

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY : DIMENSI DAN PERSPEKTIF DALAM
PENELITIAN-PENELITIAN EMPIRIS**

R. Ery Wibowo Agung Santosa

erywibowo_08@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

Abstrack

This paper is a literature study that collects evidence of empirical research on CSR program. Studies on the dimensions of the CSR this opens a new understanding of the breadth of the horizon CSR which include dimensions of environmental, social, stakeholder, economic, and vountir. But interesting that empirical studies specifically with accounting background science proves that all these dimensions ultimately lead to a motive or conduct economic dimension

Keywords : Corporate Social Resposibility (CSR), Economic Dimension

Pendahuluan

Pemahaman tentang CSR memiliki dimensi yang sangat luas yang meliputi dimensi lingkungan, sosial, stakeholder, ekonomi,dan vountir. Di Indonesia sendiri pertanggungjawaban sosial Perusahaan atau *Corporate Social Resposibility* (CSR) didefinisikan sebagai 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, 2004, dalam Zaenuri). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Darwin (2004, dalam Zaenuri) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial (lihat dalam Table 2.1). Sedangkan Zhegal & Ahmed (1990) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sbb.:

- a. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- b. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
- c. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

Namun demikian yang menarik disini adalah bahwa dalam penelitian-penelitian empiris dengan latar belakang akuntansi ditemukan bukti bahwa csr memiliki hubungan yang kuat menyangkut dimensi ekonomi. Perspektif ekonomi dalam program CSR dalam penelitian-penelitian empirik rupanya lebih menonjol dibandingkan dengan dimensi yang lain misalnya dimensi voluntir yang berbasis pada etika moral. Penelitian-penelitian empiris takan mengindikasikan bahwa bahwa program CSR bukan merupakan sesuatu tindakan yang tulus tetapi selalu dikaitkan dengan motif-motif ekonomi sehingga terkesan bahwa dalam praktiknya CSR ini telah mengalami bias bila dikaitkan dengan pengertian dari sudut pandang dimensi Voluntir. Tulisan ini sekaligus mereview lebih luas lagi horizon pemahaman akan dimensi-dimensi dalam CSR.

Permasalahan

Permasalahan dalam riset pustaka ini adalah dimensi apakah yang menonjol dalam penelitian empiris tentang csr?

Tujuan Penelitian

Memahami pengertian difinisi dan dimensi-dimensi dalam program *Corporate Social Responsibility*.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah : memperkaya kajian literature tentang *Corporate Social Responsibility*.

Telaah Literatur

Dimensi Dalam CSR

Ada 5 (lima) dimensi dalam CSR. Menurut Alexander Dahlsrud , 2006 ke lima dimensi tersebut dapat digambarkan dengan sebuah tabel skema 5 dimensi CSR sebagai berikut :

TABEL 1

<i>Dimensions</i>	<i>The definition is coded to the dimension if it refers to</i>	<i>Example phrases</i>
<i>The environmental dimension</i>	<i>The natural environment</i>	<i>'a cleaner environment' 'environmental stewardship' 'environmental concerns in business operations'</i>
<i>The social dimension</i>	<i>The relationship between business and society</i>	<i>contribute to a better society 'integrate social concerns in their business operations consider the full scope of their impact on communities'</i>
<i>The economic dimension</i>	<i>Socio-economic or financial aspects, including describing CSR in terms of a business operation</i>	<i>contribute to economic development preserving the profitability of business operations</i>
<i>The stakeholder dimension</i>	<i>Stakeholders or stakeholder groups</i>	<i>'interaction with their stakeholders how organizations interact with their employees suppliers, customers and communities'</i>
<i>The voluntariness dimension</i>	<i>Actions not prescribed by law</i>	<i>'based on ethical values' beyond legal obligations voluntary'</i>

Sumber : Corporate Social Responsibility and Environmental Management (2008)

