

ELVIRA LUTHAN

**KETERKAITAN ANTARA CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) DAN GOOD
CORPORATE GOVERNANCE (GCG)
DALAM MENINGKATKAN
KINERJA PERUSAHAAN**

UNPAD PRESS

TIM PENGARAH

Ganjar Kurnia
Mahfud Arifin, Engkus Kuswarno
Memed Sueb

TIM EDITOR

Wilson Nadeak (Koordinator), Tuhpawana P. Sendjaja
Fatimah Djajasudarma, Benito, A. Kurnani
Denie Heriyadi, Wahya, Cece Sobarna,
Dian Indira

Judul : Keterkaitan Antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Good Corporate Governance (GCG)* Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Penulis : Elvira Luthan

UNPAD PRESS
Copyright © 2010

ISBN 978-979-3985-75-6

TENTANG PENULIS



Elvira Luthan lahir di Padang, 7 Mei 1965, lulusan jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang pada Mei 1990. Selanjutnya dia memperoleh gelar Magister Sains (MSi) dalam bidang Akuntansi Keuangan dari Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. Pada saat ini sedang menyelesaikan Program Doktor di Universitas Padjadjaran dengan bidang kajian utama Akuntansi.

Pada awal kariernya sebagai dosen, dia pernah mengikuti Accounting Course by Accountancy Education Development Program (AEDP), **Cleveland State University, Cleveland, USA**, dari Mei sampai Agustus 1992. Dalam proses penyelesaian disertasi untuk gelar Doktor, dia juga pernah mengikuti program Sandwich ke **Flinders University, Adelaide, South Australia**, dari November 2008 sampai Februari 2009. Program tersebut dibiayai oleh DIKTI.

Pengalaman mengajar dimulai tahun 1990 pada almamaternya, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Disamping itu dia juga mengajar di berbagai perguruan tinggi swasta di Padang. Hampir semua mata kuliah akuntansi pernah diasuhnya. Selain berpengalaman dalam bidang akademis, dia juga berkiprah dalam praktik perakuntansian di beberapa perusahaan swasta di Padang, di antaranya PT Bhara Union, PT Arga Jambu Raya, RS Restu Ibu, dll, baik sebagai kepala bagian akuntansi ataupun sebagai internal auditor.

Sebagai seorang staf akademis, dia telah melakukan berbagai penelitian terutama dalam bidang akuntansi dan pasar modal. Hasil penelitiannya telah dipublikasikan pada beberapa jurnal nasional yang telah terakreditasi.

BAB 1.

Selayang Pandang Kaitan GCG dan CSR

Pada awalnya, tujuan perusahaan didirikan adalah untuk melayani dan memenuhi kebutuhan manusia. Dari pelayanan tersebut perusahaan mendapatkan *reward* dalam bentuk laba atau *profit*. Dalam konteks legal, tanggung jawab dari manajemen perusahaan (*board of directors*) dinyatakan dalam anggaran dasar dan anggaran rumah tangga perusahaan. Aturan ini, bersamaan dengan aturan dasar perusahaan yang secara umum mengakui bahwa pemilik merupakan fokus utama perusahaan. Hal ini juga dinyatakan dalam undang-undang perseroan terbatas, yang menegaskan bahwa pemegang saham memberikan kewenangan kepada direktur untuk membuat keputusan dan bertindak atas nama nya. Aturan tersebut memuat beragam ketentuan, seperti perlunya mempublikasikan laporan keuangan dan mengadakan RUPS. Pemegang saham akan memilih dewan komisaris, kemudian dewan komisaris memilih Direktur. Kenyataan ini secara umum diterima, yang merupakan bagian sentral dari *corporate governance* yang memastikan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham.

Kritik untuk pandangan ini terutama muncul dari pendukung *stakeholders theory*, yang menyatakan bahwa banyak *stakeholders* selain pemegang saham berinvestasi terhadap perusahaan. *Stakeholders theory* menyatakan bahwa tujuan suatu perusahaan adalah menyediakan barang atau jasa untuk semua kelompok *stakeholders*, bukan hanya memaksimalkan kesejahteraan *shareholders*. Dari sudut pandang *stakeholder theory* inilah, timbul istilah tanggung

jawab sosial perusahaan yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (setelah ini *corporate social responsibility* = CSR, *tanggung jawab sosial perusahaan*). CSR makin banyak didiskusikan dalam dekade belakangan ini karena adanya pro dan kontra terhadap implementasinya.

Sementara itu, pada dasarnya *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang bertujuan untuk melindungi para investor. Solomon dan Solomon (2004) mendefinisikan *Corporate Governance* dalam dua sudut pandang :

1. Sudut sempit : *Corporate Governance* diartikan sebagai hubungan antara perusahaan dengan pemegang saham, hal ini ditunjukkan dalam teori keagenan
2. Sudut luas : *Corporate Governance* dimaknai sebagai hubungan perusahaan dengan *stakeholders* lain, berdasar pandangan ini, Solomon mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai sistem *check and balances* baik internal maupun eksternal yang menjamin perusahaan melaksanakan akuntabilitasnya kepada seluruh *stakeholder* dan tanggung jawab sosialnya.

Forum *Corporate Governance* Indonesia (2004) mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai seperangkat aturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, kreditur, pemerintah serta karyawan sehubungan dengan hak dan kewajiban mereka, berupa sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.

Komite Nasional Kebijakan *Governance* (2006) menetapkan Pedoman Umum *Good Corporate Governance* (GCG) di Indonesia. Pada dasarnya GCG diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu penerapan GCG perlu didukung oleh tiga pilar yang saling berhubungan, yaitu negara dan perangkatnya sebagai regulator, dunia usaha sebagai pelaku pasar, dan masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha. Prinsip-prinsip dasar yang harus dilaksanakan oleh masing masing pilar adalah:

1. Negara dan perangkatnya menciptakan peraturan perundang-undangan yang menunjang iklim usaha yang sehat, efisien dan transparan, melaksanakan peraturan perundang-undangan dan penegakan hukum yang konsisten (*consistent law enforcement*).
2. Dunia usaha sebagai pelaku pasar menerapkan GCG sebagai pedoman dasar pelaksanaan usaha.
3. Masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha serta pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan, menunjukkan kepedulian dan melakukan kontrol sosial secara obyektif dan bertanggung jawab.

Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas/prinsip GCG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan semua pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Sedangkan, CSR mengacu kepada tanggung jawab sebuah entitas terhadap semua *stakeholders*, termasuk masyarakat secara umum dan lingkungan fisik tempat entitas beroperasi. Banyak alasan mendukung pendapat mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu CSR sejalan dengan operasi usahanya (Daniri, 2008), diantaranya adalah:

- Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme.
- Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Selanjutnya, kalangan bisnis ingin membatasi intervensi pemerintah atau kelompok lain, sehingga melakukan tindakan yang akan meminimumkan kontrol terhadap perusahaan. (Birth, 2005 dan Daniri, 2006). Pihak yang pro dan mendukung implementasi CSR biasanya berasal dari para pendukung teori *stakeholder*. Sedangkan yang kontra terhadap implementasi CSR menyatakan bahwa CSR hanya akan meningkatkan pengeluaran perusahaan yang akan mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Biasanya paham yang kontra CSR ini dianut oleh para pendukung teori keagenan.

Beberapa penelitian telah banyak dilakukan tentang aktivitas perusahaan dalam melakukan CSR, yang akhirnya

bermanfaat dalam mendatangkan laba. Contoh, kepedulian entitas terhadap kepentingan masyarakat, maka entitas mungkin dapat menentukan harga yang lebih tinggi atau volume penjualan produk lebih besar, sehingga akhirnya bisa memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham atau *shareholders*. (Birth,2005).

Secara umum pengertian CSR tersebut adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Jadi dalam gagasan CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* (Hubbart, G, 2009). Di sini *bottom lines* lainnya, selain finansial (*profit*) adalah sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*), yang lebih dikenal dengan *triple P*. *Profit*, memastikan bahwa perusahaan tetap mampu memenuhi permintaan pelanggan dengan kualitas tinggi tapi dengan biaya murah sehingga perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dan laba maksimum bisa dicapai. Konsep P kedua yaitu *Planet*, memastikan bahwa pelaksanaan usaha tetap melindungi keanekaragaman hayati dan mengurangi penurunan kualitas lingkungan. Konsep P ketiga, *People* dengan menyediakan kesempatan untuk ikut serta dalam pengentasan kemiskinan serta menjadi tempat untuk pilihan pekerjaan (Steiner & Steiner 2006).

Implementasi CSR dalam aktivitas bisnis terbukti dari meningkatnya penggunaan kebijaksanaan CSR dalam perusahaan-perusahaan besar. Pada tahun 2001 (McBarnet, 2007) 73 persen dari 100 perusahaan yang terdaftar di FTSE, UK memiliki *codes of conduct* atau laporan prinsip. Pada tahun 2004, hal ini meningkat sampai 90 persen. Di USA, semua perusahaan Fortune 500 telah memperkenalkan *code of conduct*. Publikasi laporan CSR meningkat menjadi 83 dari 100 perusahaan FTSE di tahun 2005, sementara itu 90 dari 100 perusahaan top Eropa dan 59 dari 100 perusahaan top USA telah menerbitkan laporan CSR pada 2005 dan 2006 (Mc Barnet et al, 2007). Hal ini membuktikan bahwa semakin luasnya implementasi CSR dalam kalangan bisnis.

Di bidang pasar modal, pelaksanaan CSR dapat dilihat dari adanya indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, New York Stock Exchange memiliki Dow Jones Sustainability Index (DJSI) bagi saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability*, dengan salah satu kriterianya adalah praktek CSR. DJSI diberlakukan mulai 1999. Begitu pula dengan London Stock Exchange yang memiliki Socially Responsible Investment (SRI) Index. Inisiatif ini juga mulai diikuti oleh otoritas bursa saham di Asia, seperti di Hang Seng Stock Exchange dan Singapore Stock Exchange. Konsekuensi dari adanya indeks-indeks tersebut akan memicu investor global seperti perusahaan dana pensiun dan asuransi, yang akan menanamkan investasinya pada perusahaan-perusahaan yang sudah masuk dalam indeks

dimaksud dan menghindari berinvestasi pada perusahaan yang tidak peduli terhadap masyarakat. Heal (2008) menyatakan minat investor terutama dari kalangan organisasi non profit, kelompok agama, universitas, dana pensiun dan lain-lain, meningkat tajam untuk menanamkan dana ke dalam SRI. Hal ini terbukti pada 1995 dana SRI kurang \$20 juta US, tahun 1997 naik menjadi 155 juta US, dan pada 2005 meningkat tajam menjadi \$180 juta US. Davies (2000) meneliti bahwa terjadi peningkatan harapan konsumen Asia terhadap perusahaan yang peduli dengan aktivitas sosial. Untuk itu, kalangan bisnis harus waspada terhadap perhatian dan monitoring masyarakat terhadap perilaku bisnis mereka.

Di Indonesia, penerapan CSR mulai berkembang setelah krisis ekonomi tahun 1997-1998, sebagai salah satu jawaban atas usaha perusahaan untuk dapat membuat perusahaan tetap bertahan hidup dalam kondisi ekonomi, sosial, hukum dan politik yang berubah dengan cepat pada masa itu. Pelaksanaan CSR di Indonesia masih belum banyak, sementara potensi sasaran CSR sangat besar, seperti kerusakan lingkungan, pengangguran, putus sekolah dan kemiskinan. WALHI (Wahana Lingkungan Hidup, 2004) menyatakan bahwa Indonesia menemui banyak masalah lingkungan hidup, diantaranya,

1. Polusi dari pertambangan dan industri yang berdampak pada semua level rantai makanan, termasuk juga polusi air kelautan.

2. Polusi udara, terutama dalam area industri dan kota besar, yang menyebabkan masalah pernapasan terhadap jutaan orang.
3. Kurang bagusnya pengelolaan sampah yang berkontribusi terhadap kondisi tidak higienis dan timbulnya masalah kesehatan.
4. Masalah penyebaran asap sampai ke negara tetangga seperti Malaysia dan Singapore, yang menyebabkan hujan *acid* dan timbulnya masalah diplomasi.
5. Penggundulan hutan sampai tingkat 3,4 juta hektar per tahun.

Jika dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya, implementasi CSR di Indonesia masih sangat rendah, seperti terlihat pada tabel 1. (Chappel & Moon,2005).

Tabel 1
Perbandingan Implemenetasi CSR di 7 negara Asia.

Country	Penetration of CSR Reporting in Companies per Country (%)	% Companies Reporting Community Involvement	% Companies Reporting Production Process	% Companies Reporting Employee Relation
India	72	67	58	31
South Korea	52	42	54	12
Thailand	42	71	19	10
Singapore	38	47	11	21

Malaysia	32	69	50	19
Philippines	30	71	29	0
Indonesia	24	27	27	27

Sumber : Chappel & Moon (2005)

Salah satu bentuk CSR yang sering dilakukan di Indonesia adalah *community development*, yang lebih menekankan pada pembangunan sosial dan kapasitas masyarakat. Hal ini akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat. (Daniri,2008). Jadi CSR bukan hanya sekedar kegiatan amal, tapi mengharuskan perusahaan dalam pengambilan keputusannya juga memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh *stakeholders* perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini akan mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Mayoritas studi menunjukkan hubungan yang positif antara kinerja sosial dan kinerja ekonomi. Dari analisis meta terhadap 52 studi yang

dilakukan oleh Orlitzky *et.al.* (2003) dengan total ukuran sampel 33.878 observasi, mereka menemukan bahwa kebaikan perusahaan melalui CSR ditanggapi positif oleh masyarakat yang tercermin dari adanya hubungan signifikan dan positif antara kinerja sosial dan kinerja keuangan. Sebelumnya Feedman dan Jaggi (1992) telah menguji hubungan jangka panjang antara *environmental performance* dan *economic performance* dengan menggunakan persentase perubahan dalam tiga ukuran polusi dan berbagai rasio akuntansi sebagai proksi empiris dari *environmental performance* dan *economic performance*. Mereka berhasil membuktikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *environmental performance* dengan *economic performance*. Hubungan antara *economic performance* dengan *environmental performance* yang tidak searah adalah konsisten dengan pemikiran ekonomi tradisional yang menggambarkan hubungan ini sebagai *trade off* antara profitabilitas perusahaan dengan tindakannya pada CSR.

Selanjutnya Klassen & McLaughlin (1996) mengembangkan model teoritis pada hubungan antara profitabilitas keuangan dan tanggungjawab lingkungan. Mereka menemukan bahwa pemegang saham dari perusahaan yang dapat peringkat bagus dalam kepedulian terhadap lingkungan dapat menikmati kelebihan *stock return* (diukur dengan CAR) secara positif dan signifikan secara statistik.

Al-Tuwaijri, *et al.* (2004) menemukan hubungan positif signifikan antara *economic performance* dengan *environmental performance*. Hasil ini konsisten dengan skenario *win-win* dan proposisi dari Porter dan Van der Linde (1995) bahwa

environmental performance yang baik akan diberi penghargaan di pasar. Hubungan antara *environmental performance* dengan *economic performance* ditemukan pada dukungan teoritis belum kuat dan penelitian empiris terdahulu belum berhasil menjelaskan hasil yang kontradiktif tersebut.

