

FENOMENOLOGI: AUDIT SOSIAL DALAM IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI UPAYA MENCAPAI GREEN ECONOMIC (STUDI KASUS PADA PT APAC INTI CORPORA BAWEN SEMARANG)

Rachmawati Meita Oktaviani

Pancawati Hardiningsih

Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang

meita.rachma@gmail.com

Abstract: *This study aims to answer the research question how social audit is implemented of Corporate Social Responsibility. This research is a qualitative study using phenomenology analysis. The focus of the philosophy of phenomenology is the understanding of the response of the presence or existence of human beings, not just understanding any part of the specific or particular behavior. Object of research is at PT APAC INTI CORPORA Bawen Semarang. The data were collected by interview and documentation techniques. The results showed that social audit is a part of the company's strategy phases to be done. Social audit conducted in the form of obtaining such certification ISO 9001, ISO 14001 and PROPER. Social audit was conducted by stakeholders outside the company, it is important to assess whether the activities carried out by the company has been in the interest of all stakeholders in an effort towards green economic.*

Keywords: *Phenomenology, Social Audit, Corporate Social Responsibility, Green Economic*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian bagaimana audit sosial dalam implementasi Corporate Social Responsibility. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis fenomenologi. Fokus filsafat fenomenologi adalah pemahaman tentang respon atas kehadiran atau keberadaan manusia, bukan sekedar pemahaman bagian-bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Obyek penelitian pada PT APAC INTI CORPORA Bawen Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audit sosial merupakan bagian dari tahapan strategi perusahaan yang harus dilaksanakan. Audit sosial dilakukan dalam bentuk memperoleh sertifikasi berupa ISO 9001, ISO 1400, dan PROPER. Audit sosial ini dilakukan oleh pemangku kepentingan di luar perusahaan, hal ini penting untuk menilai apakah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan telah memenuhi kepentingan seluruh pemangku kepentingan sebagai upaya menuju green economic.*

Kata kunci : *Fenomenologi, Audit Sosial, Corporate Social Responsibility, Green Economic*

PENDAHULUAN

Dalam sepuluh tahun terakhir secara perlahan tampak kecenderungan positif yang berkembang cukup baik, yaitu upaya nyata didasarkan niat baik memperbaiki kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat, serta pelestarian lingkungan. Bisnis yang bertanggung jawab secara sosial mempertimbangkan tidak hanya apa yang terbaik bagi perusahaannya saja tetapi juga apa yang terbaik bagi masyarakat umum. (Ambadar, 2008) Fenomena ini menjadi agenda perubahan besar yang dapat memberikan harapan rasa keadilan dan memberi peluang untuk mewujudkan kesejahteraan yang berkelanjutan (*sustainable development*). *Corporate Social Responsibility* merupakan moral yang harus dijustifikasi perilaku bisnis. (Jensen;2001, Margolis and Walsh;2003, Scherer and Palazzo;2007).

Di Indonesia, setiap perusahaan memiliki kewajiban mengungkapkan informasi tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau sering disebut dengan (TJSL). Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia, telah diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang "Penanaman Modal" dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang "Perseroan Terbatas". Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *inside stakeholder* dan *outside stakeholder*.

Corporate Social Responsibility diharapkan tidak akan terjadi lagi ketimpangan antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya. Idealnya *Corporate Social Responsibility* harus terintegrasi dalam kebijakan perusahaan yang merupakan investasi masa depan perusahaan (*social investment*) bukan sekedar dianggap biaya sosial (*cost social*). Namun banyak perusahaan

masih melihat *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari biaya atau tindakan reaktif untuk mengantisipasi penolakan masyarakat dan lingkungan.

Beberapa perusahaan mampu mengangkat status *Corporate Social Responsibility* ke tingkat yang lebih tinggi dengan menjadikan sebagai upaya *brand building* dan peningkatan *corporate image*. Namun masih jarang dijadikan sebagai perencanaan strategis perusahaan Solihin (2008, p. 25-27). Friedman (1988), *Corporate Social Responsibility* dan strategi perusahaan kedua hal tersebut saling bertentang. Tujuan korporasi untuk menghasilkan keuntungan ekonomis bagi para pemegang saham (*shareholder*). Walau demikian, menciptakan sinergi antara *Corporate Social Responsibility* dan strategi bukanlah sesuatu yang lazim. Hal berbeda dikemukakan Porter (2005), hanya dengan menjadikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari strategi perusahaan, maka program-program CSR tersebut bisa langgeng.

Penelitian Linda & Jenny Fairbrass (2008) menyebutkan proses strategi atas program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan terbagi dalam dua tahap yaitu pengembangan strategi (*strategy development*) dan implementasi strategi (*strategy implementation*). Tahapan pengembangan strategi terdiri atas proses menetapkan *value*, memilih alternatif penetapan strategi. Sedangkan tahapan implementasi strategi terdiri atas tahapan implementasi dan tahapan pengawasan dalam menentukan *outcome*. Proses strategy Linda & Jenny ditunjukkan pada Gambar 1.

Sumber pada penelitian Linda & Jenny (2008), *Corporate Social Responsibility* sebagai sebuah program dan menjadi bagian strategi, perlu dilakukan pengawasan.

Bagaimana pengawasan atas program tersebut dilakukan? Tahapan pengawasan dilakukan dalam bentuk dialog atau komunikasi dengan *stakeholder*. Komunikasi dilakukan dengan *internal stakeholder* dan *external stakeholder*. Komunikasi yang dilakukan dengan *external stakeholder* dapat diwujudkan dalam bentuk audit sosial.