Dimensi-dimensi tersebut merupakan ringkasan dari definisi-definisi yang terkumpul dan telah dipisah-pisahkan dalam katagori-katagori atau dimensi-dimensi Kelima dimensi tersebut merupakan ringkasan dari definisi yang terbangun dalam memahami pengertian CSR. Dimensi tersebut secara aktual dijabarkan dalam tindakan nyata perusahaan melalui program-program yang berdimensi lingkungan, sosial, ekonomi, stakeholder maupun vountir murni. Namun demikian dalam perspektif penelitian-penelitian empiris khususnya dalam bidang akuntansi setidaknya ditemukan beberapa bukti, bahwa dari sudut pandang motif tindakan maka CSR lebih didominasi oleh dimensi ekonomi sosial dibanding dengan dimensi vountariness yang berbasis pada nilai etika dan moral. Hal yang menarik disini bahwa

dalam penelitian empiris ditemukan bukti bahwa tindakan-tindakan sosial yang secara definisi dapat dikategorikan dalam dimensi sosial dan lingkungan ternyata juga bermotif ekonomi. Berikut ini merupakan hasil-hasil penelitian yang dapat dirangkum dalam menjabarkan beberapa dimensi CSR yang menonjol dalam penelitian empiris.

Dimensi Stakeholders

Melalui aktivitas CSR, selain untuk memenuhi tuntutan stakeholders atas tanggung jawab sosial perusahaan, manajemen juga mempunyai tujuan yang berbeda, yaitu untuk mendapatkan laporan yang menyenangkan dari media masa, aktivitas lingkungan, legitimasi dari komunitas local (LSM), kemudahan regulasi, dan berkurangnya kritikan dari investor dan pekerja. Esensinya adalah seorang manajer percaya bahwa dengan memuaskan kepentingan stakeholders dan merencanakan program untuk membangun citra positif terhadap kesadaran sosial dan lingkungan, maka dapat mengurangi kemungkinan diselidiki secara lebih teliti tindakan manajemen lainnya oleh stakeholders yang terpuaskan oleh pelaksanaan program CSR.

Memed (2002) meneliti perusahaan go public dibursa efek Jakarta yang mengikuti program kali bersih, hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan pengorbanan biaya sosial (akuntansi sosial) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian tersebut diatas memberikan bukti empiris, bahwa keperpihakan terhadap stakeholders mengandung manfaat bagi perusahaan yaitu dapat meningkatkan kinerja keuangan. Hal itu, terkait dengan meningkatnya **legitimasi stakeholders**.

CSR dan Peningkatan Profitabilitas (Dimensi Ekonomi)

Prior et al., 2008, dalam Tri W, membenarkan argument penggunaan CSR yang tidak tulus oleh manajemen yang melakukan manipulasi laba sebagai strategi pertahanan diri (entrenchment strategy). Dukungan dari aktivitas sosial dan kelompok penekan merupakan strategi pertahanan diri yang sederhana bagi manajemen yang mendapat tekanan dari pemegang saham yang kepentingannya di rugikan dalam jangka menengah oleh praktik manajemen laba. Pagano dan Volpin (2005) berpendapat bahwa manajemen yang melaksanakan CSR akan mendapatkan penghargaan dari stakeholders sebagai pekeja yang dermawan sebagai bentuk mekanisme pertahanan diri untuk menghindari tekanan dari pasar modal dari pasar modal melalui hostile takeover. Oleh karena itu, diduga bahwa ketika manajer bertindak untuk mengejar kepentingan pribadi dengan menyesatkan stakeholders tentang nilai riil kekayaan perusahaan, transaksi keuangan, atau posisi keuangan, secara diam-diam melibatkan stakeholders yang berbeda (selain pemegang saham) untuk memvalidasi tindakannya tersebut.

Dengan demikian, manajemen dengan insentif untuk mengelola laba diharapkan akan melakukan peningkatan program CSR dan sangat proaktif dalam memberikan aktivitas CSR melalui berbagai media, terutama bagi manajemen yang bekerja pada perusahaan dengan regulasi ketat. Tujuannya untuk mempengaruhi opini stakeholders tentang kinerja keuangan perusahaan dan mengalihkan perhatian stakeholders atas praktik manajemen laba yang dilakukannya. Argument ini menyimpulkan bahwa semakin besar manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen, maka diduga bahwa manajemen akan meningkatkan aktivitas CSR yang dipublikasikan ke berbagai media sebagai upaya pertahanan mengurangi tekanan *stakeholders* lainnya. (Prior et al., 2008 , dalam Tri W)

Motif Ekonomi Dibalik Tindakan Sosial CSR

Dalam penelitian-penelitian terdahulu bisa dikatakan bahwa program-program CSR yang ditawarkan perusahaan selalu mengedepankan pertimbangan rasionalitas. Teori pilihan rasional Etzioni, 1986, mendasarkan pada pilihan untuk memaksimalkan utility. Paham rasionalitas pada dasarnya beakar pada teori ekonomi klasik bahwa manusia akan selalu memaksimalkan kepuasan atau utilitas.