Penelitian di Indonesia diantaranya dilakukan oleh Suratno *et al*, (2005) dengan mengambil sampel perusahaan yang terdaftar di BEJ. Mereka menyimpulkan bahwa *environmental performance* berpengaruh positif signifikan terhadap *environmental disclosure*, *environmental performance* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *economic performance*. Hal ini konsisten dengan hasil Al-Tuwaijri, *et al*. (2004). Penelitian Sayekti & Wondabio (2006) menggunakan sampel perusahaan yang *listing* di BEJ dan mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Sarumpaet *et al* (2007) mengkaji reaksi pasar terhadap pengumuman peringkat kinerja lingkungan oleh Kementrian Lingkungan Hidup (KLH). Mereka menemukan bukti bahwa pasar bereaksi secara signifikan terhadap peringkat jelek yang dikeluarkan KLH. Hal ini tercermin dari refleksi investor terhadap posisi ekonomi mendatang melalui penurunan harga saham.

Standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, terutama mengenai tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan atau akibat lain yang terjadi dari kegiatannya. Namun pelaporan non keuangan ini secara umum telah diakomodasi dalam PSAK. PSAK No.1 tentang penyajian

Laporan Keuangan dinyatakan bahwa perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting. PSAK No 33 untuk industri pertambangan umum dan PSAK No. 32 untuk perusahaan kehutanan, yang mewajibkan perusahaan-perusahaan tersebut mengelola lingkungan dan masyarakat sekitar. Untuk itu sudah selayaknya perusahaan melaporkan semua aspek yang mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat. Saat ini sedang berkembang disamping laporan keuangan, perusahaan juga melengkapi laporannya dengan *sustainability reporting (SR)*. Dalam paradigma *SR*, perusahaan harus melaporkan aspek keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang terjadi di perusahaan. Bahkan lebih jauh dari itu, perusahaan juga harus mampu menjaga *sustainability*-nya.

Dalam undang-undang nomor 25 tahun 2007 pada 26 April 2007 tentang Penanaman Modal, pemerintah mendorong perusahaan ikut bertanggung jawab atas masalah sosial dan lingkungan, dimana Pasal 15 (b) menyebutkan setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Selanjutnya, bagi perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, pengungkapan kegiatan sosial seperti CSR telah diatur dalam Peraturan Bapepam No. KEP-13/BL/2006 tanggal 7 Desember 2006 sebagai pengganti Peraturan Bapepam No. KEP-38/PM/1996. Peraturan Bapepam itu diupayakan memberikan gambaran yang jelas tentang kinerja manajemen kepada publik. Peraturan tersebut diharapkan dapat membuat manajemen mengungkapkan informasi lain di luar yang telah diwajibkan. Kondisi tersebut

bisa terjadi selama perusahaan akan memperoleh manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikorbankan. Sejumlah penelitian tentang manfaat CSR telah banyak dilakukan. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa hal itu berdampak positif terhadap profitabilitas perusahaan maupun imbal hasil saham (Anderson and Frankle, 1980; Shane and Spicer, 1983; Cochran & Wood, 1984; Rockness, Schlachter, Rockness, 1986; Cotrill, 1990; Roberts, 1992; Ruf, Bernadette M. *et al*, 2001; dan sebagainya). Informasi kegiatan CSR itu akan membentuk kepercayaan baru yang dapat mendorong atau malah mengubah ekspektasi para investor terhadap keputusan untuk menahan, menjual, atau membeli lagi saham perusahaan.

Sementara itu kepedulian pemerintah terhadap CSR, melalui Kementrian Negara Lingkungan Hidup (KLH) ditegaskan oleh Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997, pasal (5), (6), (7) tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup beserta peraturan pelaksanaannya, kinerja pengelolaan lingkungan wajib diungkapkan dan disampaikan oleh setiap orang/penanggung-jawab kegiatan. Pasal ini kemudian dipertegas dengan Pasal (33) dan (34) PP RI No. 27 Tahun 1999 Tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup, tentang keterbukaan informasi dan peran masyarakat. Disamping itu dengan Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup No: 127 Tahun 2002, KLH juga telah melakukan Program Penilaian Peringkat Pengelolaan lingkungan (PROPER) pada perusahaan untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga

perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya. Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3, AMDAL serta pengendalian pencemaran laut. Ketentuan ini bersifat wajib untuk dipenuhi.

Kepedulian Pemerintah terhadap CSR juga dapat dilihat dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 pada Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas. Tujuan dikeluarkannya UU ini adalah untuk mengatur keberadaan dan pedoman perusahaan dalam menjalankan roda perusahaannya serta mencegah terjadinya pertumbuhan ekonomi yang menyimpang. Dalam UU ini, terdapat satu pasal yang menjelaskan tentang kewajiban lain suatu perusahaan yaitu tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungan, yaitu Pasal 74 yang terdiri atas 4 ayat, yang bunyinya sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi

sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam pasal ini pemerintah mewajibkan korporasi yang berhubungan dengan sumber daya alam untuk menganggarkan sejumlah dananya dalam upaya melakukan program CSR yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Seperti, industri pertambangan wajib mengembangkan kemitraan dengan masyarakat atau pengusaha kecil dan menengah setempat secara bertahap sambil melakukan pemberdayaan menuju prinsip saling menguntungkan. Kemitraan harus diikuti dengan pemberian kesempatan dan perkuatan (*empowerment*). Ini berarti CSR bisa dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan reputasi perusahaan secara tidak langsung dapat meningkatkan perekonomian negara.

BAB II

Seluk Beluk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dari sudut pandang strategis, suatu perusahaan bisnis perlu mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya bagi masyarakat dimana bisnis menjadi bagiannya. Sejarah bisnis dan masyarakat secara jelas menunjukkan bahwa ketika bisnis mengabaikan tanggung jawabnya terhadap *stakeholder*, masyarakat cenderung menanggapi melalui pemerintah untuk membatasi otonomi bisnis. Organisasi bisnis harus mengenali semua tanggung jawab sosial mereka jika mereka ingin memiliki otonomi yang sangat penting pengaruhnya bagi efektifitas dan efisiensi organisasi (Hunger J David & Wheelen, 2003).

Empat tanggung jawab bisnis dinyatakan dalam tingkat prioritasnya (Carroll, 1991), hal ini sesuai dengan pyramid tanggung jawab perusahaan yang digambarkan oleh Carroll (gambar 2.1). Jadi sebuah perusahaan bisnis,

1. Pertama kali harus membuat keuntungan untuk memuaskan tanggung jawab ekonominya. Agar dapat terus bertahan,
2. Perusahaan harus memenuhi tanggung jawab hukum. Setelah tanggung jawab dasar tersebut terpenuhi, perusahaan harus berusaha memenuhi tanggung jawab sosialnya.

3. Perusahaan kemudian dapat memenuhi tanggung jawab etika dengan melakukan hal-hal yang bernilai tetapi tidak ada dalam hukum. Setelah memenuhi tanggung jawab etika,
4. Perusahaan dapat memfokuskan diri pada tanggung jawab *discretionary* (kebebasan memilih), tindakan sukarela yang dianggap penting oleh masyarakat.

Namun tanggung jawab *discretionary* pada masa datang mungkin akan menjadi tanggung jawab etika. Selanjutnya Carroll (1991) menyatakan bahwa jika perusahaan bisnis gagal menyatakan tanggung jawab *discretionary* atau tanggung jawab etika, masyarakat (melalui pemerintah) akan bertindak, yaitu dengan membuat tanggung jawab tersebut menjadi tanggung jawab hukum. Akibatnya perusahaan mungkin akan semakin sulit memperoleh keuntungan dibanding jika perusahaan dengan suka rela menerima tanggung jawab etika dan tanggung jawab *discretionary*.

Tanggung jawab perusahaan tersebut mungkin sukar dipenuhi jika tidak didukung oleh faktor-faktor lain yang berasal dari internal perusahaan tersebut, seperti tata kelola yang baik dari perusahaan atau *Good Corporate Governance* (selanjutnya disebut GCG). Bab ini akan menyajikan ikhtisar tentang beberapa teori yang mendukung serta definisi-definisi, hasil pemikiran dan atau hasil penelitian terdahulu, mengenai (1) Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR),

2.1. Teori-Teori Dasar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Untuk menjamin kesinambungan usaha suatu perusahaan, sesuai dengan postulates akuntansi, *going concerns or continuity*, perusahaan dianggap akan berlanjut untuk jangka waktu yang tak terbatas. Postulate ini sesuai dengan teori entitas yang dikembangkan oleh Patton (1922) yang menyatakan bahwa perusahaan dipandang sebagai unit yang terpisah dari pemiliknya (Wolk & Tearney, 2001). Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk melayani kebutuhan semua *stakeholders* nya, baik pemegang saham, karyawan, pemerintah dan masyarakat lainnya.

Literatur empiris dan teoritis tentang teori *stakeholders* menekankan konflik antara penciptaan nilai untuk pemegang saham dan untuk *stakeholders* lainnya. Teori yang berkaitan dengan peningkatan nilai pemegang saham (*shareholders*) dipandang tidak adil karena tidak semua *stakeholders* menikmati manfaat korporasi. Padahal kebutuhan para *stakeholders* adalah natural yang muncul sebelum kebutuhan para pemegang saham. Karenanya, memaksimumkan nilai saham akan menjadi target mutlak perusahaan untuk jangka panjang, juga dari sudut pandang sosial. Di Eropa dan Italy (Venanzi & Fidanza, 2006), para pengamat mengemukakan banyak alasan untuk menjelaskan kegagalan dari pendekatan yang memaksimumkan nilai pemegang saham. Seperti, menyalahkan tidak efisiennya pasar uang atau *incapacity* yang tergambar dari nilai ekonomi sesungguhnya dari perusahaan. Relevansi dari permasalahan ini adalah berkaitan dengan proses pengambilan keputusan sebagai sistem evaluasi dan pengukuran kinerja. Dari sudut pandang objektivitas, penciptaan nilai pemegang saham hanya dapat dicapai dalam

jangka panjang, dengan pencapaian tujuan semua *stakeholders*. Dari sudut pandang subjektivitas, pasar akan menilai perusahaan yang juga memperhitungkan hubungan perusahaan dengan semua *stakeholders*.

Teori *Stakeholders* berpandangan bahwa keberadaan perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham, namun juga untuk melayani kepentingan *stakeholders* perusahaan tersebut, seperti karyawan, pemasok, pemerintah dan masyarakat. Manajer dalam mengambil keputusan akan melihat dampaknya ke *stakeholders* dan berusaha memaksimalkan manfaat dan meminimumkan kerugian dari tiap-tiap *stakeholders* sehingga tercapai keseimbangan antara kepentingan berbagai pihak. (Marcoux; 2000; Freeman & Philips,2002). Berdasarkan pandangan ini, korporasi tidak akan melakukan pencemaran lingkungan demi keuntungan korporasi semata karena korporasi juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat sekitar. Implikasi dari teori *Stakeholder* adalah bahwa perusahaan secara sukarela akan melaksanakan CSR karena pelaksanaan CSR merupakan bagian dari peran perusahaan kepada *stakeholders* (Utama, 2007).

Teori lainnya yang mendasari CSR adalah teori legitimasi. Menurut Guthrie dan Parker (1989) dalam Tsang, (1998; 631), perusahaan beroperasi dalam sebuah lingkungan sosial melalui kontrak sosial dimana terdapat kesepakatan untuk memberikan berbagai tindakan sosial yang sesuai agar ia dapat melakukan tujuan-tujuannya. Dengan kata lain agar sebuah perusahaan diakui legitimasinya, ia harus menciptakan

keselarasan antara nilai-nilai sosial yang tercermin dari aktivitas operasionalnya dan norma-norma sosial yang ada dimasyarakat sekitarnya (Dowling dan Pfeffer 1975, dalam Tsang, 1998; 631). Jadi kegiatan sosial perusahaan dapat menjadi salah satu sarana untuk mendapatkan legitimasi di masyarakat.

2.2. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/selanjutnya CSR)

Konsep CSR merupakan konsep yang berkembang dan dinamis. Secara umum CSR adalah cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, lingkungan serta persoalan sosial dan dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dari para *shareholder* maupun *stakeholders*. Hopkins (2005) menyatakan bahwa CSR berkaitan dengan perlakuan terhadap *stakeholders* perusahaan secara etis atau dalam konteks tanggung jawab secara sosial. Implikasi dari pertanggungjawaban sosial adalah menciptakan standar kehidupan yang lebih tinggi, dengan mencadangkan profitabilitas perusahaan, untuk para *stakeholders* nya baik dari dalam maupun dari luar perusahaan

Konsep modern CSR baru dimulai sejak munculnya tulisan Bowen (1953) berjudul *Social Responsibility of the Businessmen* (Caroll, 1999;275-276). Menurut Bowen, CSR mengacu pada kewajiban perusahaan untuk membuat kebijakan, keputusan atau mengikuti garis tindakan yang lebih

mengarah pada sasaran dan nilai kemasyarakatan. (Bowen dalam Caroll, 1999;275-276).

Kotler dan Lee (2005) menggunakan definisi CSR sebagai komitmen untuk memperbaiki masyarakat menjadi lebih baik melalui kebijaksanaan (*discretionary*) praktek bisnis dan kontribusi dari sumber daya perusahaan. Kotler dan Lee (2005) menekankan pada komponen diskresionari, yang dapat diartikan sebagai kesukarelaan perusahaan dalam menerapkan praktik bisnis yang bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Garriga dan Mele (2004;60-65) yang melakukan *mapping* teori dan konsep mengenai CSR dalam kesimpulannya menjelaskan bahwa CSR mempunyai fokus pada empat aspek utama :

1. Mencapai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan,
2. Menggunakan kekuatan bisnis secara bertanggung jawab,
3. Mengintegrasikan kebutuhan-kebutuhan sosial.
4. Berkontribusi ke dalam masyarakat dengan melakukan hal-hal yang beretika.

Dengan demikian, menurut Garriga dan Mele, teori-teori CSR secara praktis dapat digolongkan ke dalam empat kelompok teori yang berdimensi profit, politis, sosial dan nilai-nilai etis (Garriga dan Mele, 2004; 60-65).

Pada awalnya ide CSR diwujudkan dengan aktivitas amal, kedermawanan atau filantropi, ataupun sumbangan dari para pemilik perusahaan kepada suatu organisasi atau masyarakat umum. Tokoh yang terkenal dalam kegiatan kedermawanan tersebut antara lain Carnegie dan Ford. (Steiner

& Steiner, 2006; 116-120). Setelah menjual United States Steel seharga \$250 juta, Carnegie pensiun untuk mengabdikan kehidupannya dalam “*scientific philanthropy*”. Ini adalah pekerjaan yang berat, tiap hari Carnegie menerima ratusan lebih permintaan sumbangan, sehingga dia membuat daftar prioritas proyek yang pantas dibantu, dengan urutan berikut:

1. Universitas (*Universities*)
2. Perpustakaan Gratis. (*Free libraries*)
3. Rumah Sakit. (*Hospitals*)
4. Taman (*Parks*)
5. Ruang Seminar & Konser (*Concert and meeting halls*)
6. Kolam Renang (*Swimming baths*)
7. Gereja (*Churches*).

Namun, akhirnya Carnegie menarik diri dari kegiatan sosial dengan membuat yayasan kedermawanan (*philanthropic foundation*) di New York, dengan menyumbangkan dana \$125 juta untuk yayasan tersebut. Yayasan tersebut dikelola oleh beberapa staf yang akan menyeleksi para pemohon sumbangan. Selanjutnya, Henry Ford (1863–1947) merupakan seorang inventor dan industrialis, masyarakat mengenalnya sebagai pahlawan dan majikan yang dermawan, walaupun Ford memanipulasi pekerjaanya dengan bayaran gaji yang rendah.