Karapetrovic (2002) dan Risako *et al* (2005), audit sosial merupakan bagian dalam implementasi *Corporate Social Responsibility*. Ini dikuatkan Gulsevim dan Gokhan (2009), yang melakukan penelitian atas implementasi audit sosial dengan sampel perusahaan tekstil yang terdaftar pada *Istanbul Stock Exchange* Turki. Hasil penelitian yang dikemukakan, audit sosial yang dilakukan mendasarkan pada implementasi standar bentuk ISO 9001, ISO 14001, ECO TEX-100 dan OHSAS-18001.

Obyek penelitian dilakukan pada PT APAC INTI CORPORA Bawen Semarang. Muncul pertanyaan mengapa memilih obyek tersebut?

1. Untuk mendapatkan gambaran bagaimana implementasi audit sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan
2. Sebagai perusahaan ini memiliki fasilitas infrastruktur terbesar, terintegrasi, serta dilengkapi dengan mesin pertununan dan pemintalan terancang di Indonesia.
3. Sekurang-kurangnya sepuluh tahun yang lalu perusahaan telah melaksanakan program tanggung jawab sosial tetapi kebijakan tanggungjawab sosial ini belum diidentifikasi.
4. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebenarnya sudah harus dipenuhi pada saat izin pendirian perusahaan yaitu dengan AMDAL (Analisa Mengenai Dampak Lingkungan). Yang merupakan metode untuk pengelolaan lingkungan hidup.

TINJAUAN TEORI

Fenomenologi Sebagai Sebuah Pemahaman

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi menurut Bagus (1996) berasal dari bahasa Yunani yang terdiri atas *phainomenon* dan *logos*. *Phainomenon* berarti tampak dan *phainen* berarti memperlihatkan. Sedangkan *logos* berarti kata, ucapan, rasio, pertimbangan. Fenomenologi secara umum dapat diartikan sebagai kajian terhadap fenomena atau apa-apa yang nampak.

Sugiyono (2007), analisis fenomenologi dalam penelitian ini bersifat induktif. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif yang dikembangkan dari filsafat fenomenologi (*phenomenological philosophy*). Fokus filsafat fenomenologi adalah pemahaman tentang respon atas keberadaan manusia, bukan sekedar pemahaman bagian-bagian yang spesifik atau perilaku khusus.

Audit Sosial dari perspektif Strategi Perusahaan

Sebagaimana telah dipaparkan pada bagian sebelumnya proses komunikasi dengan *stakeholder* dapat dilakukan sebagai bagian dalam tahapan implementasi strategi perusahaan. (Linda & Jenny, 2008). Audit sosial sebagai salah satu upaya yang dilakukan. Umumnya audit dikenal sebagai sebuah penilaian (*assessment*) dan evaluasi yang melibatkan pengumpulan informasi mengenai sistem dan laporan keuangan perusahaan. Proses audit dilakukan oleh orang yang kompeten, independen, dan obyektif yang dikenal sebagai auditor atau akuntan.

Seiring berjalannya waktu, audit tidak hanya mencakup pengumpulan informasi tentang keuangan perusahaan. Proses audit juga dilakukan dalam program *Corporate Social Responsibility*. Audit sosial atas program

CSR yang dilaksanakan merupakan pengawasan atas sistem manajemen internal (*internal management system*) yang mencakup: kualitas produk, lingkungan, dan *safety management*. (Karapetrovic, 2002; Risako *et al*, 2005)

Para pekerja sosial (*social worker*), konsultan atau analis kebijakan sebagai pihak yang melakukan audit sosial. Menurut Boyd (1988), audit sosial adalah:

A process that enables an organization to assess and demonstrate its social, economic, and environmental benefit and limitations. It is a way of measuring the extent to which an organization lives up to the shared values and objectives it has committed to. Social audit provides an assessment of impact of organization's non-financial objectives through systematically and regularly monitoring its performance and the views of its stakeholders.

Point penting dalam definisi Boyd (1988) proses audit sosial dilakukan untuk mengukur komitmen yang dilakukan perusahaan sebagai upaya mencapai *Green Economy*

Audit Sosial dalam Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Green Economy

Salah satu bagian dari akuntansi sosial adalah audit sosial. Tujuan audit sosial adalah untuk menilai kinerja perusahaan dalam hubungannya dengan harapan dan kebutuhan masyarakat (Deegan, 2004:322). Hasil audit sosial digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan dan sebagai dasar untuk kegiatan dialog dengan masyarakat.

(Figge & Hahn, 2004), perusahaan yang *sustainable* berusaha menciptakan nilai jangka panjang (*long term value*) dengan

mengurangi dampak terhadap lingkungan. *Corporate Social Responsibility* sebagai tujuan *Sustainable Development*. (Elkington, 1997). Sejalan dengan Elkington, (1997), (Ani Marlia, 2008; Achda, 2008; Nuryana, 2005), *Corporate Social Responsibility* sebagai tujuan *Sustainable Development* merupakan kepedulian perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional. *Sustainable Development* dapat dikategorikan sebagai bentuk *Green Economic* jika memenuhi empat kriteria antara lain:¹

1. menggabungkan prinsip-prinsip *sustainable* dalam setiap keputusan bisnis;
2. memasok produk atau jasa ramah lingkungan untuk menggantikan permintaan akan produk dan jasa *nongreen*.
3. lebih hijau dari kompetisi tradisional
4. membuat sebuah komitmen jangka panjang untuk prinsip-prinsip lingkungan dalam operasi bisnisnya.