Tindakan rasional mengandaikan sebuah motif diluar dirinya yang hendak dicapai dalam rangka pemuasan utility. Program CSR dilakukan bukan karena secara nilai misalnya moral baik untuk dilakukan tetapi memiliki motif diluar dirinya. Menurut paham deontologi sebuah tindakan itu baik karena secara inhern ia baik, keyakinan bahwa nilai moral selalu didasarkan pada apa yang ada dalam perbuatan itu sendiri, bukan sesuatu yang lain yang berada di luarnya. Orang tidak mau berbohong umpamanya bukan karena sesuatu yang lain di luar perbuatan bohong itu, tetapi karena memang perbuatan bohong itu sendiri yang tidak baik. Pembeneran nilai moral ini didasari oleh pemahaman bahwa perilaku moral mestilah didasarkan pada dorongan yang kuat dari dalam diri seseorang untuk melakukannya dan atau meninggalkannya. (Muhmidayeli,2011)

Weber menyatakan bahwa tindakan sosial berkaitan dengan interaksi sosial, sesuatu tidak akan dikatakan tindakan sosial jika individu tersebut tidak mempunyai tujuan dalam melakukan tindakan tersebut. Tindakan-tindakan sosial individu membentuk bangunan dasar untuk struktur-struktur sosial yang lebih besar, Weber meletakkan dasar ini dengan distingsi-distingsi tipologis yang bergerak dari tingkat hubungan sosial ke tingkat keteraturan ekonomi dan sosial politik. (Johnson, 1994:226)

Weber menggunakan konsep rasionalitas dalam kalsifikasinya mengenai tipe-tipe tindakan sosial. Tindakan sosial menurut Weber adalah pertimbangan sadar dan pilihan bahwa tindakan itu dinyatakan. Weber membagi rasionalisme tindakan kedalam empat

macam yaitu rasionalitas instrumental, rasionalitas yang berorientasi nilai, tindakan rasional dan tindakan rasional afektif. Rasional instrumental sangat menekankan tujuan tindakan dan alat yang dipergunakan dengan adanya pertimbangan dan pilihan yang sadar dalam melakukan tindakan sosial. Dibandingkan rasionalitas instrumntal, sifat rasionalitas yang berorientasi nilai yang penting adalah bahwa alat-alat hanya merupakan pertimbangan dan perhitungan yang sadar, tujuan-tujuannya sudah ada dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu yang bersifat absolute atau nilai akhir baginya. (Johnson, 1994:226)

Teori pilihan rasional Coleman, memusatkan perhatian pada aktor dimana aktor dipandang sebagai manusia yang mempunyai tujuan atau mempunyai maksud artinya aktor mempunyai tujuan dan tindakan tertuju pada upaya untuk mencapai tujuan tersebut, aktorpun dipandang mempunyai pilihan atau nilai serta keperluan. Teori pilihan rasional tidak menghiraukan apa yang menjadi pilihan atau apa yang menjadi sumber pilihan aktor, yang penting adalah kenyataan bahwa tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan tingkatan pilihan aktor. Gagasan dasar dalam teori pilihan rasional bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan tujuan itu ditentukan oleh nilai atau pilihan.

Etzioni (1986), mengatakan bahwa rasionalitas diindikasikan terdapatnya pikiran-pikiran untuk memilih. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa dari sisi pendekatan tujuan yaitu untuk melihat terdapatnya rangking dari yang kurang sampai yang lebih sesuai dengan tujuan yang dicapai. Sedangkan March (1978), mendefinisikan dengan pendekatan lain yaitu kemampuan untuk mengumpulkan dan menginterpretasikan informasi serta mampu untuk menjelaskan penyelesaian secara pantas. Informasi yang dimaksud Etzioni (1986), mengatakan bahwa teori rasionalitas diasumsikan pada salah satu pertimbangan yaitu *cost information*. Dalam konteks CSR maka rasionalitas bagi perusahaan berarti value ekonomi akan bertambah bila dikaitkan dengan biaya sosial yang dikeluarkan. Dengan demikian kinerja-kinerja keuangan, faktor ekonomi, dan faktor-faktor rasional ekonomis lain menjadi fundamental dalam program CSR dibanding dengan faktor sosial murni.