Dalam perkembangannya, aktivitas itu dilakukan bukan hanya oleh individu pemilik, tetapi menjadi aktivitas perusahaan itu sendiri, dan terdiri dari berbagai aktivitas sosial dengan cakupan yang sangat luas. Kotler dan Lee (2005) menyebut berbagai aktivitas sosial ini dengan istilah *corporate*

social initiatives, yang didefinisikan sebagai aktivitas utama yang dilakukan oleh sebuah korporasi guna mendukung masalah sosial dan memenuhi komitmen untuk bertanggung-jawab secara sosial. Menurut Kotler dan Lee, setidaknya terdapat 6 jenis aktivitas sosial yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR, yaitu : *Cause Promotion*, *Cause-Related Marketing*, *Corporate Social Marketing*, *Corporate Philanthropy*, *Community Volunteering*, and *Socially Responsible Business Practices*. Tiga jenis aktivitas pertama merupakan inisiatif perusahaan yang aktivitasnya sesuai dengan fungsi pemasarannya. Sedangkan tiga aktivitas sosial berikutnya merupakan kegiatan yang tidak berhubungan dengan fungsi pemasaran perusahaan.

Selanjutnya Kotler dan Lee (2005; 235-2249) menyatakan bahwa dalam aktivitas *cause promotion* perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lain untuk menciptakan kesadaran dan perhatian masyarakat pada suatu masalah sosial tertentu. Sedangkan pada *cause-related marketing*, perusahaan berkomitmen untuk memberikan donasi sejumlah tertentu untuk suatu masalah sosial dari penjualan produknya. *Corporate social marketing* biasanya dilakukan untuk mendukung kampanye perubahan perilaku berkaitan dengan berbagai masalah seperti kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan hidup, upaya memerangi penggunaan narkoba dan sebagainya. Aktivitas *corporate philanthropy*, perusahaan berkontribusi secara langsung dalam bentuk sumbangan dana, donasi dan atau sumbangan berupa barang atau jasa. *Community volunteering* adalah kegiatan berupa pemberian kesempatan kepada karyawan untuk terlibat dalam

kegiatan organisasi masyarakat, atau kegiatan sosial lain secara sukarela. Dalam kegiatan *socially responsible business practices*, perusahaan secara sukarela menerapkan praktik-praktik bisnis yang ramah lingkungan atau tidak bertentangan dengan norma sosial atau hak asasi manusia. Misalnya perusahaan dapat mensyaratkan pemasok dengan tidak mempekerjakan anak di bawah umur.

Sen dan Bhattacharya (2001) mengidentifikasi ada enam hal pokok yang termasuk dalam ragam kegiatan CSR, yaitu:

1. *Community support*, antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
2. *Diversity*, merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik (cacat), atau ke dalam ras-ras tertentu.
3. *Employee support* berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
4. *Environment* menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik, menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan dan lain-lain.
5. *Non-U.S operations*. Perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan bekerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*).
6. *Product*. Perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinyu

dan menggunakan kemasan yang bisa didaur ulang (*recycled*).

2.2.1. Manfaat CSR

Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh *Business in the Community* tahun 2001 (Syaiful & Jan; 2006) membuktikan bahwa sekarang ini semakin banyak perusahaan yang menempatkan masalah-masalah sosial sebagai inti dari strategi pemasarannya. Survei yang meliputi 400 pemimpin bisnis dunia, memperlihatkan bahwa 70% dari CEO menempatkan CSR sebagai isu yang pokok dari bisnisnya. Para pemasarpun menunjukkan hal yang sama (89%); sementara para pemimpin bisnis mengakui bahwa kegiatan-kegiatan sosial ternyata memberikan manfaat timbal balik (96%). Sejumlah kalangan elit bisnis sangat mempercayai dan memperkirakan bahwa praktek-praktek seperti ini masih terus tumbuh dalam tahun-tahun mendatang (69%).

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility* pada tahun 2002, (Temporal dan Trott, 2005:37), banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang telah mempraktekkan CSR antara lain:

- Meningkatkan kinerja keuangan.
- Mengurangi biaya operasional.
- Meningkatkan *brand image* dan reputasi perusahaan.
- Meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler & Lee, (2005) manfaat melakukan CSR bagi perusahaan adalah:

1. Meningkatkan image, kekuatan dan pengaruh perusahaan.
2. Meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.
3. Memperkuat posisi merek dagang.
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi dan mempertahankan karyawan
5. Mengurangi biaya operasional perusahaan.
6. Meningkatkan daya tarik investor dan analisis keuangan.

Sedangkan Azapagic (2003) dalam Panwar *et al*, (2006;5) menyatakan manfaat mengimplementasikan CSR adalah sebagai berikut:

- a. Menghemat biaya dan manfaat inovasi.
- b. Biaya kesehatan dan keselamatan lebih rendah.
- c. Mengurangi biaya tenaga kerja.
- d. Mudah mendapatkan kreditur dan perusahaan asuransi.
- e. Meningkatkan reputasi perusahaan dan pasar.
- f. Berpeluang untuk menarik investor yang peduli dengan etika.

Dari banyaknya manfaat implementasi CSR tersebut diatas, pada akhirnya juga akan dapat meningkatkan produktifitas dan memperbaiki kinerja keuangan perusahaan Panwar *et al*,(2006).

2.2.2. Kontroversi Terhadap CSR

Meskipun CSR bermanfaat, ekonom peraih hadiah nobel, Milton Friedman (1970) (dalam Gallagher, 2005) mengemukakan beberapa kelemahan CSR sebagai berikut. Kelemahan pertama yang dilihat oleh Friedman adalah organisasi tidak dapat bertindak efektif sebagai lembaga moral bagi semua *stakeholders*. Sementara pemegang saham akan setuju pada masalah investasi yang berkaitan dengan perusahaan, tapi sangat tidak mungkin jika mereka memiliki pandangan mengenai apakah perusahaan akan membantu kegiatan sosial atau tidak. Dari pada berlaku sebagai lembaga moral, Friedman menganjurkan agar perusahaan memaksimalkan keuntungan pemegang saham. Pemegang saham kemudian dapat menggunakan sumber daya mereka untuk disumbangkan kepada kegiatan sosial, amal atau lembaga sosial lain yang mereka inginkan, bukan yang diinginkan perusahaan.

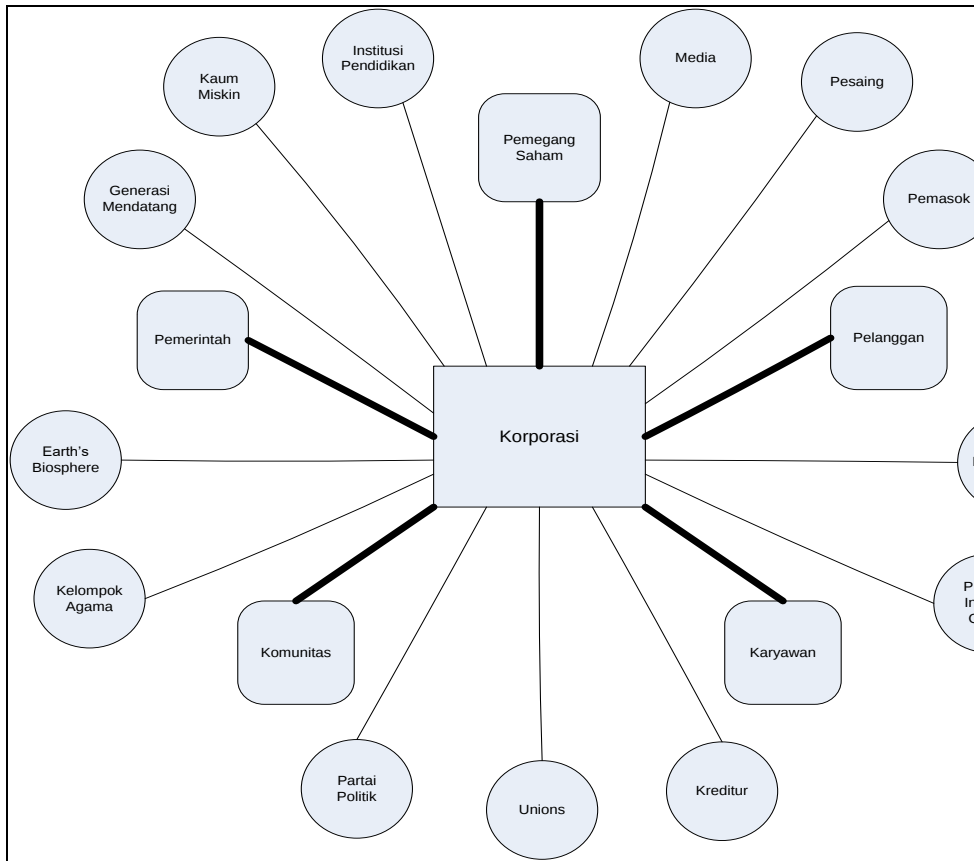
Kelemahan kedua menurut Friedman adalah bahwa sumber daya yang dialihkan kepada masalah sosial akan mengurangi efisiensi pasar. Pada pasar yang penuh persaingan, perusahaan bersaing untuk bahan baku, pekerja berbakat, pelanggan dan dana investasi. Menggunakan dana untuk masalah sosial akan mengurangi dana untuk membeli bahan baku yang bermutu, atau mendapatkan pekerja yang berkualitas yang dapat memproduksi barang bernilai dengan harga yang bersaing. Jika pelanggan memperoleh produk yang kurang berkualitas, penjualan dan laba akan menurun. Jika laba berkurang, harga saham akan jatuh dan perusahaan menemui kesulitan dalam menarik dana investasi yang dapat digunakan untuk membiayai pertumbuhan jangka panjang. Pada akhirnya,

Friedman berpendapat bahwa pengalihan sumber daya perusahaan untuk tujuan sosial akan melukai pelanggan, pemasok, karyawan dan pemegang saham.

Pelaku bisnis cenderung setuju dengan Friedman karena pandangannya sesuai bukan hanya dengan kepentingan pelaku bisnis, tapi juga dengan hirarki nilai-nilai mereka (Syaiful & Jan, 2006). Secara keseluruhan, pelaku bisnis kelihatannya memperhatikan kebutuhan berbagai *stakeholders*, namun membatasi tanggung jawab sosial mereka pada hal-hal yang secara jelas akan memanfaatkan perusahaan dalam hal peningkatan penjualan, pengurangan biaya atau pengurangan aturan pemerintah. Pandangan yang sempit mengenai CSR terhadap masyarakat merupakan konflik antara korporasi bisnis dan *stakeholders* tertentu dalam lingkungan kerjanya.

Sedangkan yang pro CSR, memandang CSR dari teori *stakeholders* (Steiner & Steiner, 2006). Tanggung jawab sosial manajemen yang terpenting adalah kelangsungan hidup jangka panjang (bukan hanya memaksimalkan laba), yang dicapai dengan cara memuaskan keinginan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang berkepentingan adalah orang atau kelompok dengan kepentingan yang sah dalam suatu perusahaan. Karena pihak yang berkepentingan memiliki minat dan dipengaruhi oleh tindakan organisasi, maka mereka memiliki suatu taruhan dalam tindakan tersebut. Akibatnya, kelompok *stakeholders* akan mencoba untuk mempengaruhi perusahaan agar bertindak menurut keinginan mereka.

Beberapa *stakeholders* lebih penting dari yang lainnya bagi kelangsungan hidup perusahaan (Steiner & Steiner, 2006). *Stakeholder Primer* adalah kelompok dimana organisasi bergantung untuk kelangsungan hidup jangka panjang. Ketika manajer berjuang menyeimbangkan kebutuhan berbagai *stakeholders*, model *stakeholders* menyarankan bahwa kepentingan dari *stakeholder primer* lebih diutamakan daripada kebutuhan *stakeholder* sekunder. Memperhatikan keprihatinan *stakeholder primer* adalah penting karena jika sekelompok *stakeholder* menjadi tidak puas dan menghentikan hubungannya dengan perusahaan, maka perusahaan akan menderita kerugian yang serius atau keluar dari bisnis. Sedangkan *stakeholders* sekunder adalah media dan kelompok khusus yang berkepentingan, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan. Jadi mereka tidak terlibat dalam sehari-hari dengan perusahaan dan tidak penting bagi kelangsungan hidup jangka panjang. Akibatnya, memenuhi kebutuhan *stakeholders primer* biasanya lebih penting dari pada memenuhi kebutuhan *stakeholders* sekunder. Walaupun tidak kritis terhadap kelangsungan hidup jangka panjang, *stakeholders* sekunder tetap penting karena mereka dapat mempengaruhi pandangan dan pendapat umum tentang perilaku CSR. Pada gambar 2.1 adalah gambar model *stakeholders*, yang menunjukkan kategori *stakeholders* yang berada di lingkungan perusahaan.



Gambar 2.1.

Model pemangku kepentingan (*stakeholders model*)

(Sumber: Steiner & Steiner, 2006)

Keterangan gambar :

☐ = Pemangku kepentingan utama (*primary stakeholders*)

 = Pemangku kepentingan sekunder (*secondary stakeholders*)

Dari uraian pihak pro dan kontra terhadap CSR, pada tabel 2.1. dibawah ini disajikan ikhtisar argumen yang mendukung dan menentang CSR.

Tabel 2.1.
Argumen yang mendukung dan menentang CSR

Yang Mendukung	Yang Menentang
Situasi persaingan murni itu tidak ada dan lingkungan ekonomi sekarang tidak otomatis menjamin alokasi optimal sumber daya. Tidak ada jaminan efisiensi.	Sistem Pasar yang kompetitif hanya dapat bekerja efektif jika bisnis memusatkan perhatiannya pada penyelenggaraan ekonomi & mengutamakan kepentingan persero. Model ini menjamin yang optimal dari sumber daya masyarakat.
Perusahaan itu bukan instrumen ekonomi saja. Aktivitasnya memiliki pengaruh sosial yang besar. Laba saja bukanlah satu-satunya indikator prestasi (<i>performance</i>) sosial	Sebagai lembaga ekonomi, perseroan hendaklah menspesialisasikan diri dalam bidang terbaik yang dapat mereka laksanakan-produksi barang dan jasa yang efisien. Laba adalah imbalan untuk penyelenggaraan sosial yang efektif.
Dunia bisnis harus memecahkan masalah sosial sebelum masalah itu menjadi serius dan mahal untuk membenahinya.	Perusahaan bukan dibutuhkan untuk mengejar sasaran-sasaran sosial. Fungsi ini hendaklah diserahkan kepada lembaga-

	lembaga lain dalam masyarakat.
Para manajer biasanya memang tidak dilatih untuk menghadapi CSR, tetapi dampak sosial dari tindakan mereka tidak dapat dielakkan. Banyak perseroan memiliki sumber daya yang sangat besar, sebagian dari pada sumber daya itu hendaknya disalurkan kedalam aktivitas yang berhubungan dengan kesejahteraan sosial.	Setiap usaha altruistic (mengutamakan kepentingan orang lain) pada CSR akan merupakan perampasan terhadap sumber daya persero yang seharusnya dikembalikan sebagai laba.
Lunturnya tujuan.. Mengejar sasaran-sasaran sosial itu melunturkan maksud utama perusahaan-produktifitas ekonomi dan maksimalisasi laba.	Perusahaan menjalankan kekuatan ekonomi yang besar. CSR akan menyebabkan perseroan memiliki pengaruh yang tidak semestinya terhadap banyak kegiatan yang lain. Kita harus menghargai pluralisme dan menghindari konsentrasi kekuatan.
CSR tidak mesti merugikan kepentingan persero. Dalam jangka panjang, pertimbangan terhadap CSR akan meningkatkan kepentingan persero.	Perusahaan yang mengutamakan CSR akan lemah bersaing dengan perusahaan yang tidak. Ini terutama merugikan dalam persaingan Internasional.
Masyarakat yang bertambah baik akan memberikan kesempatan untuk keadaan masa depan yang lebih baik. Investasi dalam perbaikan jaringan sosial	Keseimbangan tanggung jawab dengan kekuasaan. Dunia bisnis memiliki banyak kekuasaan didalam masyarakat . Dibutuhkan jumlah tanggung jawab yang

akan memberikan iklim usaha yang menguntungkan.	sama besar untuk mengimbangnya.
---	---------------------------------

Sumber ; diolah sendiri dari berbagai sumber

Jadi sikap yang pro CSR bertujuan pada isu yang lebih luas dan berjangka lebih panjang, sedangkan pandangan anti CSR lebih memperhatikan profitabilitas yang segera. Belakangan ini makin lebih banyak perseroan yang memperhatikan isu CSR dan argumen pro CSR semakin kuat.