Dari perspektif teori, yang mendasari pentingnya audit sosial yang dilakukan didasarkan pada *Stakeholder Theory* dan *Legitimacy Theory*. Dalam pandangan *Stakeholder Theory* menurut Mitchell (1997), Branco & Rodriguez (2007) menekankan pada tiga faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam memandang signifikansi pemangku kepentingan yaitu kekuasaan, legitimasi, dan urgensi. Meskipun ketiga hal tersebut bersama-sama dan saling terkait dalam mempengaruhi pengambilan tindakan perusahaan, tetapi yang memiliki pengaruh terbesar adalah power. Power merupakan kekuatan nyata pemangku kepentingan untuk melakukan tekanan dan tuntutan baik secara sosial, politis, maupun hukum.

Pandangan *Legitimacy Theory* didasarkan pada pengertian kontrak sosial

¹. en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_business

(*social contract*) yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Menurut Mathew (1993) dan Grey (1996), legitimasi sebagai sebuah persepsi atau asumsi yang menerangkan suatu perilaku pada lingkungan sosial diharapkan tepat dan sesuai dengan sistem sosial.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dari filsafat konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi, jamak interaktif dan merupakan pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu-individu. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana berusaha mendapatkan informasi selengkap mungkin mengenai bagaimana audit sosial dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai upaya menuju *Green Economic*.

Obyek penelitian dilakukan pada PT Apac Inti Corpora Bawen Semarang. Informasinya digali dengan teknik pengumpulan data dalam dilakukan dengan observasi selama 3 bulan, wawancara dengan informan yaitu pimpinan dan staff pada divisi Legal dan Public Relation. Teknik dokumenter atas dokumen pendukung digunakan, memberikan keyakinan bahwa audit sosial dilaksanakan perusahaan dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Audit Sosial dalam Strategi *Corporate Social Responsibility* PT Apac Inti Corpora

Program *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari strategi perusahaan adalah sesuatu yang tidak tertulis, tercermin pada slogan perusahaan yang berbunyi:

"Trusted in The Global Player in Textile"

Maksud dari kata *trusted* dalam semboyan ini adalah:

1. perusahaan memiliki harapan atau keinginan agar mempunyai arti bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*).
2. membentuk institusi yang "*care*" ke arah eksistensi perusahaan, baik dengan pihak yang berhubungan langsung maupun tidak langsung seperti pembeli, supplier, dan pemerintah (dalam bentuk apresiasi terhadap peraturan perundangan yang ada).

Penerapan *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian strategi perusahaan dilakukan dengan pendekatan *Plan, Do, Check*. Audit sosial yang dilakukan dapat diklasifikasikan dalam tahapan *check*. Dalam perspektif strategi perusahaan, ini sejalan dengan David (2009) dan Linda & Jenny (2008). Penerapan audit sosial dalam program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan perusahaan ditampilkan dalam Gambar 2.

Implementasi Audit Sosial dari Perspektif Sosial dan Lingkungan

Audit sosial merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan. Audit sosial yang dilakukan oleh PT Apac Inti Corpora dengan memperoleh sertifikasi dalam bentuk ISO 9001, ISO 14001, dan PROPER Kementerian Lingkungan Hidup. Sertifikasi yang dilakukan memiliki tujuan mendapatkan pengakuan, bahwa perusahaan bekerja didasarkan pada peraturan pemerintah berkaitan dengan pengolahan limbah

(PROPER Kementerian Lingkungan Hidup), standar sistem manajemen mutu produk yang dihasilkan (ISO 9001), dan standar sistem manajemen lingkungan (ISO 14001).

Audit Sosial Mutu Produk Perspektif ISO 9001

Sertifikat ISO 9001 berkaitan dengan Standar Mutu Produk. Tujuan yang ingin dicapai dengan sertifikasi menurut Jr Manager Divisi Legal antara lain berkaitan dengan:

- a. Sebagai jaminan bahwa barang atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah produk yang layak dikonsumsi oleh konsumen karena telah sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan.
- b. Selain itu tujuan jangka panjang yang ingin dicapai berkenaan dengan *brand image* untuk mendukung eksistensi perusahaan.

Proses audit atas sertifikat ISO 9001 ini dilaksanakan per enam bulan sekali. Proses audit terakhir dilakukan pada bulan Pebruari 2011. Hasil dari proses audit yang telah dilaksanakan menyatakan bahwa kegiatan yang berkaitan dengan mutu produk dinyatakan baik, sehingga sertifikat yang telah diperoleh bisa diperpanjang satu tahun ke depan. Sedangkan pihak yang melakukan *review* dan memberikan laporan audit atas sertifikat ISO 9001 adalah SAI Global. Indikator penilaian pada semester ini adalah pada aspek dalam Tabel 1.

Audit Sosial Manajemen Lingkungan Perspektif ISO 14001

Sertifikat ISO 14001 diperoleh sejak 28 Agustus 2001. Sertifikat ini berkaitan dengan Standar Manajemen Lingkungan. Tujuan yang ingin dicapai pada sertifikat ini antara lain:

1. Sebagai penjaminan pengelolaan lingkungan bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, dalam hal ini masyarakat sekitar yang terkena dampak langsung atas keberadaan perusahaan.
2. Mengurangi risiko manajemen atas bahaya lingkungan yang terjadi, dan
3. Tujuan jangka panjang seperti pada ISO 9001 yakni *brand image* untuk mendukung eksistensi perusahaan.

