

PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERBANKAN DI INDONESIA

Trudy Maryona Nussy

Politeknik Negeri Ambon
Jl. Ir. M. Putuhena, Wailela-Ambon, 97234, Indonesia.

Abstract

The objective of research was to examine the effect of firm size and gross earning to the disclosure of corporate social responsibility (CSR). The research was conducted to the banks listed in Indonesia Stock Exchange in 2012. Sampling technique used was purposive sampling. Hypothesis testing was conducted by using multiple regression. The result of research indicated that firm size did not have an effect on CSR disclosure but gross earning influenced or had effect on CSR disclosure.

Key words: CSR disclosure, firm size, gross earning

Peran CSR sangat penting bagi terciptanya kesinambungan pembangunan baik ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Perusahaan diharapkan dapat maju dan berkembang secara harmonis bersama dengan masyarakat sekitar perusahaan. Pengungkapan CSR adalah proses pengomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray *et al.*, 1995a).

Teori legitimasi menyiratkan bahwa organisasi harus memastikan kegiatan yang dilakukan berada dalam kerangka kerja (norma) dari masyarakat dimana perusahaan beroperasi (Brown & Deegan, 1999). Legitimasi merupakan suatu kondisi dimana sistem nilai dari suatu entitas adalah

sama dengan sistem nilai dari suatu sistem sosial yang lebih besar dimana entitas tersebut menjadi bagiannya (Lindblom, 1994). Perusahaan dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan pelaksanaan CSR melalui pengungkapannya dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan (Haniffa & Cooke, 2005). Pengungkapan CSR dilakukan agar bentuk kontribusi yang telah dilaksanakan dapat diketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan.

Semakin berkembangnya tuntutan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan menyebabkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap keberadaan perusahaan menjadi lebih luas, tidak hanya *shareholders*, tetapi juga *stakeholders* lainnya seperti pegawai, pelanggan, pemasok, kreditur, dan

Korespondensi Penulis:

Trudy Maryona Nussy: Telp. +62 911 322 609; Fax. +62 911 343 591

E-mail: trudy.maryona@gmail.com

masyarakat. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders* dan perusahaan akan mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya (Devina, 2004). O’Riordan & Fairbrass (2008) mengemukakan mekanisme *stakeholders dialogue* sebagai pendekatan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholders*. Mekanisme *stakeholders dialogue* merupakan proses yang secara konstruktif memberikan pandangan dan kontribusi mengenai bentuk dan tingkat tanggung jawab sosial yang harus dilakukan perusahaan sehingga manajer perusahaan dapat menemukan cara untuk mengidentifikasi, mengarahkan, dan menyeimbangkan tuntutan dari *stakeholders*. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Gray *et al.*, 1995b). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*.

Bank dan penyedia jasa keuangan lainnya memainkan peranan penting karena bank tidak hanya sebagai penerima tetapi juga penyedia investasi yang bertanggungjawab sosial (Montgomery & Ramus, 2003). Bank bisa mendapatkan keuntungan dengan menerapkan berbagai ide dasar terkait CSR pada kebijakan mereka yang berhubungan dengan sumber daya manusia dan keterlibatan dalam masyarakat, namun pelaporan keterlibatan bank pada CSR di berbagai negara tidak sama (Heal, 2004).

Beberapa negara misalnya Perancis telah memasukan CSR sebagai pelaporan wajib (Wikipedia, 2006 dalam Khan *et al.*, 2009), sedangkan di beberapa negara lain kegiatan CSR dilakukan secara sukarela oleh bank. Tsang (1998) menyatakan industri perhotelan, perbankan, serta perusahaan makanan dan minuman di Singapura hanya melakukan beberapa pengungkapan CSR.

Halabi *et al.* (2006) membuktikan bahwa 4 dari 10 perusahaan terkemuka di Singapura serta semua bank melakukan pengungkapan yang berhubungan dengan lingkungan, praktik ketenagakerjaan, dan hak asasi manusia. Sektor perbankan Yunani mengungkapkan informasi semacam ini melalui akuntansi lingkungan (Nikolaou, 2007).