Kerangka pikir ketertarikan antara biaya social (social cost) terhadap return on assets (ROA), return on equity (ROE) dan differential stock price adalah adanya kandungan ekonomi (economic consequences) dalam praktik tanggung jawab social (social responsibility). Tingkat tanggung jawab social (social responsibility) perusahaan yang diekspresikan lewat tingkat pengeluaran biaya social (social cost) dapat meningkatkan legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan memberikan kemanfaatan meningkatkan transaksi, sehingga meningkatkan kinerja keuangan (*financial performance*), baik yang ditunjukkan profitabilitas perusahaan (ROA, ROE) maupun market value (differential stock price).

Bowman dan Haire (1975) menyatakan, bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan return on assets (ROA) dan return on equity (ROE) adalah dengan berperihakan terhadap masyarakat. Bragdon dan Marlin (1972) menyatakan bahwa berperihakan perusahaan dengan pengeluaran terkait lingkungan (CEP) dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, sebagaimana ditunjukkan dalam return on equity (ROE) dan excess market valuation.

Pengungkapan sosial, bagi perusahaan mengandung maksud sebagai upaya membangun legitimasi dan image kepada stakeholders. Mathews (1984) menyatakan bahwa terdapat tiga alasan mendasar perusahaan melakukan pengungkapan sukarela dalam perspektif akuntansi konvensional, yaitu; (1) group consists of market-related based on the premise that social responsibility disclosure may have a positive effect on market performance; (2) concern the management of organizational legitimacy; dan (3) based on notion of a social contract between business and society, posits that voluntary reporting represents a recognition of the company's moral accountability.

Ullmann (1985) menyatakan bahwa dampak dari peningkatan kinerja sosial yang diungkapkan perusahaan dapat mempengaruhi kinerja ekonomi yang diukur dengan rasio dalam laporan keuangan maupun kinerja saham dipasar modal (economic consequences). Abbot dan Monsen (1979) meneliti secara longitudinal pada 450 dari 500 perusahaan tahun 1969 sampai 1974 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara pengungkapan sosial (social disclosure) (diukur dengan score of based Ernst & Ernst) terhadap return on equity (ROE). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Bowman (1978) Bowman dan Haire (1975), Preston (1978) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kuat dan lemah antara pengungkapan sosial (social disclosure) dengan kinerja keuangan perusahaan yaitu return on equity (ROE).

Sampai disini, dapat dikatakan bahwa secara teoritis dan empiris pengungkapan sosial (social disclosure) memiliki kandungan informasi (information content) sehingga memiliki kemanfaatan secara ekonomi (economic consequences), yaitu mendukung peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal itu dapat mendukung perusahaan dalam peningkatan nilai lebih bagi para pemilik (stakeholders) yaitu peningkatan pengambilan investasi para pemilik yang ditunjukkan dengan return of equity (ROE). Disamping itu, peningkatan profitabilitas juga memberikan peluang perusahaan dalam menjamin dan meningkatkan pengembalian investasi (return on assets).

Di lain pihak pengungkapan sosial (social disclosure) juga memberikan kepastian dan keamanan dalam berinvestasi para investor dipasar modal. Ullman (1985) menyatakan bahwa pengungkapan sosial (social disclosure) mengandung informasi yang memberikan fasilitas

terhadap para investor dalam pengambilan keputusan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa pengungkapan social (disclosure) mengurangi ketidak tentuan informasi bagi investor (investor's informational uncertainly).

Anderson dan Frankle (1980) meneliti 314 dari 500 perusahaan fortune dengan dikontrol variable beta (iso- beta portfolio) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara pengungkapan soial (social disclosure) terdapat Montly return differences. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Belkaouli (1976) bahwa terdapat pengaruh antara pengungkapan social (social disclosure) terhadap differential stock price secara bulanan. Penelitian Shane dan Spicer (1983) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara CEP pollution Disclosure terhadap standardized abnormal mean-adjusted daily return for 6 days.

Perusahaan merupakan pihak yang rasional, untuk itu berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja dan reputasi. Fry dan Hock (1976) menyatakan bahwa untuk mempertahankan kinerja pasar (market value) perusahaan perlu melakukan seperangkat strategi legitimasi, seperti meningkatkan tanggungjawab terhadap lingkungan termasuk pengungkapannya (release of environmental information). Hal itu sejalan dengan pendapat adm (2002) menyatakan bahwa terdapat keterkaitan (relationship) antara kinerja keuangan perusahaan terhadap tingkat perhatian social (strong as social) serta keterbukaan (disclosure). Kedua pendapat tersebut memberi makna bahwa upaya yang perlu dilakukan perusahaan guna mempertahankan legitimasi dan transaksi baik dalam pasar komoditas maupun pasar ekuitas adalah dengan melakukan pengungkapan (disclosure).