2.2.3. CSR dari Segi Etika

Mintzberg (1983) dalam Syaiful & Jan (2006;178) menyatakan bahwa CSR dapat dilakukan atau muncul dalam empat bentuk. Bentuk yang paling sempurna adalah jika CSR dilakukan dengan dorongan sendiri. Perusahaan tidak mengharapkan pengembalian dari aktivitas CSR, secara sosial mereka bertanggung jawab dan ini merupakan cara mulia untuk perilaku korporasi. Bentuk kedua, yang kurang sempurna dari CSR adalah jika dilakukan untuk kebijakan kepentingan perusahaan tersebut (*enlightened self interest*) dalam kasus dimana perusahaan melakukan CSR dengan berharap bayaran atau imbalan atas CSR tersebut. Bayaran bisa berwujud atau tidak berwujud. Bentuk ketiga dari CSR berkaitan dengan investasi. Sesuai dengan teori investasi, pasar saham bereaksi terhadap tindakan perusahaan dan perilaku pertanggungjawaban sosial akan dihadiahi oleh pasar. Terakhir, bentuk keempat CSR juga berkaitan dengan kebijakan diri sendiri, aktivitas CSR untuk menghindari interfensi dari pengaruh politik eksternal. Dalam

kasus ini, perusahaan menjadi bertanggung jawab secara sosial guna mencegah otoritas paksaan melalui legalisasi.

Terpisah dari bentuk CSR pertama yang paling sempurna, Mintzberg menyatakan CSR bentuk yang lain bukanlah dari segi etika. Dia menyatakan bahwa CSR hanya untuk pertahanan dan seharusnya dilakukan, dalam bentuk yang sangat sempurna dari segi etika tanpa mengharapkan balas jasa. Dengan demikian pelaksanaan CSR guna meningkatkan profitabilitas merupakan kebaikan terselubung yang sesungguhnya untuk melayani keserakahan korporasi.

2.2.4. CSR sebagai Strategi Bisnis

Walaupun beberapa penulis berargumentasi bahwa perusahaan seharusnya bertanggung jawab secara sosial tanpa mengharapkan imbalan, sedangkan yang lain juga menyatakan hal tersebut salah untuk perusahaan yang tidak melakukan apapun tanpa bermaksud untuk mendapatkan manfaat dari tindakan tersebut. Ide demikian pada prinsipnya memiliki dasar teori keagenean, yang menyatakan bahwa manajer adalah agen dari pemegang saham dan seharusnya memberikan prioritas untuk melayani dengan memaksimumkan laba finansial. Para manajer harus berusaha untuk memaksimumkan return pemegang saham dan mereka tidak seharusnya membuat tindakan yang mengarah pada pengurangan laba. Telah diketahui bahwa pada bagian yang ekstrim dari teori keagenan, Friedman (1970) dan Henderson (2001,2004) dalam Syaiful & Jan (2006;179) menyatakan bahwa CSR adalah konsep yang berbahaya sebagai ancaman terhadap prinsip dasar dari ekonomi pasar. Namun, banyak penulis lainnya percaya bahwa

CSR dapat menjadi alat yang berguna untuk memaksimalkan nilai pemegang saham.

Lantos (2001;608) membagi CSR menjadi CSR bersifat etis, CSR yang *altruistik* (dermawan) dan CSR bersifat strategik.

- a. *Ethical* CSR adalah permintaan kepada perusahaan untuk bertanggung jawab secara moral guna mencegah kecelakaan dan melukai, sebagai akibat dari aktivitas perusahaan. Jenis CSR ini diharapkan berlaku untuk semua perusahaan dan harus dipenuhi sebagai minimum.
- b. *Altruistic* CSR adalah kepedulian sejati yang optional, bahkan mungkin dengan pengorbanan personal atau organisasional.
- c. *Strategic* CSR terjadi bila sebuah perusahaan melakukan aktivitas pelayanan peduli terhadap kelompok masyarakat yang cocok dengan tujuan strategi bisnisnya.

Lantos menggunakan kerangka etika yang beragam untuk menyatakan bahwa *altruistic* CSR adalah tidak bersifat etis dan seharusnya tidak dilakukan oleh perusahaan publik. *Ethical* CSR adalah sangat minimum sementara *strategic* CSR adalah baik untuk bisnis dan masyarakat. Lantos menambahkan bahwa *altruistic* CSR, walaupun kadang-kadang diharapkan karena seperti kontrak social antara perusahaan dan masyarakat, secara relatif jarang dilakukan karena berdiri diluar skope aktivitas perusahaan yang tepat. Schwartz dan Carroll (2003)

mendukung pandangan ini. Sesuai dengan Lantos, CSR seharusnya berfokus pada 2 aspek yaitu:

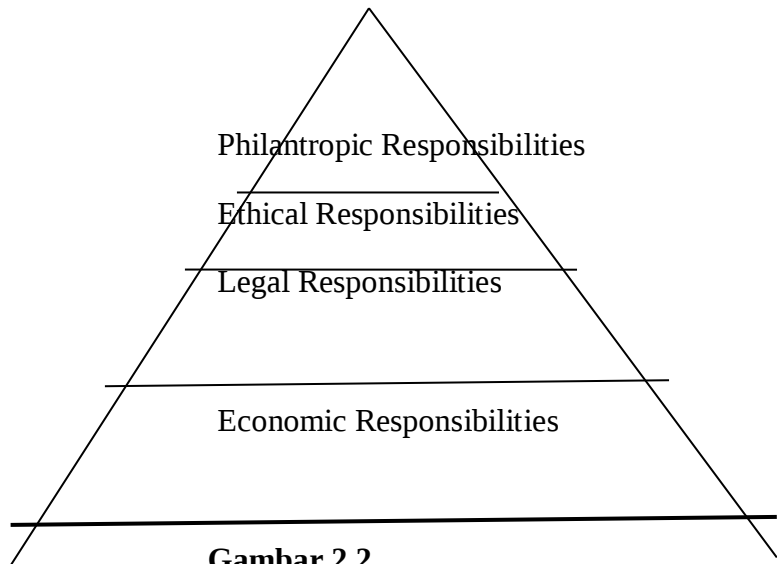
1. Mencegah kecelakaan dan melukai sebagai akibat dari aktivitas bisnis.
2. Sesuai dengan tujuan strategik bisnis

Pendapat Lantos dikembangkan dari kategori CSR oleh Carroll (1979) yang dikenal dengan 4 tahap tanggungjawab sosial perusahaan. Dalam model ini, Carroll menyatakan bahwa definisi CSR ditujukan untuk memenuhi keseluruhan range kewajiban bisnis kemasyarakatan, CSR harus diwujudkan dalam kategori ekonomi, legal, etika dan *discretionary* dari kinerja bisnis.

Tanggung jawab ekonomi adalah yang pertama dan utama dari CSR, yakni tanggung jawab perusahaan terhadap penjualan produk pada posisi yang menguntungkan. Tanggung jawab legal adalah kewajiban perusahaan untuk patuh pada peraturan. Sedangkan tanggung jawab yang bersifat sosial agak tidak jelas, dengan penyederhanaan bahwa masyarakat memiliki pengharapan dari bisnis dan diatas kebutuhan legal. Unsur *discretionary* adalah apa yang digunakan Lantos untuk mengembangkan konsep *altruistic CSR* dan meliputi aktivitas seperti kontribusi *philanthropic* dan tindakan lainnya yang bersifat *non profit*.

Carroll memperbaiki kategori model CSR nya pada tahun 1991 dengan menunjukkan *pyramid CSR*. Kategori tanggung jawab sosial dan pyramid CSR menekankan bahwa tanggungjawab ekonomi bagian utama dari CSR. Perusahaan

seharusnya tidak mendesak unsur *discretionary* dari CSR jika 3 unsur CSR lainnya belum terpenuhi. Atau dengan kata lain, sesuai dengan Carroll, pemahaman keseluruhan dari CSR akan mendorong perusahaan untuk merencanakan strategi guna meningkatkan kinerja bisnis keseluruhan. Jadi *discretionary* atau *altruistic* CSR menjadi optional dipertimbangkan hanya jika tanggung jawab ekonomi, legal dan etical telah terpenuhi.



Gambar 2.2
Bentuk pyramid CSR dari Carroll 1991

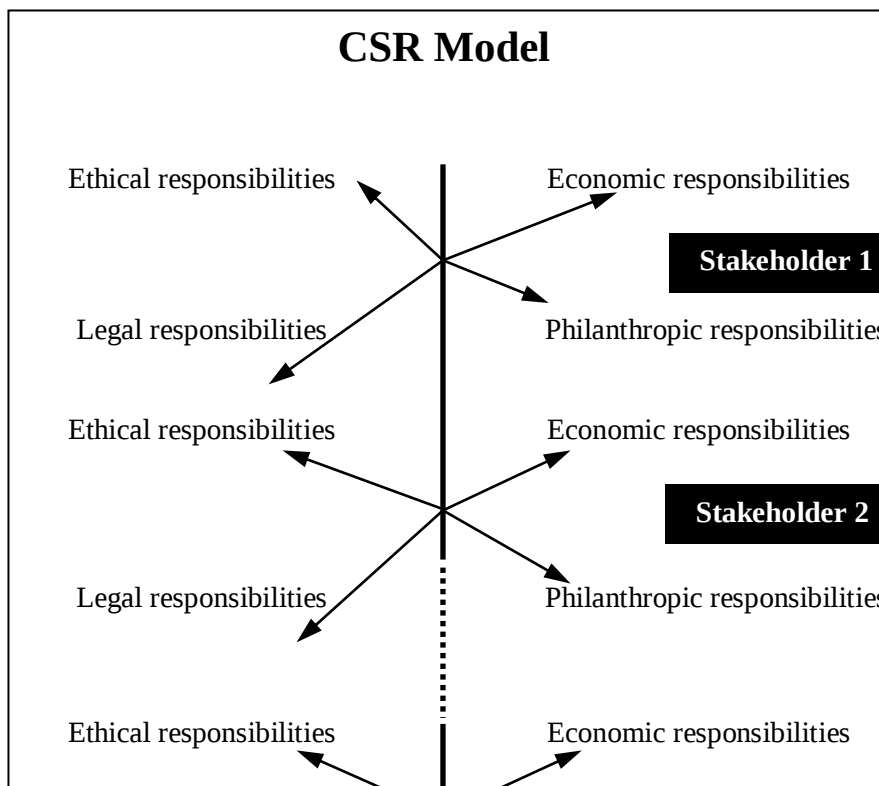
Sumber : Syaiful & Jan (2006;180).

Schwartz dan Carroll (2003) membuat pengelompokan CSR dan pyramidnya, saling overlap. Dalam model ini, unsur

philanthropic atau *discretionary* menghilang karena mereka percaya bahwa jika tindakan adalah *supererogatory*, dan hal ini bukanlah sebuah pertanggungjawaban. Banyak tindakan *supererogatory* dalam bisnis diambil untuk motif ekonomi atau etical, sehingga hal ini membuat lebih akurat menjadikan CSR dalam 3 domain. Schwartz & Carroll menyatakan bahwa strategi bisnis terbaik adalah focus pada bagian diagram dimana 3 domain overlap atau domain ekonomi dan ethical overlap sepanjang perusahaan secara pasif sesuai dengan peraturan. Keduanya akan membawa manfaat ke bisnis.

CSR merupakan alat untuk membangun reputasi perusahaan yang baik. Lewis (2003;360) menemukan bahwa persepsi publik atas peran perusahaan dalam masyarakat telah berubah secara signifikan. Pada akhir tahun 1970-an 1 dari 2 publik Inggris setuju bahwa laba diciptakan dari banyaknya perusahaan memberikan hal terbaik buat pelanggannya. Pada awal tahun 2000-an, 1 dari 2 tidak setuju. Pada saat yang sama, 80% dari publik percaya bahwa perusahaan besar memiliki tugas moral kemasyarakat. Tapi 61% percaya bahwa perusahaan tidak peduli tentang lingkungan dan tanggung jawab sosial. Jadi ada ketidakcocokan antara harapan publik dengan perusahaan. Tapi Lewis menyatakan bahwa perusahaan memiliki dasar baru untuk memperoleh kembali kepercayaan publik, melalui aktivitas CSR. Lewis percaya bahwa CSR bisa menjadi pesaing yang kompeten untuk perusahaan yang dapat menggalinya secara tepat. Porter (2003) dalam Syaiful & Jan (2006;180) juga menyatakan hal yang sama, bahwa perusahaan sekarang harus berinvestasi dalam CSR sebagai bagian dari strategi bisnis untuk menjadi lebih *competitive*.

Jika model CSR dikaitkan dengan pendekatan stakeholder, maka penggabungan kedua model tersebut CSR Carroll dan model *stakeholders*, digambarkan oleh Naoumova (2006) seperti tampak pada gambar 2.3. Gambar ini menunjukkan arah dan besar yang berbeda untuk tiap *stakeholders*. Hal ini akan menjadi penyederhanaan yang tidak wajar untuk menyatakan bahwa kenaikan bertahap dari tanggung jawab ekonomi cenderung akan meningkatkan tanggung jawab legal, yang diikuti oleh tanggung jawab etika dan akhirnya tanggung jawab diskresionari (sukarela), seperti digambarkan dalam konsep model piramid CSR dari Carroll (1991). Untuk memahami model CSR dapat diibaratkan seperti pohon natal (Christmas Tree) yang memiliki cabang dan ranting, yang makin ke ujung makin menipis.



Gambar 2 .3. Model Corporate Social Responsibility.

Sumber : Naoumova (2006)

2.2.5. Ruang Lingkup CSR

Dalam gagasan CSR perusahaan bukan hanya dihadapkan pada pertanggung jawaban satu sisi (*single bottom line*) yaitu nilai perusahaan yang di refleksikan kedalam aspek keuangan, tapi juga harus berpijak pada *triple bottom line* (TBL) yaitu selain finansial juga kinerja sosial dan lingkungannya (Painter M. & Morland, 2006).