Dalam Sistem Manajemen Lingkungan, penilaian dilakukan berdasarkan klausul-klausul yang ada dalam standar. Apabila secara mendasar sudah sesuai dalam arti tidak ada temuan "Major" maka sertifikat ISO berhak diperoleh.

Initial audit diawali dengan dilakukan *pre assesment* untuk melihat adanya gap antara standar dengan sistem yang sudah diterapkan, sehingga apabila saat *pre assesment* masih ada temuan "Major", maka temuan tersebut dapat diperbaiki pada saat *initial audit (certification audit)*. Hasil proses audit terkait dengan Sistem Manajemen Lingkungan dinyatakan baik, sehingga sertifikat ISO 14001 yang telah diperoleh bisa diperpanjang satu tahun ke depan. Aspek penilaian atas ISO 14001 ditampilkan dalam Tabel 2.

Audit Sosial Penilaian Kinerja Perusahaan Perspektif PROPER Kementerian Lingkungan Hidup

PROPER Kementerian Lingkungan Hidup adalah kependekan dari Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. PROPER yang dilaksanakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Fokus pada penilaian penaatan perusahaan dalam aspek pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, dan pengelolaan limbah B3 serta berbagai kewajiban lainnya yang terkait dengan AMDAL. Hasil penilaian PROPER dilambangkan dengan peringkat

dalam warna yang terbagi dalam 5 (lima) kategori yaitu Emas, Hijau, Biru, Merah, dan Hitam.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Divisi Legal Dan Public Relation hasil PROPER untuk tahun 2010 dan 2011 pada peringkat "Biru". Untuk mencapai peringkat Biru perusahaan harus dapat memenuhi enam kriteria antara lain: penerapan Analisa Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), pengelolaan limbah domestik, pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, dan pengendalian pencemaran laut.

Penilaian kinerja perusahaan yang telah dilakukan memperoleh peringkat Biru dengan berkaitan dengan penataan Aspek Teknis sebagai berikut:

1. Air Limbah (AL) \leq 50 % Baku Mutu Air Limbah (BMAL)
2. Emisi yang dihasilkan \leq 50% Batas Mutu Emisi (BME)
3. Limbah Bahaya Beracun yang dihasilkan telah memperoleh ijin (dalam bentuk AMDAL), dan Batas Minimal Limbah yang dihasilkan \leq 50%

Dasar penilaian untuk memperoleh peringkat Biru ditunjukkan dalam Tabel 3.

Audit Sosial sebagai Upaya Mencapai *Green Economy*

Berdasarkan paparan sebelumnya, sejalan dengan (Deegan, 2004) audit sosial yang dilaksanakan bertujuan untuk menunjukkan bahwa mutu produk yang dihasilkan, sistem manajemen lingkungan, dan kinerja lingkungan yang dilaksanakan perusahaan bertujuan mencapai *Green Economy*. *Green Economy* bertujuan untuk mencapai *sustainable development*.

Dalam sudut pandang penerapan strategi, audit sosial yang dilaksanakan sebagai fungsi kontrol atau pengawasan.

Kontrol yang dilaksanakan sebagai *feedback* atas operasi yang dilaksanakan perusahaan. Kontrol atas mutu produk dilaksanakan dengan memperoleh Sertifikat ISO 9001, dengan aspek penilaian sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1. Sistem Manajemen Lingkungan ditunjukkan dengan memperoleh Sertifikat ISO 14001 dan penilaian atas dampak lingkungan dalam bentuk pemeringkatan dalam PROPER Kementerian Lingkungan Hidup.

Sejalan dengan Gulsevimi & Gokhan (2009); Karapetrovic (2002); Risako *et al*, (2005) untuk mendapat legitimasi audit sosial mutlak dilaksanakan. Audit sosial sebagai komunikasi eksternal dilaksanakan perusahaan agar mendapat pengakuan secara global dan mendunia dengan sertifikasi ISO 9001, ISO 14001, serta pengakuan dari pemerintah dalam bentuk PROPER.

Selain komunikasi eksternal, PT Apac Inti Corpora juga melaksanakan komunikasi dengan *stakeholder* sekitar dengan dalam bentuk program kerja yaitu Apac Peduli Pendidikan, Apac Peduli Lingkungan & Kesehatan, dan Apac Peduli Sosekbudag. Hal ini dilakukan sebagai upaya nyata menciptakan keseimbangan dengan lingkungan sekitar untuk mendukung upaya menciptakan *Green Economy*.

SIMPULAN

Berdasarkan paparan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Audit sosial merupakan bagian dari strategi perusahaan. Audit sosial yang dilaksanakan dalam bentuk sertifikasi ISO 9001, ISO 14001, dan PROPER Kementerian Lingkungan Hidup. Audit Sosial yang dilaksanakan bertujuan sebagai *feedback*

dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* untuk menciptakan *Green Economy*.