Ketepatan realisasi kebijakan dan program CSR perbankan di Indonesia dengan format standar menjadi isu penting dalam sejumlah diskusi publik (Wibowo, 2007). Format standar yang dimaksud adalah kecenderungan penerapan CSR dalam hal pendidikan (pemberian beasiswa, renovasi fisik bangunan sekolah, dan pemberian bantuan buku perpustakaan), kesehatan (pendanaan untuk pengobatan masal dan pembangunan atau renovasi gedung puskesmas), ekonomi (pemberian bantuan modal, pemberian bantuan kegiatan ekonomi produktif, dan memediasi ke akses permodalan), bidang sosial-keagamaan (pemberian bantuan untuk pembangunan sarana ibadah dan penyelenggaraan khitanan masal), serta bantuan untuk bencana (pemberian bantuan obat dan makanan, upaya evakuasi, serta pembangunan kembali rumah dan infrastruktur yang rusak) (Prajarto, 2012).

Penerapan CSR dunia perbankan di Indonesia masih berada pada generasi kedua CSR yang menekankan keterkaitan kebijakan dan program CSR dengan strategi bisnis jangka panjang perbankan (Prajarto *et al.*, 2007). Namun belakangan ini terdapat kecenderungan untuk mulai memasuki generasi ketiga penerapan CSR yang menekankan pada upaya korporasi dalam menghapus kemiskinan, mencegah degradasi lingkungan, serta membangun bisnis bersama masyarakat (Zadek, 2001).

Undang-Undang Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas (PT) mengatur pelaksanaan CSR bank swasta di Indonesia, sedangkan bank pemerintah diatur lebih rinci dalam peraturan menteri negara badan usaha milik negara dengan usaha

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan di Indonesia

Trudy Maryona Nussy

kecil dan program bina lingkungan. Program ke-mitraan tersebut ditujukan untuk pengelolaan sumber daya alam dan kekayaan negara demi kesejahteraan hidup rakyat Indonesia.

Pemerintah kini sedang berlomba untuk menjadi *icon* perbankan yang berbasis kerakyatan. Dengan tujuan merangkul masyarakat Indonesia secara luas membuat bank pemerintah melaksanakan CSR lebih banyak (Janah & Saraswati, 2013). Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa perbankan Indonesia memiliki *major shareholder* yang berbeda yakni swasta dan pemerintah akan menyebabkan perbedaan pengambilan keputusan strategis perusahaan, termasuk keputusan pelaksanaan dan pengungkapan CSR.

Tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan dan *gross earning* terhadap pengungkapan CSR bank di Indonesia. Penelitian ini berkontribusi pada teori *stakeholder* dimana pengungkapan CSR melalui laporan tahunan dilakukan untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang telah dilakukan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

HIPOTESIS

Berdasarkan konsep dan kajian empiris, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H₂: *gross earning* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

METODE

Populasi penelitian ini adalah seluruh bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* yakni mengambil sampel

dari populasi berdasarkan kriteria tertentu (Hartono, 2007) yaitu memiliki tahun buku yang berakhir 31 Desember, *annual report* mengandung laporan CSR.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSRI dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan 0 jika tidak. Instrumen pengukuran dalam *checklist* yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan Sembiring (2005). Rumus perhitungan CSRI (Haniffa & Cooke, 2005) adalah:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR_{ij} = *corporate social responsibility* index perusahaan j

n_j = jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j ≤ 63

X_{ij} = 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Dengan demikian, 0 ≤ CSR_{ij} ≤ 1

Variabel independen untuk mengukur pengungkapan CSR yakni *size*, diukur dengan total aset dan laba kotor (*gross earning*). Pegujian hipotesis menggunakan *multiple regression* dengan model persamaan sebagai berikut:

$$CSDI = \beta_0 + \beta_1 \text{Size} + \beta_2 \text{GE} + \varepsilon$$

Keterangan:

CSDI = *corporate social disclosure index*

β₀ = *intercept* regresi

β₁, β₂ = koefisien regresi

Size = ukuran perusahaan

GE = *gross earning*

ε = error

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda Tahun 2012

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	P-Value	Keterangan
Intersep	0,247			
Size	9,665	0,909	0,371	Tidak signifikan
GE	8,669	4,266	0,000	Signifikan
R	= 0,702			
R square	= 0,493			
Adjusted R square	= 0,457			
F hitung	= 13,662			
Sig,	= 0,000			

HASIL

Sampel dalam penelitian ini terdiri atas 31 bank. Hasil uji asumsi klasik yakni normalitas, heterokedastisitas, multikolinieritas, dan auto-korelasi telah terpenuhi sehingga analisis regresi layak untuk digunakan.

Koefisien *adjusted R square* sebesar 0,457 menunjukkan bahwa *size* dan *gross earning* yang digunakan dalam persamaan regresi secara bersama-sama dapat menjelaskan variabilitas pengungkapan CSR sebesar 45,7%. Sedangkan sisanya sebesar 54,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian membuktikan bahwa GE berpengaruh terhadap pengungkapan CSR namun *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

PEMBAHASAN

Alasan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah perusahaan yang lebih besar lebih dikritisi oleh masyarakat umum dan kelompok masyarakat yang secara khusus menaruh perhatian pada masalah sosial. Hackston & Milne (1996) berpendapat perusahaan besar melakukan lebih banyak kegiatan, memiliki dampak lebih besar pada masyarakat dan memiliki lebih banyak pemegang saham yang mungkin peduli dengan program-program sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini mendukung penelitian Aly *et al.* (2010) yang menyatakan *size* sebagai salah satu karakteristik perusahaan, tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Akinpelu *et al.* (2013).

Gross earning berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian Akinpelu *et al.* (2013) yakni *gross earning* berkorelasi negatif dan tidak signifikan secara statistik dengan pengungkapan CSR. Program-program CSR yang dilaksanakan tidak sekedar mengembalikan sebagian keuntungan kepada masyarakat, tetapi lebih ditekankan untuk mewujudkan hubungan yang harmonis dengan komunitas dan lingkungan, serta dapat saling memberikan nilai tambah kepada semua pihak secara berkesinambungan. Terlepas dari besar atau kecilnya nilai nominal keuntungan bank yang dialokasikan untuk program-program CSR, sejumlah inisiatif yang dilakukan bank-bank memberi penegasan tentang kontribusi industri perbankan terhadap pembangunan (Prajarto, 2012).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

CSR merupakan bagian dari strategi bisnis yang memberikan perhatian pada aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan demi keberlanjutan operasi

perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial tidak hanya dilakukan oleh industri yang aktivitasnya berhubungan langsung dengan lingkungan alam, tetapi juga sektor yang lain seperti perbankan. Bank memainkan peranan penting karena bank tidak hanya sebagai penerima tetapi juga penyedia investasi yang bertanggung jawab sosial. Dengan menerapkan berbagai kebijakan terkait CSR yang berhubungan dengan sumber daya manusia dan keterlibatan dalam aktivitas masyarakat, bank bisa memperoleh keuntungan.

Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan dan *gross earning* terhadap pengungkapan CSR bank-bank yang terdaftar pada BEI tahun 2012. Hasil penelitian membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR namun *gross earning* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Saran

Keterbatasan dalam penelitian ini yakni periode pengamatan hanya satu tahun sehingga penelitian ini hanya menggambarkan pengungkapan CSR tahun 2012. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas periode pengamatan dengan menggunakan indikator lain dalam mengukur pengungkapan CSR misalnya indikator CSR GRI.

