilmu yang relatif baru dibandingkan dengan bidang ilmu akuntansi konvensional lainnya, sehingga literatur yang ada masih terbatas.
- b. Penerapan akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak dapat didasarkan pada satu disiplin ilmu saja, sehingga membutuhkan disiplin ilmu yang lain juga misalnya ekonomi lingkungan, manajemen operasional dan perilaku organisasi
- c. Belum adanya standar baku bidang akuntansi yang dapat memberikan pedoman yang jelas dan benar mengenai pengungkapan informasi yang terkait *stakeholder* dari IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia) sebagai penyusun PSAK.
- d. Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan penyebaran kuisioner terhadap kebutuhan informasi *stakeholder* dikarenakan keberadaan *stakeholder* yang luas dan tersebar didalam negeri maupun diluar negeri.

6.3 Saran

- a. Pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaann terhadap *stakeholder* harus lebih menyeluruh dengan meliputi data kuantitatif dan kualitatif yang benar-benar menggambarkan tingkat aktivitas sosial perusahaan, sehingga penilaian yang optimal atas pertanggungjawaban sosial perusahaan bisa tercapai dan tidak terlihat sebagai kamufase untuk menciptakan nilai positif perusahaan saja.
- b. Perusahaan harus mengungkapkan kebijakan akuntansi sehubungan dengan penginternalisasian biaya operasional program CSR untuk mengkomunikasikan seluruh transaksi yang terjadi dalam perusahaan guna pertimbangan ekonomis dan keputusan investasi yang rasional.
- c. Untuk IAI sebagai penyusun PSAK diharapkan agar segera menyusun standar khusus tentang laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan terutama tentang pengungkapan informasi yang dibutuhkan *stakeholder* sebagai acuan pengukuran pengungkapan.
- d. Untuk penelitian berikutnya dapat dilakukan survey indeks publisitas untuk mengetahui berapa banyak perusahaan, khususnya yang beroperasi di Indonesia,

yang telah memanfaatkan *official website*-nya untuk mengungkapkan CSR yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Ati, Ade. 2008. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Official Website* Perusahaan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk. seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen. Depok: Auditorium Universitas Gunadarma.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2000. Teori Akuntansi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Budimanta, Arif dkk. 2004. *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kin*. Jakarta: ICSD.
- Darwin, Ali. 2006. "Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan, dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia". *Economics, Business Accounting Review*. Edisi III. September-Desember.
- Elkington, John 1998. *Canibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Emilia Nurdin, M. Fani, 2006. Pengaruh Kualitas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan dalam Laporan Tahunan terhadap Reaksi Investor, thesis. Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran.
- Gray, R., Kouhy. R, & Lavers. S. 1995. "Corporate Social and Environmental Report". *Accounting and Auditing Journal*. Vol. 8. No 2. pp. 47-77.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2007, *Standar Akuntansi Keuangan per 1 Oktober 2004*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kartini Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Lantos, G. P. 2002. "The ethicality of altruistic corporate social responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 No. 3, pp. 205-230.
- Patten, Dennis M. 1990. *The Market Reaction to Social Responsibility Disclosures: The Case of the Sullivan Principles Signings*, Accounting, Organizations and Society, Oxford, Vol. 15, Iss. 6, pg. 575.
- Pflieger, Juli, Matthias Fischer, Thilo Kupfer, Peter Eyerer. 2005. *The contribution of life cycle assessment to global sustainability reporting of Organization. Management of environmental* Vol. 16, No 2.
- Solihin Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Bandung: Salemba Empat.
- Sustainability Report PT. Indosat Tbk., 2008, Making the World a Better Place, Sumber : <http://www.indosat.com>.
- Supomo, Sita 2004 "Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Prinsip GCG" (online) (<http://www.republika.com>, diakses 7 Desember 2009
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tamam Achda, 2006, "konteks sosiologis perkembangan *corporate social responsibility* (csr) dan implementasinya di indonesia", *Seminar Nasional: Universitas Nasional*.
- Umar, Husein. 1997. Riset Akuntansi, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wikipedia 2008, *Corporate Social Responsibility*, http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility diakses 7 Desember 2009.
<http://blog.unila.ac.id>, diakses 7 Desember 2009.
<http://www.iso.org>, diakses 27 februari 2010