Merujuk pada konsep teori, audit sosial yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan perlindungan pada *stakeholder*, karena *stakeholder* memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi operasi perusahaan. (Mitchell, 1997; Branco & Rodriguez, 2007). Tujuan jangka panjang yang ingin diwujudkan tentunya *legitimacy* dari *stakeholder*. (Ahmad & Sulaiman, 2004; Mathew, 1993; Grey, 1996)

Implikasi Penelitian Mendatang

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Penelitian ini bersifat subyektif, karena hanya mendasarkan pada satu obyek. Harapan untuk penelitian mendatang dapat melakukan komparasi beberapa perusahaan sejenis, sehingga dapat diperoleh gambaran yang nyata bagaimana peran audit sosial yang dilakukan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai upaya mencapai *Green Economy*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar. J, 2008, '*Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia*', Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- B Taman Achda, "*Konteks Sosiologis Perkembangan Corporate Social Responsibility dan Implementasinya di Indonesia*" [www.menlh.go.id / serbaserbi/ csr/sosiologi.pdf](http://www.menlh.go.id/serbaserbi/csr/sosiologi.pdf), Diakses 18 Oktober 2008
- Boyd, Graham., 1998, '*Social Auditing: A Method of Determining Impact*', <http://www.caledonia.org.uk/socialalland/social.htm> (diakses 10 Maret 2008).
- Branco, M.C. & Rodriguez, L.L., 2007, '*Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility*', *EJBO (Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 12 No.1.
- Deegan, Craig. *Financial Accounting Theory*. Australia: McGraw-Hill. 2004
- Elkington, J., "*Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*", Capstone, 1997
- Figge, F., and T Hahn, 2004, '*Sustainable Value Added-Measuring Corporate Contribution to Sustainability beyond Eco-Efficiency*', *Ecological Economic* 48:173-187
- Gray, R., Owen, D., Adam, C., 1996, '*Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*', Prentice-Hall, London.
- Gulsevrim. Y.G. and Gokhan. S.G., 2009. '*Corporate Social Responsibility Practices of the Textile Firm Quoted in Istanbul Stock Exchange*'. *International Journal of Business, Economics, Finance and Management Sciences*
- Jensen, M.C., 2001 "*Value Maximization, Stakeholder Theory, and The Corporate Objective Function*", *Journal of Corporate Applied Finance*, Vol. 14, pp. 8-21.
- Linda and Jenny Fairbrass, 2008, '*Corporate Social Responsibility (CSR) Models and Theories in Stakeholder Dialogue*', CRRC, Queen's University Belfast.
- Makna Ani Marlia, "*Pentingnya Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia*"; 25 Oktober 2008

Mathews, M.R., 1993, 'Socially Responsibility Accounting', Chapman and Hall, London.

Margolis, J.D. and Walsh, J.P., "Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business", Administrative Science Quarterly, Vol. 48, pp. 268-305, 2003.

Mitchell, R.K., 1997, 'Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts', Academy of Management Review, Vol. 22 No. 4, pp.853-886.

Risako Morimoto, J. Ash and C. Hope, 2005, 'Corporate Social Responsibility Audit: From Theory to Practice', Journal of Business Ethics, 62: 315-325

Solihin Ismail, 2008, 'Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability', Penerbit Salemba Empat.

Sugiyono. 2007, 'Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)', Bandung: Alfabeta.

S. Karapetrovic, 2002, 'On The Concept Of A Universal Audit of Quality And Environment System, Corporate Social-Responsibility and Environmental Management, ABI/INFORM Research pg.147

en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_business

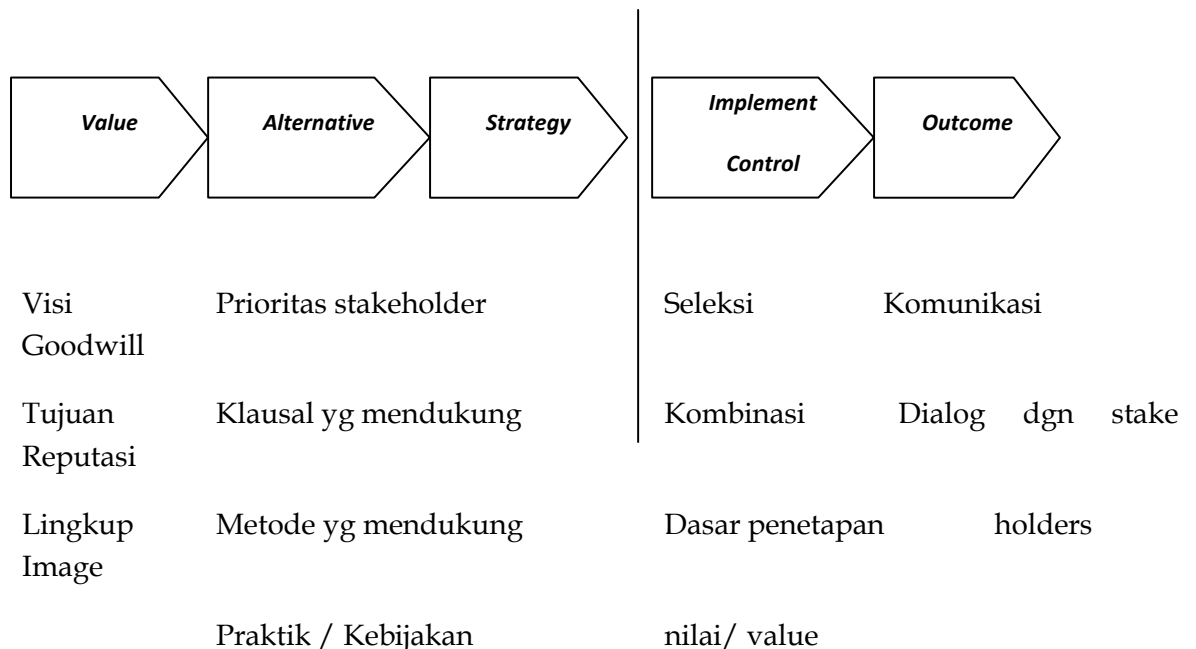
www.balancosocial.org.br/media/texto1.pdf

www.melh.go.id/data/press_realcase_PROP_ER_2011_ok.pdf

Lampiran:

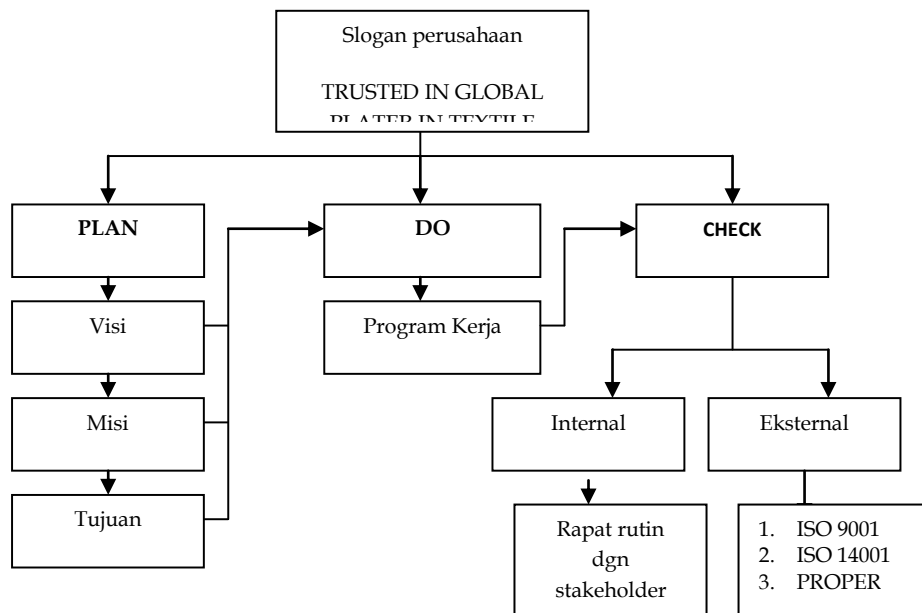
Fase 1 : Strategy Development

Fase 2 : Strategy Implementation



Sumber: Penelitian Linda dan Jenny (2008)

Gambar 1.
Proses Strategi Perusahaan



Sumber: Divisi Legal dan Public Relation PT Apac Inti Corpora

Gambar 2.
Strategi Perusahaan Dalam Implementasi Program CSR

Tabel 1.

Aspek Penilaian ISO 9001 Periode Januari- Juni 2012

Aspek Penilaian	Fokus Pada	Temuan
Sistem Manajemen Mutu	Pengendalian Dokumen	Lengkap keterkaitan dengan AMDAL , RKL, dan RPL,
Tanggungjawab manajemen	Fokus pada pelanggan Komunikasi Internal	Dengan adanya visi, misi, produk yang dihasilkan sesuai dengan standar ISO 9001 Komunikasi dengan masyarakat dengan program CSR dalam bentuk APAC PEDULI
Sumber daya manajemen	Lingkungan kerja	Dilakukan dengan adanya program K3
Realisasi Produk	Komunikasi pelanggan Pengendalian sarana pemantauan dan pengukuran	Dilakukan dengan membuka layanan saran atas produk yang dihasilkan. Dilakukan dengan cara selalu menjalankan peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup
Pengukuran, analisis, dan perbaikan	Perbaikan berkelanjutan	Dilakukan dengan selalu memperbaiki kinerja dengan melaksanakan Program CSR dengan tujuan agar dapat memberikan arti bagi masyarakat sekitar.

Sumber: Divisi Legal dan Public Relation PT Apac Inti Corpora

Tabel 2.

Aspek Penilaian ISO 14001 Periode Januari - Juni 2012

ASPEK PENILAIAN	FOKUS PADA	TEMUAN
Sistem Manajemen Lingkungan	Pengendalian Dokumen	Lengkap keterkaitan dengan AMDAL , RKL, RPL dan Proper
Kebijakan Lingkungan	Sumber daya, peran, tanggungjawab dan kewenangan	Ada, ditangani oleh Divisi legal dan Public Relation
Perencanaan	Target, program kerja dan sasaran	Ada, dengan program CSR dalam bentuk APAC PEDULI, sasaran <i>stakeholders</i>
Implementasi dan pemeriksaan	Audit	Ada , internal audit dalam bentuk <i>pre assesment</i> dan eksternal audit dalam bentuk <i>certification audit</i>

Sumber: Divisi Legal dan Public Relation PT Apac Inti Corpora

Tabel 3.

Dasar Penilaian Peringkat Biru

Peringkat BIRU		
Aspek	Indikator	Dasar Peraturan (PP/Kepmen/Kepdal)
Pencemaran Air	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan mempunyai izin pembuangan air limbah (apabila telah diwajibkan), 2. Perusahaan melakukan pengambilan contoh dan analisis air limbah paling tidak sekali per bulan, 3. Perusahaan melakukan pelaporan hasil pemantauan air limbah sebagaimana yang 	PP no. 82/2001 pasal 38 dan pasal 40 Kepmen. No. 51 / 1995 pasal 6 butir (e) Kepmen. No. 51 / 1995 pasal 6 butir (h) PP.No. 82/2001 psl