Belkaouli dan karpik (1989) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja social dan keuangan (ROA, ROE, differential stock price) bagus cenderung melakukan pengungkapan social secara luas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Stanwick dan stanwick (1998), Balanbanis et al. (1998), tuwaijri et al. (2004) menunjukkan bahwa pengungkapan soasial mempengaruhi (correlation) terhadap kinerja ekonomi perusahaan baik yang di tunjukkan pada profibilitas (ROE, ROA, PER) serta kinerja pasar modal (market value).

Melihat hasil penelitian sebagaimana dinyatakan diatas dapat disarikan bahwa terdapat independensi motif antara keinginan mengungkapkan tanggungjawab social (social disclosure) dengan upaya mempertahankan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan bagus dalam rangka mempertahankan reputasi dan legitimasi akan termotivasi melakukan pengungkapan social secara luas (extent of social disclosure). Begitu juga sebaliknya, tingkat keterbukaan dan responibilitas (social disclosure). Yang dilakukan perusahaan mengandung information content sehingga memiliki konsekuensi ekonomi

(economic consequences) yaitu memberikan peluang meningkatkan transaksi, profitabilitas dan market value.

Dimensi Lingkungan Dan Manfaat Ekonomi CSR

Al-Tuwaijri, *et al.*(2004) menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara kinerja ekonomi dengan kinerja lingkungan, demikian juga antara pengungkapan informasi lingkungan dengan kinerja ekonomi. Freidman dan Jaggi (1992) menguji hubungan jangka panjang antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi dengan menggunakan presentase perubahan dalam tiga ukuran polusi dan berbagai rasio akuntansi sebagai proksi empiris dari kinerja lingkungan dan ekonomi. Mereka gagal menolak hipotesis nol mengenai tidak adanya hubungan yang signifikan antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Pihak manajemen yang memiliki komitmen kuat untuk melakukan pengujian secara periodik sebagai keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang disandarkan pada pandangan Deegan(2000). Menurut Deegan(2002), perusahaan telah menandatangani kontrak social atas izin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi, sehingga kepatuhan yang ditunjukkan perusahaan dijalankan untuk memenuhi harapan masyarakat.

Dalam perseptif Freidmann (1962), perusahaan telah melakukan “hal yang benar” sesuai pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*), sehingga perusahaan akan memperoleh keuntungan bisnis. Penelitian Pfeleiger *et al* (2005) menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Hasil lain mengidentifikasi bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern menyadari sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan social juga merupakan bagian penting dari perusahaan. Hasil penelitian Guthrie dan Parker (1989), ada kecenderungan perusahaan melakukan pengungkapan sebagai respon tekanan publik.

Kepatuhan perusahaan melakukan berbagai pengujian secara periodik dapat dipandang sebagai upaya mengelola kelompok *stakeholder* tertentu yang *powerful* yang mengancam legitimasi perusahaan (Robert, 1992) Menurut *legitimacy theory*, perusahaan memiliki kontrak untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt dalam Haniffa *et al*, 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan

legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam hidup perusahaan (Lindblom dalam Haniffa *et al*, 2005)

Menurut Chariri *et al*, 2009 kepatuhan perusahaan dapat digunakan untuk menarik dana investasi. Di beberapa Negara, *ethical investment funds* merupakan bagian penting dalam pasar modal yang semakin meningkat peranannya, seperti *the Dow Jones Sustainability Group Index*. Pihak yang bertanggung jawab dalam merangking organisasi untuk tujuan analisis portofolio menggunakan informasi yang di peroleh dari organisasi tersebut. Kepatuhan dapat digunakan untuk memperbaiki *image* apabila ,memperoleh penghargaan, yang diberikan oleh *the Association of Certified Accountant* atau kalpataru di Indonesia.