Secara umum laporan TBL didefinisikan sebagai komunikasi perusahaan dengan *stakeholders* yang menjelaskan tentang pendekatan perusahaan dalam mengelola ekonomi, lingkungan dan dimensi sosial dari aktivitas bisnisnya, melalui pemberian informasi atas ketiga dimensi tersebut (Hubbard,G, 2009; Painter M. & Morland, 2006). Konsep laporan TBL mengacu pada publikasi informasi yang terintegrasi tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial yang menggambarkan aktivitas dan hasil antar 3 dimensi perusahaan (Colbert B.A & Kurucz E.C;2007). Menurut Colbert& Kurucz, 3 dimensi perusahaan tersebut adalah keseimbangan operasional, operational serta strategi yang terintegrasi.

Informasi ekonomi melalui ukuran tradisional yang langsung ada dalam laporan keuangan, terutama ditujukan untuk pemegang saham dan manajemen. Sedangkan dalam konteks TBL, informasi ekonomi diberikan untuk menggambarkan hubungan ekonomi dan pengaruh, baik langsung atau pun tak langsung, yang dilakukan perusahaan dengan para *stakeholders* dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi.

Dalam konsep TBL ini, bukanlah berarti perusahaan dituntut untuk memaksimumkan *return* untuk ketiga dimensi kinerja perusahaan, tapi tetap diakui bahwa kinerja keuangan merupakan pertimbangan utama dalam menentukan kesuksesan bisnis perusahaan. Laporan TBL biasanya terdiri dari informasi kualitatif dan kuantitatif yang tetap mempertimbangkan kredibilitas suatu informasi. Informasi ini harus memenuhi karakteristik reliabilitas, manfaat, konsisten dalam penyajian, *full disclosure*, *reproducible* dan *auditability*.

Disamping informasi yang dilaporkan memiliki karakteristik-karakteristik ini, laporan juga harus bersifat objektif, tidak memihak (*balanced*) dan dapat dipercaya yang bermanfaat baik bagi perusahaan maupun bagi para *stakeholders* nya, dan juga dapat meminimalisir risiko potensial yang berkaitan dengan publikasi laporan TBL tersebut.

Pertimbangan 3 dimensi manajemen dan kinerja perusahaan mengacu pada *sustainability* atau *sustainable development*. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia. *Sustainability* dengan cepat dapat menjadi mainstream (tendensi).

Perkembangan secara lebih tepat dapat dibandingkan dan variabel-variabel terukur serta standar laporan yang baku bagi pelaporan *sustainability* saat ini telah berkembang dengan pesat. Global Reporting Initiative (GRI) yang dibentuk pada tahun 1997 untuk menyusun standar baku global bagi penyusunan *sustainability reporting*, saat ini telah diimplementasikan di banyak negara [Hedberg & Fredrik von Malmberg, (2003); Gallego Isabel, (2006)]. GRI adalah suatu upaya internasional yang bersifat *multistakeholder* untuk menciptakan suatu kerangka kerja yang sama untuk pelaporan kinerja perusahaan secara *financial*, *social* dan *environmental*. GRI menyertakan partisipasi aktif ratusan kelompok *stakeholder* yang berbeda, termasuk organisasi bisnis, akuntan, organisasi pembela hak asasi manusia, organisasi lingkungan, organisasi buruh dan organisasi pemerintah dari berbagai belahan dunia, dalam merancang suatu kerangka kerja yang sama untuk *sustainability reporting*, yang disebut dengan *Sustainability Reporting Guidelines*. Sekarang lebih 50 perusahaan global yang menggunakan pedoman ini dalam penyusunan laporan mereka (Daniri, 2005). Jadi *sustainability*

reporting yang direkomendasikan oleh GRI terfokus pada 3 aspek kinerja yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial, yang sama dengan TBL.

Pedoman GRI terdiri dari 5 bagian (Gallego Isabel, 2006), yaitu pengantar, bagian A penjelasan tentang penggunaan pedoman GRI, bagian B tentang prinsip-prinsip pelaporan, bagian C kandungan pelaporan *Sustainability Report*, bagian D tentang petunjuk tambahan tentang item yang digunakan dalam pedoman GRI (*glossary & annexes*). Lebih jelasnya lihat pada bagian lampiran. Berikut struktur pedoman GRI

Tabel 2.2
Struktur Pedoman GRI

Introduction	Trends driving sustainability reporting & the benefits of reporting.
Part A – Using the GRI guidelines	General guidance on use of the GRI guidelines
Part B, reporting principles	Principles & practiced that promote rigorous reporting & underlie the application of the GRI guidelines.
Part C, report content	Content & compilation of a sustainability report.
Part D, glossary and annexes	Additional guidance & resources for using the GRI Guidelines.

Sumber : GRI ,2002, hal 6.

Prinsip pelaporan dalam GRI dikelompokkan menjadi 4 yaitu:

Kelompok pertama, kelompok kerangka kerja laporan, meliputi transparansi, inklusif dan dapat diaudit. Prinsip ini

menjadi titik awal dalam proses pelaporan sebagai arah dari prinsip pelaporan lainnya. Karena berdasarkan prinsip pertama ini, kredibilitas perusahaan ditentukan oleh keterbukaan informasi yang disampaikan perusahaan.

Kelompok kedua, informasi apa yang akan dilaporkan, meliputi kelengkapan informasi, relevansi informasi yang disajikan dan keterkaitannya dengan konteks sustainability. Laporan harus menyajikan kinerja organisasi yang meliputi tantangan, risiko dan peluang yang dihadapi perusahaan dalam konteks sustainability. Informasi yang disajikan harus lengkap, memiliki ruang lingkup dan kerangka waktu yang jelas.

Kelompok ketiga, berkaitan dengan kualitas dan keandalan informasi atau data, yang meliputi, akurasi, netralitas dan dapat dibandingkan. Jadi informasi yang disajikan harus akurat, dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan. Informasinya juga tidak bias, harus disajikan secara berimbang dan dapat diperbandingkan dari waktu ke waktu.

Kelompok keempat, akses atas informasi yang dilaporkan, meliputi kejelasan dan tepat waktu. Prinsip ini memberikan arah akses dan ketersediaan. Jadi stakeholders bias memperoleh informasi secara mudah dan tersedia dalam kurun waktu yang diperlukan.

Kelompok Terakhir, prinsip dapat diaudit berkaitan dengan semua prinsip-prinsip diatas. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyiapkan laporan dan informasi yang dilaporkan memenuhi standar kualitas, keandalan dan ekspektasi lainnya.

Selanjutnya pedoman GRI membahas isi *sustainability* report yang terdiri dari 5 bagian. Bagian-bagian tersebut seperti pada tabel 2.3 berikut

Tabel 2.3.
Isi Laporan GRI

Part C of the Guidelines comprises five sections.	
1.	<i>Vision and Strategy</i> – description of the reporting organisation’s strategy with regard to sustainability, including a statement from the CEO.
2.	<i>Profile</i> – overview of the reporting organisation’s structure and operations and of the scope of the report.
3.	<i>Governance Structure and Management Systems</i> – description of organizational structure, policies, and management systems, including stakeholder engagement efforts.
4.	<i>GRI Content Index</i> – a table supplied by the reporting organisation identifying where the information listed in Part C of the <i>Guidelines</i> is located within the organisation’s report.
5.	<i>Performance Indicators</i> – measures of the impact or effect of the reporting organisation divided into integrated, economic, environmental, and social performance indicators.

Sumber : GRI, 2002 hal. 43

Bagian terakhir dari pedoman GRI adalah indikator kinerja. Indikator ini mengukur dampak kegiatan perusahaan, yang meliputi ekonomi, sosial dan lingkungan. Pada tabel 2.4 berikut menunjukkan indikator utama yang ada dalam pedoman GRI

Tabel 2.4.
Indikator Kinerja

No.	Category	Aspect
1.	<i>Economic</i> Direct economic impacts	Customers Suppliers Employees Providers of capital Public sector
2.	<i>Environmental</i> Environmental	Materials Energy Water Biodiversity Emissions, effluents and waste Suppliers Products and services Compliance Transport Overall
3.	<i>Social</i>	Employment
3.a.	Labour, practices and decent work	Labour/management relations Health and safety
3.b.	Human rights	Training and education

3.c.	Society	Diversity and opportunity
3.d.	Product responsibility	Strategy and management Non-discrimination Freedom of association and collective bargaining Child labour Forced and compulsory labour Disciplinary practices Security practices Indigenous rights Community Bribery and corruption Political contributions Competition and pricing Customer health and safety Products and services Advertising Respect for privacy

Sumber : GRI 2002 hal. 44.

2.5. Hubungan Kinerja Keuangan & CSR

Berdasarkan teori *stakeholder* ada hubungan positif antara kinerja sosial (CSR) dan kinerja keuangan atau *Corporate Financial Performance* (CFP). Alasannya, kepuasan berbagai kelompok *stakeholders* merupakan alat untuk kinerja keuangan organisasi (Donaldson & Preston, 1995; Jones, 1995). Teori keagenan menyatakan bahwa negosiasi implisit dan eksplisit serta proses kontrak memerlukan hubungan resiprokal, saling melayani secara bilateral antara manajemen dan *stakeholders*. Hal ini disebabkan karena adanya

mekanisme monitoring dan *enforcement* yang mencegah tindakan para manajer keluar dari tujuan keuangan organisasi (Hill & Jones, 1992; Jones, 1995). Selanjutnya dengan tujuan keseimbangan dan klaim dari berbagai *stakeholders*, para manajer dapat meningkatkan efisiensi adaptasi organisasi terhadap permintaan eksternal. (Freeman & Evan, 1990).

Performance atau kinerja merupakan suatu pola tindakan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang diukur dengan berdasarkan pada suatu perbandingan dengan berbagai standar. Kinerja adalah pencapaian suatu tujuan dari suatu kegiatan atau pekerjaan tertentu untuk mencapai tujuan perusahaan yang diukur dengan standar. Penilaian kinerja perusahaan bertujuan untuk mengetahui efektivitas operasional perusahaan. Pengukuran kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan suatu metode atau pendekatan. Pengukuran kinerja perusahaan dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengukuran kinerja non keuangan (*non financial performance measurement*) dan pengukuran kinerja keuangan (*financial performance measurement*). (Morse dan Davis, 1996 dalam Hiro Tugiman, 2000:96; Hirsch 1994:594-607)

Informasi yang digunakan dalam mengukur kinerja non keuangan adalah informasi yang disajikan tidak dalam satuan uang atau rupiah (*non financial information*) namun dengan satuan ukur non keuangan (Kaplan & Atkinson, 1998:551) adapun informasi yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah informasi keuangan (*financial information*), yaitu informasi akuntansi manajemen dan informasi akuntansi keuangan seperti laba sebelum pajak, tingkat pengembalian investasi, dan sebagainya (Pratolo Suryo, 2007)

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kinerja keuangan dan CSR dan mereka menemukan bukti yang *mixed* (Steiner&Steiner, 2006; 136). Mayoritas studi menunjukkan hubungan yang positif antara kinerja sosial dan kinerja ekonomi. Menurut Ullmann (1985) ketidak konsisten hasil studi tersebut disebabkan oleh 3 hal yaitu (1) kurangnya teori yang mendasari, (2) tidak tepatnya definisi dari tiap variabel dan (3) kurangnya data base yang tersedia untuk dianalisis. Hal yang senada juga dinyatakan oleh Steiner & Steiner (2006), bahwa hasil yang *mixed* tersebut mungkin disebabkan oleh berbedanya metodologi yang digunakan dalam tiap studi. Kebanyakan studi menentukan CSR dengan menganalisis isi laporan tahunan, mengutip tindakan sosial dalam artikel berita mengenai perusahaan tertentu atau melihat indeks reputasi berdasarkan persepsi masyarakat. Kriteria demikian tentulah memiliki kelemahan sebagai penilai CSR yang dapat diandalkan. Walaupun ukuran kinerja ekonomi (seperti pendapatan bersih, pengembalian atas modal, harga saham) lebih obyektif karena ukuran itu umumnya dipakai untuk menunjukkan hanya kinerja ekonomi.

Dari analisis terhadap berbagai data studi tentang CSR dan kinerja ekonomi, Ullmann (1985) menyimpulkan bahwa mayoritas studi menunjukkan hubungan positif antara CSR, kinerja sosial dan kinerja keuangan. Para peneliti secara tersirat menyatakan bahwa dalam konteks strategik, program sosial yang dinyatakan dalam pengungkapan sosial yang ada dalam laporan tahunan, merupakan alat untuk mengarahkan permintaan sosial. Karena dari berbagai bukti empiris menyimpulkan bahwa laporan tahunan kepada pemegang

saham juga dinikmati oleh para stakeholders lainnya. Sehingga pengungkapan sukarela berkorelasi dengan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu seperti, memperoleh tambahan sumber finansial atau pengamanan akses ke pasar finansial (Spero 1979 dalam Ullmann, 1985).

Sedangkan dari analisis meta terhadap 52 studi yang dilakukan oleh Orlitzky *et.al.* (2003) dengan total ukuran sampel 33.878 observasi, menemukan bahwa kebaikan perusahaan melalui CSR ditanggapi positif oleh masyarakat yang tercermin dari adanya hubungan signifikan dan positif antara kinerja sosial dan kinerja keuangan.

Analisis meta juga dilakukan oleh Allouche & Laroche (2005) yang menggunakan sampel lebih banyak dan dari beragam negara dibandingkan dengan Orlitzky et al (2003). Allouche & Laroche (2005) menggunakan analisis statistik multivariate dan regresi (yang dikenal dengan meta regresi) terhadap 373 observasi dari 82 hasil studi. Hasil studi Allouche & Laroche (2005) menemukan hasil yang konsisten dengan Orlitzky et al (2003), yakni kinerja sosial berpengaruh positif terhadap kinerja finansial perusahaan.

Selanjutnya analisis meta yang dilakukan oleh Wu et al (2006) terhadap hubungan CSR, kinerja keuangan dan ukuran perusahaan menyimpulkan bahwa ukuran kinerja pasar (*market based performance*) merupakan prediktor yang lemah dibandingkan dengan kinerja keuangan, seperti profitabilitas, ROA dan pertumbuhan (*growth*). Meta analisis ini juga menyimpulkan bahwa biaya untuk aktivitas CSR tertutupi dengan manfaat dilakukannya CSR tersebut terutama berkaitan dengan moral karyawan dan produktivitas. Sedangkan size

tidak berpengaruh terhadap CSR maupun kinerja keuangan. Mungkin hal ini disebabkan karena masih sedikitnya studi yang mengkaji tentang hubungan size perusahaan dan kinerja sosial (Wu et al, 2006).

Namun kesimpulan utama dari fenomena ini adalah, hanya sedikit bukti yang menyatakan bahwa tindakan CSR yang dilakukan perusahaan merugikan kinerja ekonominya secara signifikan dalam jangka panjang. Mengingat besarnya tekanan politik ataupun sosial sekarang ini terhadap perusahaan agar bertanggung jawab sosial, ini artinya, para manajer harus memikirkan sasaran sosial ketika mereka merencana, mengorganisasi, memimpin dan mengendalikan bisnisnya (Steiner&Steiner, 2006: 136-137).