	<p>dipersyaratkan (per 3 bulan) kepada instansi terkait</p> <p>4. Perusahaan mempunyai alat ukur debit dan berfungsi dengan baik,</p> <p>5. Perusahaan telah melakukan pengukuran debit harian air limbah,</p> <p>6. Konsentrasi air limbah memenuhi BMAL atau persyaratan yang ditetapkan dalam izin,</p> <p>7. Kualitas air limbah berdasarkan beban memenuhi BMAL atau persyaratan yang ditetapkan dalam izin,</p>	38 ayat 1
Pencemaran Air Laut	8. Perusahaan mempunyai izin untuk pembuangan limbah ke laut (dumping),	PP no. 19/1999
Pencemaran Udara	<p>9. Stack yang mengeluarkan emisi telah dilengkapi dengan tempat pengambilan sample emisi udara dan peralatan pendukung lainnya,</p> <p>10. Stack yang ada dilengkapi dengan alat pemantauan udara sebagaimana yang dipersyaratkan (tergantung jenis industri),</p> <p>11. Perusahaan melakukan pengukuran emisi udara untuk semua stack sebagaimana yang dipersyaratkan (harian atau setiap 6 bulan),</p> <p>12. Perusahaan melaporkan hasil pemantauan emisi udara kepada instansi terkait sesuai dengan peraturan perundangan,</p> <p>13. Emisi udara yang dihasilkan memenuhi Baku Mutu Emisi Udara sebagaimana yang dipersyaratkan,</p>	Kepmen. No. 13 tahun 1995 pasal 7

Pengelolaan Limbah B3	<p>14. Perusahaan mempunyai semua izin pengelolaan limbah B3 yang dilakukan untuk semua aspek pengelolaan sebagaimana yang dipersyaratkan,</p> <p>15. Perusahaan melakukan pelaporan pengelolaan limbah B3 dilakukan sesuai dengan yang dipersyaratkan,</p> <p>16. Penyimpanan limbah B3 dilakukan sebagaimana yang dipersyaratkan dalam izin,</p> <p>17. Pengolahan limbah B3 di lokasi (on site incinerator) dilakukan sesuai dengan sebagaimana yang dipersyaratkan di dalam izin,</p> <p>18. Pengolahan limbah B3 di lokasi (on site landfill) dikelola dengan baik dan sesuai dengan sebagaimana yang dipersyaratkan di dalam izin,</p>	<p>PP no. 18/1999 jo PP no. 85/1999</p> <p>Kepdal No. 68 tahun 1994</p> <p>Kepdal No. 01 tahun 1995</p> <p>Kepdal No. 02 tahun 1995</p> <p>Kepdal No. 04 tahun 1995</p> <p>Kepdal No. 05 tahun 1995</p>
AMDAL/UKL/UPL	<p>19. Perusahaan melakukan persyaratan-persyaratan yang tercantum dalam AMDAL atau RKL/RPL,</p> <p>20. Perusahaan melakukan pelaporan UKL/UPL kepada instansi terkait sebagaimana yang dipersyaratkan,</p>	<p>PP no. 27/1999</p> <p>Kepmen No. 86/2002</p>

Sumber : Divisi Legal dan Public Relation PT Apac Inti Corpora

Tabel 1. Skema Elemen-Elemen *Intellectual Capital*

Elemen Author	<i>Intellectual capital yang melekat pada manusia</i>	<i>Intellectual capital yang melekat pada perusahaan</i>	<i>Intellectual capital yang terkait dengan hubungan eksternal</i>
Edvinson (1997)	<i>Human capital</i>	<i>Organizational capital</i>	<i>Customer capital</i>
Steward (1997)	<i>Human capital</i>	<i>Structural capital</i>	<i>Customer capital</i>
Sveiby (1997)	<i>Employee competence</i>	<i>Internal structure</i>	<i>External structure</i>

Sumber: Purnomosidhi, 2006

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VACA	80	.098	1.119	.30537	.159117
VAHU	80	1.194	11.299	2.54260	1.561988
STVA	80	.163	.911	.52344	.175586
VAICTM	80	1.238	8.734	3.21650	1.406426
MB	80	.246	12.079	2.24759	1.992342
ROA	80	.000	1.273	.10870	.151926
ATO	80	.349	4.183	1.49441	.646681
LNASSET	80	11.634	32.119	26.62339	4.287372
Valid N (listwise)	80				

Sumber: Output SPSS

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas (1)

Coefficient Correlations^a

Dependent Variable:

MB

ROA

ATO

Model	LNAsset	VAICT M	LNAsse t	VAICT M	LNAsse t	VAICT M
1 Correlatio LNAsset	1.000	.010	1.000	.010	1.000	.010

ns	VAICTM	.010	1.000	.010	1.000	.010	1.000
Covariance	LNAsset	.529	.590	.249	.000	.000	.033
	VAICTM	.906	.062	.000	.293	.033	.343

Sumber: Output SPSS

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas (2)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
VAICTM	.830	1.204
VACA	.367	2.723
VAHU	.231	4.332
STVA	.335	2.988
LNASSET	.910	1.099

a. Dependent Variable: MB

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.683 ^a	.466	.430	.43540	1.647

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

b. Dependent Variable: MB

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	.714 ^a	.510	.477	.11216	1.897
---	-------------------	------	------	--------	-------

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

b. Dependent Variable: ROA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.576 ^a	.332	.314	.125787	2.245

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

b. Dependent Variable: ATO

Sumber: Output Statistik SPSS

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROA	MB	ATO
N		80	80	80
Normal Parameters ^a	Mean	.2915	1.3853	1.49441
	Std. Deviation	.15508	.57683	.646681
Most Extreme Differences	Absolute	.129	.117	.150
	Positive	.129	.117	.150
	Negative	-.093	-.068	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.149	1.046	1.342
Asymp. Sig. (2-tailed)		.142	.224	.054
a. Test distribution is Normal.				