Peran perbankan dalam pembangunan di Indonesia dapat terlihat melalui berbagai program CSR yang dilakukan. Pengungkapan aktivitas CSR perbankan diharapkan terus ditingkatkan dan dilakukan secara berkesinambungan sehingga berbagai kebijakan dan program CSR yang telah dilakukan dapat dikomunikasikan kepada berbagai pihak.

Sebagai acuan dalam pelaporan CSR, perlu ditetapkan suatu standar untuk menilai efektivitas kegiatan CSR perusahaan sehingga tidak menimbulkan ketidakjelasan tentang perusahaan mana dan seperti apa yang wajib melakukan CSR, kegiatan seperti apakah yang dapat dinamakan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Akinpelu, Y.A., Ogunbi, O.J., Olaniran, Y.A., & Ogunseye, T.O. 2013. Corporate Social Responsibility Activities Disclosure by Commercial Banks in Nigeria. *European Journal Business and Management*, 5(7): 173-185.
- Aly, D., Simon, J., & Hussainey, K. 2010. Determinants of Corporate Internet Reporting Evidence from Egypt. *Managerial Auditing Journal*, 25(2): 182-202.
- Devina, F. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta. *Tesis*. Program Studi Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Brown, N. & Deegan, C. 1999. The Public Disclosure of Environmental Performance Information – A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*, 29(1): 21–41.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. 1995a. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 8(2): 47-77.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. 1995b. Methodological Themes: Constructing a Research Database of Social and Environmental Reporting by UK Companies. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 8(2): 78-101.
- Hackston, D. & Milne, M.J. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 9(1): 77–108.
- Halabi, A.K., Kazi, A.U., Dang, V., & Samy, M. 2006. Corporate Social Responsibility: How the Top Ten Stack Up. *Monash Business Review*, 3(2): 20-40.
- Haniffa, R.M. & Cooke, T.E. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5): 391-430.
- Hartono, J. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.

- Heal, G.M. 2004. Corporate Social Responsibility-An Economic and Financial Framework. *Columbia Business School-Finance and Economics*, 12(4): 1-33.
- Janah, A & Saraswati, E. 2013. Analisis Pelaksanaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan di Indonesia (Studi Komparatif Bank Pemerintah dan Bank Swasta). *Jurnal dan Prosiding SNA*, 16(13): 4837-4856.
- Khan, M.H.U.Z., Halabi, A.K., & Samy, M. 2009. Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting: A Study of Selected Banking Companies in Bangladesh. *Social Responsibility Journal*, 5(3): 344-357.
- Lindblom, C.K. 1994. The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure. *Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference New York*.
- Montgomery, D.B. & Ramus, C.A. 2003. Corporate Social Responsibility Reputation Effects on MBA Job Choice. *Stanford GSB Working Paper*, 13(1805): 1-13.
- Nikolaou, I.E. 2007. Environmental Accounting as a Tool of Qualitative Improvement of Banks' Service: The Case of Greece. *International Journal of Financial Service Management*, 2(2): 133-143.
- O'Riordan, L. & Fairbrass, J. 2008. Corporate Social Responsibility (CSR): Models And Theories In Stakeholders Dialogue. *Journal of Business Ethics*, 83(4): 745-758.
- Prajarto, N. 2012. *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada.
- Prajarto, N., Wahyuni, H.I., Sulhan, M., Yuliarso, K.K., & Jamilah, A. 2007. *Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Malaysia dan Indonesia: Perspektif Komunikasi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. Solo
- Tsang, E.W.K. 1998. A longitudinal Study of Corporate Social Reporting in Singapore: The Case of The Banking, Food and Beverages and Hotel Industries. *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, 11(5): 624-633.
- Wibowo, P. 2007. *Kaji Ulang Praktik CSR Perbankan*. <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080208100131-a.pdf>. Diakses Tanggal 1 Agustus 2012.
- Zadek, S. 2001. *The Civil Corporation: The New Economy of Corporate Citizenship*. London: Earthscan.