Riset akademis tentang hubungan kausal antara CSR dan kinerja keuangan, kadang-kadang mengacu pada apa yang dikenal dengan *virtuous circle*, yaitu terjadinya secara langsung hubungan dua arah. Waddock and Graves (1997) dan Hillman and Keim (2001) menemukan peningkatan aktivitas CSR cenderung akan meningkatkan kinerja keuangan dan vice versa. Hal ini disebabkan karena hubungan positif antara *stakeholders* dapat mengurangi kesulitan yang berkaitan dengan kelompok pekerja, pelanggan, dan masyarakat lainnya. Sehingga kinerja sosial yang baik dan praktek manajerial yang bagus akan menghasilkan kinerja keuangan yang baik (Waddock and Graves, 1997). Waddock and Graves (1997) menemukan hubungan yang signifikan antara index kinerja sosial dan kinerja ekonomi seperti ROA ditahun berikutnya. Mereka juga menunjukkan masalah tentang arah kausalitas, kinerja keuangan yang lebih baik mungkin disebabkan oleh

tingkat yang tinggi dari CSR dan sebaliknya. Waddock & Graves menyatakan bahwa hubungan antara kinerja keuangan dan kinerja sosial akan menjadi negatif, jika pengeluaran untuk CSR dibebankan sebagai biaya bagi perusahaan. Biaya CSR ini (contoh investasi dalam kontrol polusi) akan membuat perusahaan kurang kompetitif, jika pesaing memutuskan tidak menjadikan pengeluaran CSR tersebut sebagai biaya. Secara alternatif, hubungan akan menjadi positif jika manfaat dari CSR melebihi dari biaya yang dikeluarkan. Waddock & Graves memberikan contoh yang positif untuk kebijaksanaan karyawan. Kebijaksanaan ini cenderung memiliki biaya yang rendah, tapi secara substansi mungkin meningkatkan motivasi dan kesetiaan karyawan. Ini juga akan berpengaruh positif pada produktivitas karyawan. Perusahaan yang memiliki kebijaksanaan dalam penempatan ini menemukan lebih mudah untuk merekrut karyawan yang berkualitas.

Hillman and Keim (2001) menyatakan bahwa *misspecification* timbul dari beragamnya pemakaian ukuran CSR dalam tiap model penelitian sehingga tidak ada pendekatan yang fokus. Kajian beberapa studi tersebut bukan ditujukan untuk masalah arah kausalitas, tapi berkaitan dengan masalah endogenitas. Studi Hillman & Keim (2001) berdasarkan pada model yang membagi CSR kedalam 2 komponen, yang masing-masingnya diharapkan memiliki pengaruh yang berbeda pada kinerja keuangan. Pertama, manajemen *stakeholder* yang baik diharapkan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Kedua, partisipasi lebih pada masalah sosial dihipotesiskan memiliki pengaruh

negatif pada kinerja korporat. Hillman & Keim menemukan bukti yang kuat untuk hal ini.

Kinerja sosial bisa menjadi sumber daya organisasi yang memberikan manfaat internal atau eksternal atau bahkan keduanya. Secara internal, investasi dalam CSR dapat membantu perusahaan mengembangkan kompetensi yang baru, sumber daya dan kapabilitas yang dimanifestasikan dalam budaya perusahaan, teknologi, struktur dan sumber daya manusianya (Barney, 1991; Russo & Fouts, 1997). Hal ini terutama, jika CSR merupakan tindakan pencegahan sementara lingkungan perusahaan adalah dinamis dan kompleks. CSR dapat membantu membangun kompetensi manajerial karena usaha pencegahan memerlukan keterlibatan karyawan yang signifikan, koordinasi yang luas dari organisasi dan pola pikir manajemen yang jauh kedepan (Shrivastava, 1995). Karenanya, CSR dapat membantu manajemen berkembang lebih baik dalam *skills*, proses dan sistem informasi, yang meningkatkan kesiapan organisasi untuk perubahan eksternal, *turbulence* dan kritis. Kompetensi ini yang dibutuhkan secara internal melalui proses CSR, sehingga akan mengarah pada utilisasi yang lebih efisien dari sumber daya (Majumdar & Marcus, 2001).

Disamping itu, CSR dapat memiliki pengaruh eksternal terhadap reputasi organisasi. Sesuai dengan perspektif reputasi, komunikasi organisasi dengan pihak eksternal tentang level CSR dapat membantu membangun image positif dengan pelanggan, investor, bankers dan pemasok. (Fombrun & Shanley, 1990). Perusahaan yang CSR nya bagus bisa menggunakan pengungkapan CSR sebagai salah satu sinyal

informasi untuk *stakeholders* berdasarkan penilaiannya terhadap reputasi perusahaan. Selanjutnya, perusahaan dengan tingkat reputasi CSR yang tinggi dapat memperbaiki hubungan dengan perbankan dan investor, sehingga, dapat kemudahan dalam perolehan modal (Spicer, 1978) dalam Orlitzky *et al*, (2003;425). Perusahaan yang tingkat reputasi CSR bagus juga dapat menarik karyawan lebih baik (Greening & Turban, 2000) atau meningkatkan *goodwill* karyawan sehingga hal ini akan berbalik memperbaiki kinerja keuangan (Davis, 1973, McGuire *et al*, 1988; Waddock & Graves, 1997 dalam Orlitzky *et al*, 2003; 420-424)). Sebagai tambahan, perspektif reputasi mempostulatkan pengaruh reputasi sebagai mediator hubungan kinerja sosial dan kinerja keuangan, sementara perspektif sumber daya internal mendukung kompetensi managerial dan *learning* sebagai mekanisme intervening yang produktif antara hubungan kedua kinerja tersebut (Orlitzky *et al*, 2003).

Ada dua variabel kunci yang digunakan sebagai ukuran yang menghubungkan antara reputasi CSR dengan kinerja ekonominya, yakni tingkat kemampuan menciptakan pendapatan melalui penjualan dan tingkat kemampuan menciptakan laba (Belkaoui & Karpik, 1989). Ada tiga pendapat yang menghubungkan CSR dengan kinerja penjualannya yaitu (1) Perusahaan yang memiliki kepedulian sosial akan mendapatkan simpati dari masyarakat dan sebagai akibatnya perusahaan tersebut akan memiliki kinerja penjualan yang baik.(2) Reputasi kepedulian perusahaan terhadap komunitasnya tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja penjualannya. (3) Reputasi perusahaan dalam kepedulian

sosial, tidak meningkatkan bahkan sebaliknya menurunkan penjualan. (Belkaoui & Karpik, 1989; 36-45)

Klassen & McLaughlin (1996) mengembangkan model teoritis pada hubungan antara profitabilitas keuangan dan tanggungjawab lingkungan. Klassen & McLaughlin menyatakan bahwa manajemen lingkungan yang baik memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan melalui peningkatan penjualan dan penurunan biaya. Hasil dari bersahabat dengan lingkungan, pelanggan akan lebih suka membeli produk perusahaan tersebut. Perusahaan yang peduli dengan lingkungan juga akan mengurangi kewajiban mendatang dalam kasus kecelakaan lingkungan. Klassen & McLaughlin meremehkan masalah arah kausalitas dengan menyatakan bahwa manfaat dari manajemen lingkungan yang baik selalu melebihi biayanya. Dengan metodologi *event study*, Klassen & McLaughlin menggunakan pengumuman manajemen kepada pihak ketiga dari perusahaan pemenang hadiah lingkungan atau pengumuman tentang perusahaan yang merusak lingkungan. Klassen & McLaughlin menemukan bahwa pemegang saham dari perusahaan yang dapat hadiah menikmati kelebihan *stock return* (diukur dengan CAR) secara positif dan signifikan secara statistik.

Baron (2007) menunjukkan bahwa manajer akan menjalankan CSR jika kontrak kompensasinya mencakup kinerja dibidang sosial. Preferensi melaksanakan kegiatan sosial ini tidak hanya berasal dari konsumen tapi juga dari investor, yang antara lain tercermin dari harga saham yang lebih tinggi untuk perusahaan-perusahaan yang melaksanakan

CSR. Tsukamoto (2007) merevisi teori Friedman dengan menunjukkan bahwa keberadaan modal etika (*ethical capital*) memungkinkan perilaku moral (antara lain melalui kegiatan CSR) tercermin di pasar, yang pada akhirnya mendorong perusahaan melaksanakan CSR. Konsisten dengan Tsukamoto, Besley dan Ghatak (2007) mengembangkan suatu model yang membuktikan bahwa perusahaan melaksanakan CSR sebagai tanggapan terhadap preferensi konsumen yang menginginkan perusahaan untuk juga menghasilkan barang/jasa publik. Dengan demikian keputusan melaksanakan CSR sejalan dengan strategi maksimisasi laba, khususnya untuk perusahaan yang bisnisnya berdampak eksternal. Hal ini sesuai dengan Pricewaterhouse Coopers (2001) dalam Utama (2007;9) yang menyatakan bahwa perusahaan juga harus menciptakan nilai sosial dan lingkungan untuk menciptakan nilai ekonomis yang optimal dalam jangka panjang.

Dari kajian 95 studi selama lebih dari 30 tahun, ditemukan bahwa mayoritas (53%) bisnis memperlihatkan hubungan yang positif antara keuntungan dan CSR, sementara hanya 5% menunjukkan hubungan negatif. Hasil kajian tidak konsisten dan tidak bisa disimpulkan karena masalah metodologi diakibatkan tidak ada definisi CSR yang universal dan cocok untuk tiap perusahaan. (Steiner & Steiner, 2006). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada ukuran yang objektif untuk mengukur CSR.

Tabel 2.2

Hasil Penelitian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Kinerja Keuangan

Peneliti/ tahun	Kriteria Tanggung Jawab Sosial	Kriteria Kinerja Keuangan	Hasil Penelitian
Bragdon & Marlin, 1972	Council on Economic Priorities air & water pollution measures	Beragam ukuran return akuntansi keuangan.	Tingkat yang rendah dari berkorelasi dengan kinerja keuangan yang lebih baik.
Vance, 1975	Rating tanggung jawab sosial dari Milton Moskowitz's	Prosentase perubahan harga saham.	Satu dari 14 perusahaan sa memiliki kinerja yang jelek dibandingkan dengan kom index NYSE.(-)
B owman and Haire, 1975	Proporsi laporan tahun an yang mengungkapkan CSR.	Return on equity (ROE)	Return rata-rata ekuitas pe dengan pengungkapan CS 14.3%, sedangkan yang ti mengungkapkan CSR 9.1
Folger and Nutt, 1975	Tiga indeks pencemaran udara	Laba akuntansi keuangan dan data harga saham.	Kinerja keuangan tidak sig berhubungan dengan ratin (0)
Parket & Eilbirt, 1975	Author's judgment	NI as a percent of sales, NI as a percent of shareholder's equity, EPS	80 perusahaan yang melak CSR memiliki nilai media besar atas semua dimensi dibandingkan dengan <i>For</i> list.
Belkaoui, 1976	Pengungkapan informasi kontrol polusi dalam laporan tahunan pada 1970.	Market-based returns adjusted for risk	Dengan 50 studi experime perusahaan yang informas polusinya diungkapkan, outperformed the control s terms of" stock returns. (+
Sturdivant and Ginter, 1977	Rating CSR dari Milton Moskowitz	Tkt pertumbuhan laba perlembar saham (EPS)	Tidak ada perbedaan sign dalam tingkat pertumbuha antara perusahaan yang ba jelek kinerja sosialnya. (+

		selama 10 tahun.	
Alexander & Buchholz, 1978.	Rating CSR dari Milton Moskowitz.	Market-based returns adjusted for risk.	Rating CSR tidak berhubungan signifikan dengan market-returns. (0).
Abbott & Monsen (1979)	Social Involvement Disclosure Scale	Total returns to investor 1964 - 1974.	Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam total returns to investor antar perusahaan sampel.
Chugh, et al, 1978	Perusahaan yang memiliki polusi industri yang tinggi.	Market-based estimates of beta	Antara 1970 dan 1972 estimasi betas dari perusahaan yang memiliki polusi industri meningkat.. (+)
Anderson, and Frankle, 1980	Laporan tahunan yang mengungkapkan masalah CSR 1972	Market-based returns adjusted for risk	6 bulan setelah laporan tahunan dipublikasikan tidak ada perbedaan antara perusahaan yang mengungkapkan dan tidak mengungkapkan masalah CSR. Kajian dari return pasar memberikan bukti pengaruh positif (+)
Freedman and Jaggi, 1982	Ukuran polusi air & udara dari Council Economic Priorities.	Beragam ukuran return akuntansi keuangan.	Secara umum tidak ada hubungan antara ukuran polusi dan kinerja keuangan. Namun, disarankan bahwa untuk perusahaan yang sangat besar dengan kinerja ekonomi yang jelek, pengungkapan tentang CSR lebih rinci. (0)
Shane and Spicer, 1983	Council on Market-based Economic Priorities air and	Market-based returns adjusted for risk.	Perusahaan yang kinerja keuangannya rendah memiliki polusinya rendah memiliki nilai negatif sebaliknya, perusahaan

	water pollution measures		kontrol polusi bagus mem return positif. (+)
Cochran & Wood, 1984	Rating CSR dari Milton Moskowitz	Beragam ukuran return akuntansi keuangan dan penilai pasar.	Perusahaan dengan asset y tua memiliki rating CSR l rendah. Ada asosiasi posit signifikan secara marginal kinerja sosial dan kinerja keuangan.. (+)
Chen and Metcalf, 1984	Two pollution indexes	Beragam ukuran return akuntansi keuangan, beta estimasi dan price earnings ratios	Dengan mengontrol size perusahaan, tidak ada asos antara index polusi dan in keuangan. (0)
Aupperle, Carroll, and Hatfield, 1985	Kepedulian CEO perusahaan terhadap society dalam survey kuesioner as	Return on assets adjusted for risk	Tidaka ada hubungan yang signifikan antara kepeduli kuat dari CEO terhadap C kinerja keuangan. (0)
Feedman and Jaggi, 1986	A pollution index	Market-based returns adjusted for risk sekitar tanggal laporan tahunan .	Bukti tidak menunjukkan perbedaan antara reaksi in dengan pengungkapan yan dilakukan perusahaan. (0)
Rockness, Schlachter, Rockness, 1986	Jumlah limbah sampah kimia yang dilaporkan oleh EPA & US House Subcommittee on Oversight and	Beragam ukuran return akuntansi keuangan.	Lebih tinggi ROE berasos dengan jumlah .limbah sar kimia yang lebih sedikit. (

	Investigations		
McGuire, Sudgren, and Schneeweis, 1988	Fortune magazine's annual survey of and corporate reputations	Beragam ukuran return akuntansi keuangan, market-based returns adjusted for risk, dan market-based estimates of beta	ROA dan total assets menunjukkan hubungan positif dan pertumbuhan laba operasi berkorelasi negatif dengan Ukuran Accounting and stock market based risk cenderung berasosiasi negatif dengan (+)
Cottrill, 1990	Fortune magazine's annual survey of corporate reputations	Konsentrasi pasar, pangsa pasar dan industri.	Pangsa pasar berasosiasi positif dengan CSR. Juga ada efek negatif terhadap kedua hubungan (+)
Patten, 1990	Sullivan Principles (A code of behavior mandating equal economic opportunities for non-white workers in South Africa)	Market-based returns adjusted for risk and trading volume around the signing of the principles	Tidak ada reaksi harga. Penelitian juga melaporkan reaksi volume
Roberts, 1992	Council of Economic Priorities evaluations of social disclosure.	Measures of financial accounting returns, market beta, etc.	CSR berasosiasi positif dengan kinerja ekonomi. (+)
Ruf, Bernadette M. et al, ,2001	Sistem rating KLD, The Domini Social Equity Trust.	Various measures of financial accounting based returns	Perubahan kinerja sosial berasosiasi positif dengan pertumbuhan penjualan perusahaan bersangkutan dan sesudahnya perbaikan dalam kinerja sosial diikuti perbaikan kinerja keuangan

			(+)
Zuhroh dan Sukmawati (2003)	luas pengungkapan sosial	Reaksi investor	Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori <i>high profile</i> . (+)
Suratno et al, 2005	Rating kinerja lingkungan dengan PROPER	Kinerja ekonomi	Kinerja lingkungan berpengaruh secara positif dan signifikan dengan kinerja ekonomi.