Motif Ekonomi Dalam Perspektif Stakeholders

Harahap (2001) menyatakan bahwa dilihat dari perspektif stakeholders, terdapat keuntungan yang terkandung dalam legitimasi perusahaan, antara lain: (1) mengurangi tuntutan regulasi; (2) mengurangi tuntutan dari masyarakat; (3) mengurangi konflik dengan lembaga swadaya masyarakat; (4) meningkatkan nilai transaksi masyarakat; dan (5) meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Mc Guire *et al*. (1988) berpendapat bahwa tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dapat meningkatkan reputasi dan hubungan perusahaan di mata banker's, investor dan government official. Lebih lanjut dinyatakan, peningkatan hubungan tersebut berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Rosen *et al*. (1991) berpendapat *A firm's corporate social responsibility seems to be a factor that influences banks and other institutional investor's investmen decision*.

Belkaouli (1976) menginvestigasi pada information content of pollution control disclosure, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kinerja ekonomi (*economic performance*). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Ander dan France (1980), Shane dan Spicer (1983) menunjukkan bahwa tanggung jawab social (*social responsibility*) berpengaruh terhadap financial market.

Penelitian Alexander dan Buchoiz (1978); Bragdon dan Marlin (1972); Chen dan Metcalf (1980) menunjukkan bawa terdapat hubungan positif antara kinerja social dan kinerja ekonomi. Dalam penelitian mereka, kinerja ekonomi diukur menggunakan return on equity, stockholders return, earning return per-share, income dan price-earning-ratio.

Begitu pula sebaliknya, perusahaan yang memiliki kinerja keuangan bagus dalam rangka mempertahankan legitimasi dan transaksi cenderung meningkatkan kinerja social. Kinerja social memberikan kemanfaatan dalam mendukung atmosfir bisnis kondusif.

Bowman dan Hare (1972) meneliti 15 perusahaan di industri pulp dan paper menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kinerja social perusahaan yang diukur dengan reputation scale from business and society review terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan return on assets (ROA) dan return on equity (ROE).

Melihat konteks empiris sebagaimana yang dinyatakan dalam riset tersebut diatas dapat disarikan bahwa tanggungjawab social (social responsibility) memiliki konsekuensi baik social maupun ekonomi. Kedua konsekuensi tersebut bersifat interdependen (resiprokal), yaitu kinerja social yang merupakan simplifikasi legimasi stakeholders terhadap perusahaan memiliki kemanfaatan meningkatkan transaksi dan profitabilitas. Begitu juga sebaliknya, perusahaan yang memiliki kinerja keuangan tinggi, terutama pada perusahaan yang berada pada industry eksploitasi dalam rangka mempertahankan reputasi dan legitimasi akan berusaha meningkatkan kinerja social.

Perusahaan merupakan pihak yang rasional dalam banyak keputusan, sehingga pertimbangan *trade of antara cost* dan benefit dijadikan pijakan dalam pengambilan keputusan, merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan diharapkan memberikan nilai bagi perusahaan, baik secara social maupun ekonomi.

Epstein (1989) menyatakan biaya lingkungan memiliki kandungan potensi untuk meningkatkan legitimasi dan transaksi. Luk , Yau, Oliver, Tse, Alan, Chow dan Raymond (2005) menyatakan perusahaan yang memiliki keperpihakan terhadap konsumen dengan memperhatikan pengorbanan dan perlindungan produk memiliki kinerja penjualan sales person lebih besar.

Ullmann (1985) menyatakan bahwa terdapat kandungan motif dalam tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) baik bersifat social (social motive) maupun ekonomi (economic motive). Perusahaan yang memiliki kererpihakan sosial (social responsibility) tinggi dapat meningkatkan legitimasi yaitu menurunkan klaim dari stakeholders, sehingga mendukung terwujudnya atmosfir usaha kondusif dan meningkatkan transaksi (economic consequences). Patrick Medley (1996) mengemukakan bahwa praktik tanggungjawab social (social responsibility) mengandung Dua motif (motive conten) yaitu social motive atau motif social dan economic motive. Dengan demikian tanggungjawab program CSR (*corporate social responsibility*) merupakan sebuah tindakan yang dilakukan dengan motif-motif.

Adam (2004) menyatakan praktik tanggung jawab sosial (social responsibility) dengan berbagai pengorbanan sosial kemanfaatan untuk meningkatkan atmosfir usaha.