Sumber: Output Statistik SPSS

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.466	.430	.43540

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

b. Dependent Variable: MB

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.477	.11216

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

b. Dependent Variable: ROA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	.332	.314	.125787

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

b. Dependent Variable: ATO

**Tabel 8. Hasil Uji Statistik F
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.257	2	2.451	12.932	.000 ^a
	Residual	14.028	74	.190		
	Total	26.286	79			

a. Predictors: (Constant), LNASSET, VAICTM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.257	2	2.451	12.932	.000 ^a
	Residual	14.028	74	.190		
	Total	26.286	79			

b. Dependent Variable: MB

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.969	2	.194	15.406	.000 ^a
	Residual	.931	74	.013		
	Total	1.900	79			

a. Predictors: (Constant), LNASET, VAICTM

b. Dependent Variable: ROA

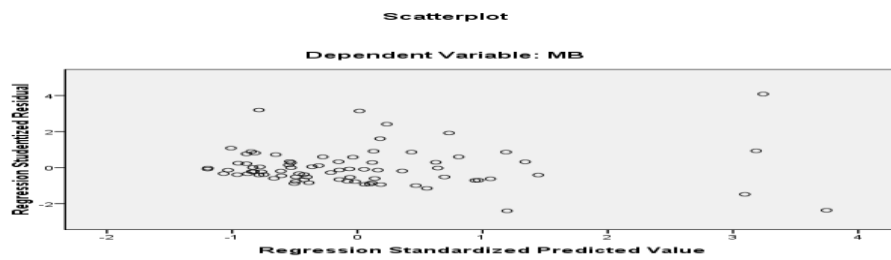
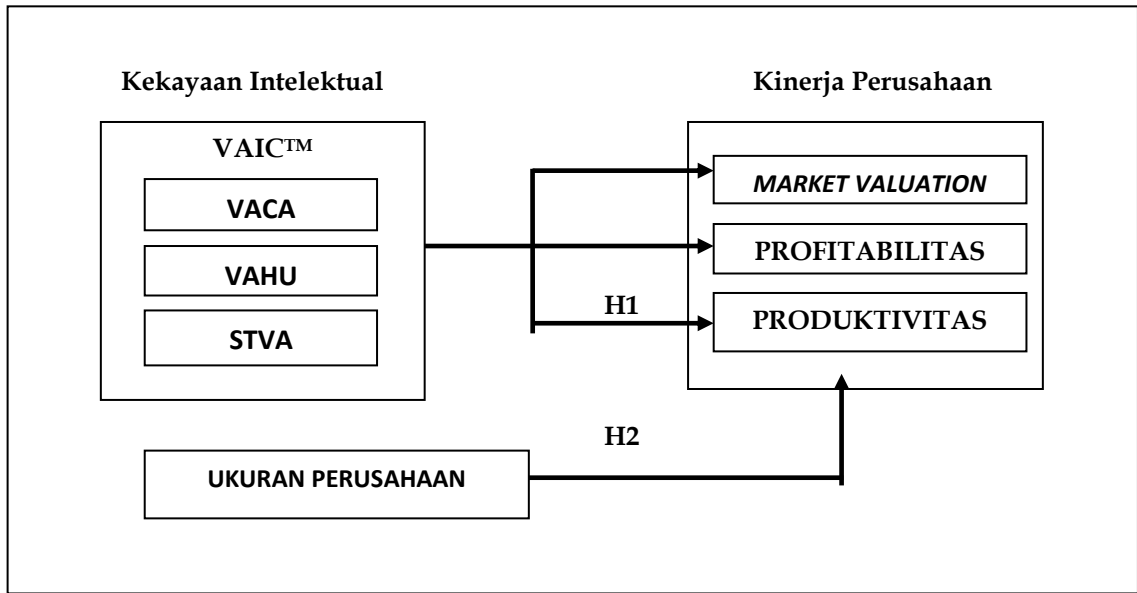
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.551	2	35.388	15.428	.000 ^a
	Residual	172.033	75	2.294		
	Total	313.585	79			

a. Predictors: (Constant), LNASET, VAICTM

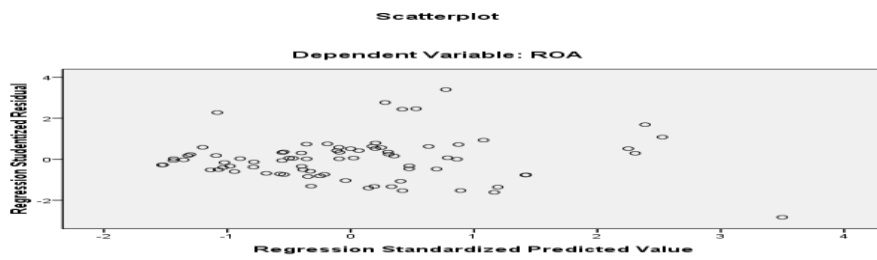
b. Dependent Variable: ATO

Tabel 9. Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.441	.397		1.110	.271
	VAICTM	.194	.060	.472	3.218	.002
	LNASSET	-.007	.012	-.048	-.543	.589
a. Dependent Variable: MB						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.084	.102		.825	.412
	VAICTM	.476	.087	.488	5.465	.000
	LNASSET	.001	.003	.018	0.212	.833
a. Dependent Variable: ROA						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.144	.050		2.879	.005
	VAICTM	.478	.089	.501	5.347	.000
	LNASSET	.203	.081	.235	2.506	.014
a. Dependent Variable: ATO						



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas (M/B)



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (ROA)