(+) Denotes positive association between CSR and financial variables.

(0) Denotes no association between CSR and financial variables.

(-) Denotes negative association between CSR and financial variables.

Sumber : Pava & Krausz, 1996.dan diolah sendiri.

BAB III

Tata Kelola Perusahaan Yang Baik

Secara global, berbagai isu yang berkaitan dengan *corporate governance* menguat kembali setelah runtuhnya beberapa raksasa bisnis dunia seperti, Enron, WorldCom di USA, tragedy jatuhnya HIH dan One tel di Australia pada permulaan abad 21 dan Tyco, Global Crossing dan yang terakhir AOL-Warner. Menyusul skandal dua perusahaan besar ini (Syakroza, 2005), pemerintah USA mengeluarkan aturan baru yang dikenal dengan The Sarbanas Oxley Act of 2002 pada 30 Juli 2001. Aturan baru ini dianggap sebagai “*the most seeping change in corporate governance and the regulator of accounting practices*” semenjak dikeluarkannya the Securities and Exchange Act of 1934. Aturan ini menekankan hukuman yang lebih berat untuk setiap tingkat pelanggaran yang dikategorikan sebagai *corporate wrongdoing* seperti *criminal*, *fraud* dan *other wrongful act*. Dari peristiwa ini, terminologi *good corporate governance* telah dikenal dari USA pasca krisis ekonomi Amerika sekitar tahun 1930an. Isu *corporate governance* semakin menarik perhatian setelah berbagai lembaga keuangan multilateral seperti World Bank dan ADB mengungkapkan bahwa penyebab krisis keuangan yang melanda di berbagai negara, terutama di Asia, tidak lain adalah karena buruknya pelaksanaan praktik-praktik *corporate governance*. Dalam konteks ini, Indonesia merupakan negara yang paling menderita serta paling lambat bangkit dari dampak krisis tersebut (ADB 2000 dalam Syakroza, 2005).

Sejak tahun 2000, Indonesia telah membuat langkah-langkah penting untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang menyebabkan krisis ekonomi di tahun 1997. Kerangka *corporate governance* sudah lebih diperbaiki walaupun masih belum begitu sempurna dan masih dihadapkan pada berbagai tantangan. Laporan bank dunia menyebutkan bahwa praktik-praktik *corporate governance* seringkali masih mengecewakan jika ditinjau dari prinsip-prinsip *corporate governance* yang disusun oleh OECD (World Bank, 2004). Sistem hukum dan regulasi untuk meningkatkan kualitas budaya dan praktik-praktik bisnis masih menjadi tantangan utama yang harus ditangani di Indonesia. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Durnev dan Kim (2003) juga menunjukkan bahwa dari 27 negara-negara di Asia, Indonesia memiliki sistem hukum yang berkaitan dengan proteksi investor yang paling rendah.

Corporate governance merupakan proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan bisnis dan akuntabilitas korporat dengan tujuan akhir mewujudkan nilai-nilai jangka panjang pemegang saham sambil memperhitungkan kepentingan *stakeholders* lain. Definisi dari Organization for Economic Cooperation and Development (dalam publikasi OECD Principles of corporate governance, 2004), *corporate governance* adalah aturan-aturan dan praktek-praktek yang mengarahkan hubungan antara para manajer dan pemegang saham perusahaan, termasuk para *stakeholders* seperti karyawan dan kreditur. *Corporate governance* membentuk hubungan antara *stakeholder* yang berbeda yang digunakan untuk mengontrol arah strategik dan kinerja korporasi.

Perbedaannya dengan CSR adalah *corporate governance* merupakan mekanisme kontrol, dimana termasuk usaha-usaha pengukuran CSR. (Dongen, 2006)

3.1. Pengertian dan Prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik

Istilah Corporate Governance secara luas telah dikenal dalam dunia usaha, namun dapat didefinisikan dari berbagai disiplin ilmu, seperti hukum, psikologi, ekonomi, filsafat dan sebagainya. Sehingga sering kita melihat beberapa pakar mendefinisikan *Corporate governance* secara eksplisit berbeda. Beberapa definisi *corporate governance* yang dapat dihimpun dari berbagai sumber antara lain sebagai berikut:

- 1) *Corporate governance is the system by which business corporations are directed and controlled. The corporate governance structure specifies the distribution of rights and responsibilities among different participants in the corporate, such as the board, the managers, shareholders and other stakeholders, and spells out the rules and procedure for making decisions on corporate affairs. By doing this, it also provides the structure through which the company objectives are set, and the means of attaining those objectives and monitoring performance (OECD, 2005).*

OECD melihat *Corporate Governance* sebagai suatu sistem dimana sebuah perusahaan diarahkan dan diawasi. Selanjutnya OECD menyatakan bahwa struktur dari *Corporate Governance* menjelaskan distribusi hak-hak dan tanggungjawab dari berbagai pihak yang terlibat dalam sebuah perusahaan, yaitu antara lain Dewan Komisaris dan Direksi, Manajer, Pemegang

saham, serta pihak-pihak lain yang terkait sebagai *stakeholders*. Struktur dari *Corporate Governance* juga menjelaskan bagaimana aturan dan prosedur dalam pengambilan dan keputusan kebijakan sehingga dengan melakukan itu semua maka tujuan perusahaan dan pemantauan kinerjanya dapat dipertanggungjawabkan dan dilakukan dengan baik,

- 2) *Governance is decision-making in the exercise of authority for direction and control. Corporate governance is the system by which companies are directed and managed. It influences how the objectives of the company set and achieved, how risk is monitored and assessed, and how performance is optimised* (ASX dalam Shailer, Greg, , 2004).

Senada dengan OECD, Menurut ASX (Australian Stock Exchange) *corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengatur bagaimana perusahaan diarahkan dan dikelola. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana tujuan perusahaan akan dicapai, bagaimana perusahaan dapat mengendalikan dan memonitor risiko perusahaan serta bagaimana kinerja perusahaan akan dioptimalkan.

- 3) Menurut *Cadbury Committee* (Sukrisno Agoes, 2005), *good corporate governance* adalah *a set of rules that define the relationship between shareholders in respect to their rights and external shareholder in respect to their right and responsibility*.

Cadbury Committee menjelaskan *good corporate governance* sebagai sekumpulan aturan yang mendefinisikan hubungan antar pemegang saham, terutama yang berkaitan dengan hak pemegang saham dan pertanggung jawaban.

- 4) Sir Adrian Cadbury (*Global Corporate Governance Forum - World Bank, 2000*) dalam Tim Studi Pengkajian Penerapan Prinsip-Prinsip OECD 2004 dalam Peraturan Bapepam mengenai Corporate Governance, 2006, *"Corporate Governance is concerned with holding the balance between economic and social goals and between individual and communal goals. The corporate governance framework is there to encourage the efficient use of resources and equally to require accountability for the stewardship of those resources. The aim is to align as nearly as possible the interests of individuals, corporations and society"*.

Penjelasan ini menekankan bahwa *Corporate Governance* merupakan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan tujuan sosial serta tujuan individu dan tujuan komunitas. Kerangka *corporate governance* tersebut mendorong efisiensi pemakaian sumber daya dan akuntabilitas dalam pengelolaan sumber daya tersebut, dengan memperhatikan seluruh kepentingan, baik individu, perusahaan, dan masyarakat.

- 5) Shann Turnbull (2000) *"corporate governance describes all the the influences affecting the institutional processes including those for appointing the controllers and/or regulators, involved in organizing the production and sale of goods and services"*

Turnbull (dalam lebih menekankan bagaimana melakukan tata kelola dalam sebuah organisasi dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi proses organisasi dalam rangka menghasilkan dan menjual barang atau jasa. Disamping itu,

Turnbull juga berpendapat bahwa penunjukkan “*controllers* dan *regulators*” merupakan juga substansi penting dalam membangun *Good Corporate Governance*.

- 6) **Achmad Syakhroza (2005)** mendefinisikan *Corporate Governance* secara lebih gamblang, mudah dan jelas dimana ia mengatakan bahwa: “*corporate governance adalah suatu sistim yang dipakai “Board” untuk mengarahkan dan mengendalikan serta mengawasi (directing, controlling, and supervising) pengelolaan sumber daya organisasi secara efisien, efektif, ekonomis, dan produktif – E3P - dengan prinsip-prinsip transparan, accountable, responsible, independent, dan fairness – TARIF - dalam rangka mencapai tujuan organisasi*”

Dalam pidato makalahnya, Syakhroza mengatakan secara tegas bahwa *Corporate Governance* terdiri dari 6 (enam) elemen yaitu:

- a. Fokus kepada Board.
- b. Hukum dan Peraturan sebagai alat untuk mengarahkan dan mengendalikan.
- c. Pengelolaan sumber daya organisasi secara efisien, efektif, ekonomis, dan produktif (E3P).
- d. *Transparan, accountable, responsible, independent, dan fairness*(TARIF).
- e. Tujuan organisasi.
- f. Strategic control.

- 7) Menurut Surat Keputusan Menteri **BUMN No Kep-117/M-**

MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan praktik GCG pada BUMN, mendefinisi *corporate governance* sebagai: “*Suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika*”.

Berdasarkan beberapa uraian mengenai *corporate governance* tersebut, dapat dirumuskan suatu kesimpulan bahwa *good corporate governance* adalah suatu sistem yang ada pada suatu organisasi dan bertujuan untuk mencapai kinerja organisasi semaksimal mungkin dengan cara-cara yang tidak merugikan *stakeholder* organisasi tersebut.

3.2. Teori Dasar *Corporate Governance*

Perhatian terhadap *corporate governance* terutama dipicu oleh skandal spektakuler perusahaan-perusahaan publik di Amerika dan Eropa, seperti Enron, Worldcom, Tyco, London & Commonwealth, Poly Peck, Maxwell, dan lain-lain. Cadbury Report (UK) dan Treadway Report (US) secara mendasar menyebutkan bahwa keruntuhan perusahaan-perusahaan publik tersebut dikarenakan oleh kegagalan strategi maupun praktik curang dari manajemen puncak yang berlangsung tanpa terdeteksi dalam waktu yang cukup lama karena lemahnya pengawasan yang independen oleh *corporate boards*.

Isu *corporate governance* itu sendiri muncul sejak

diperkenalkannya pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Namun istilah *corporate governance* itu sendiri secara eksplisit muncul pertama kali pada tahun 1984 dalam tulisan Robert I. Tricker berjudul “*Corporate Governance – Practices, Procedures, and Power in British Companies and Their Board of Directors*”.(Daniri, 2005). Di dalam bukunya, Tricker memandang *corporate governance* memiliki empat kegiatan utama sebagai berikut:

1. *Direction, formulating the strategic direction from the future of the enterprise in the long term;*
2. *Executive action, involvement in crucial executive decisions;*
3. *Supervision, monitoring & oversight of management performance, and*
4. *Accountability, recognizing responsibilities to those making legitimate demand for accountability.*

Dalam konsep *Corporate Governance* terdapat dua teori utama yang terkait yaitu *stewardship theory* dan *agency theory* (Daniri, 2005). *Stewardship theory* dibangun diatas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni bahwa manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab memiliki, integritas, dan kejujuran terhadap pihak lain. Inilah yang tersirat dalam hubungan fidusia yang dikehendaki para pemegang saham. Dengan kata lain, *stewardship theory* memandang manajemen sebagai *dapat dipercaya* untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun *shareholders* pada khususnya.

Sedangkan, *agency theory* yang dikembangkan oleh Michael Johnson, seorang professor dari Harvard, memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai ‘agents’ bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham sebagaimana diasumsikan dalam *stewardship model*. Bertentangan dengan *stewardship theory*, *agency theory* memandang bahwa manajemen *tidak dapat* dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun *shareholders* pada khususnya.

Dalam perkembangan selanjutnya, *agency theory* mendapat respons lebih luas karena dipandang lebih mencerminkan kenyataan yang ada. Berbagai pemikiran mengenai *corporate governance* berkembang dengan bertumpu pada *agency theory* di mana pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

3.3. Prinsip-prinsip Dasar GCG

Pada dasarnya, konsep *GCG* memperjelas dan mempertegas mekanisme hubungan antar para pemangku kepentingan di dalam suatu organisasi. *OECD* mencoba untuk mengembangkan beberapa prinsip yang dapat dijadikan acuan baik oleh pemerintah maupun para pelaku bisnis dalam mengatur mekanisme hubungan antar para pemangku kepentingan tersebut. Prinsip-prinsip *OECD2004* mencakup enam (6) bidang, dalam Tim Studi Pengkajian Penerapan

Prinsip-Prinsip OECD 2004 dalam Peraturan Bapepam mengenai *Corporate Governance*, (2006). Keenam prinsip ini (menjelaskan hal-hal yang mencakup, kerangka dasar *corporate governance*, hak pemegang saham, kesetaraan perlakuan pemegang saham, peranan stakeholders, keterbukaan dan transparansi, serta tanggung jawab dewan komisaris.

Kementrian BUMN juga mengeluarkan keputusan no. Kep-117/M-MBU/2002 tentang penerapan GCG (Tjager,dkk.,2003). Ada lima prinsip menurut keputusan ini, yaitu:

- a. Kewajaran (*fairness*)
- b. Transparansi
- c. Akuntabilitas
- d. Pertanggungjawaban
- e. Kemandirian.

Selanjutnya *National Committee on Governance*, disingkat NCG(2006) mempublikasikan “Kode Indonesia tentang Tata Kelola Perusahaan Yang Baik(*Indonesia’s Code of Good Corporate Governance*)” pada tanggal 17 Oktober 2006. Kode yang disusun ini bukanlah suatu peraturan, namun dapat dipakai sebagai pedoman dasar bagi seluruh perusahaan di Indonesia dalam menjalankan usaha mereka agar lebih menjamin sustainabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Dalam kode GCG ini, NCG mengemukakan lima (5) prinsip GCG, yaitu:

- a. Transparansi(*Transparency*)
- b. Akuntabilitas (*Accountability*)

- c. Responsibilitas(*Responsibility*)
- d. Independensi (*Independency*)
- e. Kesenangan (*Fairness*)

Prinsip-prinsip yang dikemukakan oleh NCG hampir sama dengan yang diungkapkan oleh Menteri Negara BUMN seperti telah diungkapkan di atas. Penjelasan singkat atas masing-masing prinsip ini dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Perlakuan yang setara (*fairness*) merupakan prinsip agar para pengelola memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil dan setara, baik pemangku kepentingan primer (pemasok, pelanggan, karyawan, pemodal) maupun pemangku kepentingan sekunder (pemerintah, masyarakat, dan yang lainnya). Hal ini memunculkan konsep *stakeholders* (seluruh kepentingan pemangku kepentingan), bukan hanya kepentingan *stockholders* (pemegang saham saja).
- b. Prinsip transparansi, atau sering juga disebut prinsip keterbukaan, artinya kewajiban bagi para pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan dalam menyampaikan informasi. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga mengandung arti bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar dan tepat waktu kepada semua pemangku kepentingan. Tidak boleh ada hal-hal yang dirahasiakan, disembunyikan atau ditutup-tutupi, atau ditunda-tunda pengungkapannya.
- c. Prinsip akuntabilitas adalah prinsip dimana para pengelola berkewajiban untuk membina sistem akuntansi yang efektif dalam rangka untuk menghasilkan laporan keuangan

(*financial statements*) yang dapat dipercaya. Untuk itu diperlukan kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban setiap organ sehingga pengelolaan berjalan efektif.