Memed (2002) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara biaya social yang dikeluarkan perusahaan terdapat kinerja social dan ekonomi. Tingkat tanggung jawab social perusahaan juga memiliki informasi penting dalam meningkatkan laba perusahaan (Spicer, 1978; Anderson dan Frankle, 1980)

Subroto. P.H (2002) menunjukkan bahwa biaya social terkait dengan keperpihakan terhadap lingkungan, karyawan, pelanggan, partner bisnis, masyarakat, lingkungan, dan pemilik memiliki kandungan untuk meningkatkan kinerja keuangan baik dalam rasio akuntansi (ROE, ROA) maupun kinerja saham. Untuk itu, dalam rangka menjaga stabilitas kinerja keuangan perusahaan perlu meningkatkan kinerja social (keperpihakan social).

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa, biaya social yang merupakan keperpihakan perusahaan terhadap lingkungan, sosial seperti biaya lingkungan, masyarakat sekitar, karyawan dan bentuk biaya social lain akan meningkatkan kinerja social perusahaan, yaitu berkurangnya senjangan legitimasi sehingga dapat mengurangi tuntutan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Belkaoui & Karpik (1989) meneliti hubungan antara (1) pengungkapan informasi sosial dengan kinerja sosial, (2) pengungkapan informasi sosial dengan kinerja ekonomi (atas dasar variabel pasar dan akuntansi), (3) kinerja sosial dengan kinerja ekonomi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial (1) menunjukkan keikutsertaannya dalam kegiatan sosial, (2) memiliki risiko sistematis dan tingkat leverage yang rendah, dan (3) cenderung merupakan perusahaan yang berskala besar. Jadi pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial dan visibilitas politis serta berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan. Bukti-bukti empiris diatas dapat diambil benang merah bahwa rerangka rasional masih menjadi bagian dari mainstream hasil-hasil penelitian empiric. tentang CSR yang berdimensi social tetapi ujung-ujungnya memiliki motif ekonomi.

Kesimpulan

Kajian tentang dimensi-dimensi dalam CSR ini membuka pengertian baru tentang luasnya horison CSR yang meliputi dimensi lingkungan, sosial, stakeholder, ekonomi, dan vountir. Namun yang menarik bahwa penelitian-penelitian empiris khususnya dengan latarbelakang bidang ilmu akuntansi membuktikan bahwa semua dimensi-dimensi tersebut ujung-ujungnya bermuara pada sebuah motif atau tindakan yang bersifat ekonomi. Program CSR dilakukan bukan karena secara nilai misalnya moral atau dimensi vountierisme yang berbasis pada nilai etika dan moral.

Penelitian-penelitian empiris khususnya dalam bidang akuntansi setidaknya ditemukan beberapa bukti, bahwa dari sudut pandang motif tindakan maka CSR lebih didominasi oleh dimensi ekonomi sosial dibanding dengan dimensi voluntariness yang berbasis pada nilai etika dan moral. Hal yang menarik disini bahwa dalam penelitian empiris ditemukan bukti bahwa tindakan-tindakan sosial yang secara difinisi dapat dikategorikan dalam dimensi sosial dan lingkungan ternyata juga bermotif ekonomi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan perusahaan melakukan program CSR dengan konsekuensi biaya bukan merupakan sesuatu yang tulus tetapi lebih karena didasarkan bentuk rasionalitas perusahaan untuk menaikkan nilai ekonomi sekaligus memaksimalkan utilitasnya yang diprosikan dengan kinerja-kinerja keuangan yang berkorelasi positif. Dan sejauh ini penelitian empiris belum mengarah pada pembuktian searah bahwa dimensi-dimensi voluntir, lingkungan, dan sosial merupakan dimensi yang secara inheren merupakan bentuk program CSR yang dilakukan secara tulus atau dilakukan semata-mata karena pertimbangan moral bahwa itu baik (*dimensi voluntir*).

Keterbatasan

Riset pustaka ini memiliki keterbatasan dalam melakukan eksplorasi hasil-hasil penelitian tentang CSR yang sebagian besar didominasi oleh penelitian dari luar. Perlu dikaji lebih dalam lagi apakah tindakan-tindakan manipulatif para manajer juga memiliki keterkaitan dengan CSR.

Saran

Untuk penelitian mendatang sangat direkomendasikan melakukan eksplorasi yang berkaitan dengan motif-motif tindakan dalam CSR. Perlu dilakukan kajian-kajian dan juga penelitian empiris tentang sumber dana CSR dialokasikan dari pos mana?

DAFTAR PUSTAKA

- Aderson, J, C, and Frankle, A.W. 1980.” Voluntary Social Reporting: An Iso-Beta Portfolio Analysis.” *The Accounting Review*. Vol.55, PP 468-79.
- Alexander, GJ, and Buchhoiz, RA. 1978. “ Corporate Social Responsibility and Stoke Market performance.” *Academy of Management journal*, Vol. 21.PP. 479-99.
- Al-tuwaijri, S.A., Christensen, T.E. dan Hughes II, K.E. 2004. “The Relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach.” *Accounting organization and society*. Vol. 29. Pp. 447-471.

- Baron, D.P.2001. "Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy." *Journal of economics and management Strategy*, 10: 7-45.
- Belkaouli. A., 1976. "The Impact of the Disclosure of the Environmental Effects of Organizations Behavior on the Market" *Financial Management*, Vol. 5. PP.26-31.
- Belkaouli. A, and Karpik. P.G 1989. "Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Social Information." *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 1, No.1.
- Bowman, H. and Haire. M. 1975." A Strategy Posture Toward Corporate Social Responsibility." *California Management Review*. Vol.18 No.2, PP. 49-58.
- Chariri , Anis, dan Firman Aji Nugroho, 2009, "Retorika dalam pelaporan CSR, Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting", SNA XII, Palembang pp 2-6
- Dahlsrud, Alexander, 2008. "Corporate Social Responsibility and Environmental Management" *Corp. Soc. Responsib. Environ.* in Wiley InterScience , *Mgmt.* **15**, 1–13
- Epstein, E. M. 1989. "Business Ethics, Corporate Good Citizenship and the Corporate Social Policy Process: A View from The United States". *Journal of Business Ethics*. Vol.8.pp.583-595.
- Etzioni A., 1986, Rationality Is Anti-Entropic, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 7, pp.17-36. Noth-Holland
- Friedman, M, 1962. Capitalism and Freedom. Chicago : The University of Chicago Press.
- Feddersen, T. and Gilligan, T. 2001 Saints and markets: Activists and the supply of credence goods, *journal of Economics and Management Strategy*, 10:149-71
- Guthrie, J and Parker,LD, 1989, "Corporate Social Disclosure Reporting, *Accounting and Business Research*. Vol. 9 No.2
- Harahap, Sofyan S, 2001." Menuju Perumusan Akuntansi Islam." Pustaka Quantum Jakarta
- Hadi, Nor, 2009. " Interaksi Biaya Sosial Kinerja Sosial Kinerja Keuangan Dan Luas Pengungkapan social." Executive Summary Disertasi, Program Pasca Sarjana Undip.
- Johnson , <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20415/4/>
- Kasali, Rhenald.2005. *Management Public Relations*. Jakarta. Ghalia Indonesia.

- McWilliams, A., Siegel, D. S. and Wright, P.M. 2006. "Corporate Social Responsibility : Strategic Implication,": *Journal Of Management Studies*, 43:1-18
- Mathew. MR, 1984 "Exploring The Philosophical Bases Underlying Social Accounting." *Journal of Accounting and Finance Discussion Paper. No 3 Massey University.*
- Memed Sueb, 2002, "Pengaruh Akuntansi Sosial Terhadap Kinerja Sosial dan Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia." Disertasi Universitas Padjadjaran Bandung.
- Pagano, M. and Volpin, P. 2005. "Managers, workers, and corporate control." *The journal of finance*, 60:841-868.
- Muhmidayeli, 2011. <http://akhmadsudrajat.wordpress.com/>
- Robert, RW. 1992. "Determinant of Corporate Social Responsibility Disclosure : An Application on Stakeholder Theory." *Accounting, Organization and Society*, Vol 17, No 6, pp. 505-612.
- Subroto Phutut. 2002. "Acorrelation Study Of Corporate Social Responsibility and Financial Performance an Empirical Survey Toward Ethical Business Practice in Indonesia". Dissertation in Capella University
- Tri W, Handayani, 2011. "Pengaruh CSR Dan Manajemen Laba Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol 22 No. 1 April 2011 pp 67-77
- Ullmann. A.R, 1985, " Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships Among Social Performance of U. S.Firm: *Academy of Management*. Vol. 10. No, 3, 540-557
- Zaenuri, 2011, "Analisis Kinerja Pengelolaan Lingkungan Industri Di Kawasan Simongan Kota Semarang." Disertasi tidak dipublikasikan, Sekolah Pascasarjana Universitas Gajahmada.