- d. Prinsip responsibilitas, atau lebih sering disebut prinsip tanggungjawab adalah prinsip dimana para pengelola wajib memberikan pertanggungjawaban atas semua tindakan dalam mengelola perusahaan kepada para pemangku kepentingan sebagai wujud kepercayaan yang diberikan kepadanya. Prinsip responsibilitas ada sebagai konsekuensi logis dari kepercayaan dan wewenang yang diberikan oleh para pemangku kepentingan kepada para pengelola perusahaan tersebut. Tanggungjawab ini mempunyai lima dimensi, yaitu: ekonomi, hukum, moral, sosial dan spiritual.
 - dimensi ekonomi artinya, tanggungjawab pengelolaan dalam bentuk pemberian keuntungan ekonomis bagi para pemangku kepentingan
 - dimensi hukum artinya tanggungjawab pengelolaan dalam bentuk ketaatan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, sejauh mana tindakan manajemen telah sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku
 - dimensi moral artinya wujud tanggungjawab sejauh mana tindakan manajemen tersebut telah dirasakan keadilannya bagi semua pemangku kepentingan
 - dimensi sosial, artinya sejauh mana manajemen telah menjalankan *corporate social responsibility (CSR)* sebagai wujud kepedulian bagi kesejahteraan

masyarakat dan kelestarian alam di lingkungan perusahaan tersebut.

- dimensi spiritual, artinya sejauh mana tindakan manajemen tersebut telah mampu mewujudkan aktualisasi diri atau telah dirasakan sebagai bagian dari ibadah sesuai dengan ajaran agama yang diyakininya.

- e. Kemandirian sebagai tambahan prinsip dalam mengelola BUMN, artinya suatu keadaan dimana para pengelola dalam mengambil suatu keputusan bersifat profesional, mandiri, bebas dari konflik kepentingan dan bebas dari tekanan/pengaruh dari manapun yang bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan yang sehat.

Sebenarnya tiga dari keempat prinsip *GCG* tersebut di atas, yaitu: transparansi, akuntabilitas dan responsibilitas mempunyai arti yang sangat erat dan tumpang tindih. Laporan keuangan yang lengkap dan benar (prinsip akuntabilitas) merupakan salah satu alat pertanggungjawaban (prinsip responsibilitas) para pengelola (manajemen, direksi) kepada para pemangku kepentingan namun harus dipahami bahwa wujud pertanggungjawaban manajemen tidak terbatas hanya dalam bentuk penyampaian laporan keuangan saja (dimensi ekonomis) tetapi juga mencakup empat dimensi lainnya (hukum, moral, sosial dan spiritual). Laporan keuangan yang baik adalah laporan keuangan yang menyajikan kinerja keuangan apa adanya, tidak ada yang disembunyikan dan disusun berdasarkan prinsip akuntansi berlaku umum. Ini berarti bahwa laporan keuangan yang disusun harus mengikuti prinsip transparansi, namun harus dimengerti bahwa laporan

keuangan hanya salah satu jenis informasi yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan. Prinsip transparansi menghendaki penyampaian seluruh informasi baik yang bersifat keuangan maupun non keuangan secara lengkap, benar dan tepat waktu kepada seluruh pemangku kepentingan..

Keempat prinsip ini sebenarnya merupakan jawaban langsung atas permasalahan/skandal yang dihadapi oleh dunia usaha bukan saja di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia. Sebagaimana telah disinggung di depan, berbagai skandal yang marak dihadapi oleh dunia usaha dalam bentuk:

- a. Perlakuan yang sering tidak adil yang dihadapi oleh satu atau beberapa pemangku kepentingan. Misalnya: rekayasa *credit proposal* yang dilakukan oleh direksi perusahaan untuk memperoleh kredit bank lebih menguntungkan kepentingan pemegang saham tetapi merugikan kepentingan stakeholder lainnya yang dalam hal ini adalah bank. *Insider trading* yang dilakukan oleh direksi perusahaan untuk kepentingan pribadi sangat merugikan para pemegang saham publik. Proses penawaran saham publik (*IPO*) atau proses emisi saham baru sering hanya menguntungkan pemegang saham mayoritas dan merugikan pemegang saham minoritas, dan sebagainya. Masalah ini akhirnya memunculkan prinsip “perlakuan yang setara(*fairness*) di antara pemangku kepentingan.
- b. Maraknya rekayasa laporan keuangan, seringkali timbul *insider trading* yang dilakukan oleh para eksekutif puncak baik di Indonesia maupun di Amerika Serikat, bahkan juga telah melibatkan para akuntan publik ternama, akhirnya

mempertegas kembali pentingnya penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas.

- c. Munculnya berbagai kejahatan kerah putih (*white collar crime*) yang sangat canggih, korupsi, kolusi dan nepotisme yang melibatkan para pelaku bisnis dan oknum birokrasi pemerintahan sangat merugikan masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan. Timbulnya berbagai kerusakan hutan, pencemaran udara dan air, pemanasan global dan sebagainya, kesemuanya ini mencerminkan lemahnya wujud kesadaran dan tanggungjawab dari para eksekutif puncak dan oknum pejabat pemerintah terkait. Hal ini telah mempertegas kembali pentingnya prinsip tanggungjawab yang harus diikuti oleh para eksekutif dan seluruh pemangku kepentingan perusahaan terkait. Namun harus dicamkan bahwa wujud tanggungjawab meliputi lima dimensi: ekonomi, hukum, moral, sosial dan spiritual.

3.3.1. Prinsip I: Menjamin Kerangka Dasar Corporate Governance yang Efektif

Prinsip I OECD ini menekankan pada hal-hal untuk memastikan bahwa dasar atau basis bagi pengembangan kerangka *Corporate Governance* yang efektif. Secara umum prinsip I menyatakan bahwa “*Corporate Governance harus dapat mendorong terciptanya pasar yang transparan dan efisien, sejalan dengan perundangan dan peraturan yang berlaku, dan dapat dengan jelas memisahkan fungsi dan tanggungjawab otoritas-otoritas yang memiliki pengaturan, pengawasan, dan penegakan hukum*”.

Dalam rangka memastikan terciptanya kerangka

Corporate Governance yang efektif diperlukan kerangka hukum yang efektif. Pengaturan dan kelembagaan yang ada harus dapat menjamin semua pihak dalam menjalankan kegiatannya. Kerangka *Corporate Governance* ini biasanya mengandung unsur-unsur perundang-undangan, peraturan pelaksana, peraturan lain yang disusun berdasarkan aturan *Self-Regulatory*, komitmen antar pihak yang disepakati, dan praktik bisnis yang lazim di suatu negara. Selanjutnya, unsur-unsur tersebut sangat dipengaruhi oleh keadaan suatu negara terkait dengan sejarah dan budaya negara tersebut. Oleh karena itu prinsip I OECD dijabarkan lagi menjadi (empat) subprinsip, yaitu:

- A. *Kerangka Corporate Governance harus dikembangkan dengan mempertimbangkan pengaruhnya terhadap perkembangan perekonomian secara keseluruhan, integritas pasar dan insentif yang tercipta bagi pelaku pasar serta meningkatkan transparansi dan efisiensi pasar.*
- B. *Ketentuan hukum dan peraturan perundangan yang berkaitan dengan pelaksanaan Corporate Governance harus sejalan dengan peraturan perundangan yang berlaku, transparan dan dapat di tegakkan.*
- C. *Pembagian Tanggung jawab antar otoritas dalam suatu yurisdiksi harus*
diungkapkan secara jelas dan dipastikan bahwa kepentingan masyarakat telah terpenuhi. Ketentuan dan praktik Corporate Governance biasanya sangat dipengaruhi oleh berbagai landasan hukum seperti di Indonesia, Undangundang (UU) Perseroan Terbatas, UU Pasar Modal,

UU Tenaga Kerja, UU Perpajakan, UU Kepailitan, dan Standar Akuntansi dan Auditing.

- D. *Otoritas dalam pengawasan, pengaturan dan penegakan hukum harus memiliki kewenangan, integritas dan sumber daya dalam pemenuhan tugasnya secara profesional dan objektif. Selanjutnya, keputusan-keputusannya harus tepat waktu, transparan, dan jelas.*

Tanggungjawab pengaturan harus berada pada lembaga-lembaga yang dapat menjalankan fungsinya tanpa adanya benturan kepentingan dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

3.3.2. Prinsip II: *Hak-hak Pemegang Saham dan Fungsi Penting Kepemilikan Saham*

Pada dasarnya penerapan prinsip kedua ini ditujukan pada sektor Pasar Modal, yang secara eksplisit maupun implicit telah diatur dalam peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal maupun peraturan perundang-undangan lainnya yang terkait seperti Undang-Undang Perseroan Terbatas. Secara rinci prinsip 2 ini mengatur hak-hak pemegang saham yaitu, kerangka *corporate governance* harus melindungi dan menunjang pelaksanaan hak-hak pemegang saham.

A. Hak-hak dasar pemegang saham harus mencakup hak untuk:

- 1) memperoleh cara pendaftaran yang aman atas kepemilikan;
- 2) menyerahkan atau mengalihkan saham;

- 3) memperoleh informasi yang relevan atau material tentang perusahaan secara teratur dan tepat waktu;
- 4) berpartisipasi dan memberikan hak suara dalam rapat umum pemegang saham;
- 5) memilih dan mengganti anggota pengurus; dan
- 6) memperoleh hak atas bagian keuntungan perusahaan.

B. Pemegang saham harus memiliki hak untuk berpartisipasi dalam, dan diberikan informasi yang cukup atas keputusan-keputusan tentang perubahan-perubahan penting perusahaan seperti:

- 1) perubahan anggaran dasar, atau akte pendirian atau dokumen-dokumen tentang pengelolaan perusahaan lainnya;
- 2) otorisasi saham tambahan; dan
- 3) transaksi luar biasa, termasuk pengalihan seluruh atau hamper seluruh asset, yang berdampak pada penjualan perusahaan.

C. Pemegang saham harus memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara efektif dan memberikan hak suara dalam RUPS dan harus diberikan informasi tentang aturan-aturannya, termasuk tata cara pemungutan suara, yang mengatur penyelenggaraan RUPS. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah :

- 1) Pemegang saham harus disediakan informasi yang memadai dan akurat tentang tanggal, tempat dan agenda RUPS, termasuk informasi lengkap dan

akurat tentang masalah-masalah yang akan diputuskan dalam rapat.

- 2) Pemegang saham harus memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan kepada pengurus, termasuk pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan audit eksternal tahunan, untuk memasukkan butir-butir dalam agenda RUPS, dan untuk mengusulkan pemecahannya, dalam batas-batas yang wajar.
- 3) Partisipasi efektif pemegang saham dalam keputusan-keputusan penting pengelolaan perusahaan, seperti pencalonan dan pemilihan anggota pengurus harus difasilitasi. Pemegang saham harus dapat membuat pandangan-pandangan mereka berkaitan dengan kebijakan penggajian anggota pengurus dan pejabat-pejabat kunci diketahui. Kewajaran atas komponen skema penggajian/kompensasi bagi anggota pengurus dan karyawan harus didasarkan pada persetujuan pemegang saham.
- 4) Pemegang saham harus dapat memberikan hak suara secara langsung atau secara in absentia, dan harus dianggap memiliki kekuatan yang sama, baik dilakukan dengan kehadiran atau tanpa kehadiran pemegang saham yang bersangkutan.

D. Struktur dan komposisi permodalan yang memungkinkan pemegang saham tertentu untuk memperoleh tingkat pengendalian yang tidak proporsional dengan kepemilikan

sahamnya harus diungkapkan.

E. Pengalihan pengendalian perusahaan harus diperbolehkan agar berfungsi secara efisien dan transparan yang meliputi :

- 1) Peraturan dan prosedur tentang pengambilalihan pengendalian perusahaan di pasar modal, dan transaksi luar biasa, seperti merger dan penjualan asset perusahaan dalam jumlah yang substansial, harus diatur secara jelas dan diungkapkan sehingga investor mengetahui hak-hak dan pilihan-pilihannya. Transaksitransaksi harus dilakukan pada harga yang transparan dan dengan syarat-syarat yang wajar yang melindungi hak-hak seluruh pemegang saham sesuai dengan klasifikasinya.
- 2) Kebijakan anti take over tidak boleh digunakan untuk melindungi manajemen dan pengurus dari kewajiban melakukan pertanggungjawaban.

F. Pelaksanaan hak-hak atas kepemilikan oleh seluruh pemegang saham, termasuk investor kelembagaan, harus difasilitasi. Hal-hal yang perlu diatur adalah :

- 1) Investor institusi yang bertindak dalam kapasitas secara fiduciary harus mengungkapkan keseluruhan tata kelola perusahaan dan kebijakan pemungutan suara berkaitan dengan investasinya, termasuk tata cara yang telah ditetapkan untuk memutuskan penggunaan hak suara mereka.
- 2) Investor institusi yang bertindak dalam kapasitas secara fiduciary harus mengungkapkan bagaimana

mereka menangani benturan kepentingan yang material yang mungkin mempengaruhi pelaksanaan hak-hak pemilik utama berkaitan dengan investasinya.

- G. Pemegang saham, termasuk pemegang saham institusi, harus diperbolehkan untuk saling berkonsultasi tentang masalah-masalah berkenaan dengan hak-hak dasar pemegang saham sebagaimana didefinisikan dalam Prinsip-prinsip tersebut diatas, dapat dikecualikan untuk mencegah penyalahgunaan.

3.3.3. Prinsip III: *Perlakuan yang sama terhadap Pemegang Saham*

Prinsip ini menekankan pentingnya kepercayaan investor di pasar modal, sehingga pasar modal harus dapat melindungi investor dari perlakuan yang tidak benar yang mungkin dilakukan oleh manajer, dewan komisaris, dewan direksi atau pemegang saham utama perusahaan. Pada praktiknya pemegang saham utama perusahaan memiliki kesempatan yang lebih banyak untuk memberikan pengaruhnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Dari praktik ini, sering terjadi transaksi yang memberikan manfaat hanya kepada pemegang saham utama atau bahkan untuk kepentingan direksi dan komisaris.

Dari kemungkinan terjadinya usaha-usaha yang dapat merugikan kepentingan investor, maka prinsip ini menyatakan bahwa untuk melindungi investor, perlu suatu informasi yang jelas mengenai hak dari pemegang saham. Prinsip ini terbagi atas 3 Sub prinsip utama.

- A. Pertama adalah mengenai kesamaan perlakuan antara pemegang saham dalam kelas saham yang sama. Di dalam prinsip ini terdapat 5 sub prinsip lagi, yaitu sebagai berikut:
1. Kemudahan dari investor untuk mendapatkan informasi mengenai hak yang melekat pada setiap seri dan kelas saham sebelum mereka membeli saham suatu perusahaan.
 2. Mengatur tentang perlindungan kepada pemegang saham minoritas dari tindakan yang merugikan yang dilakukan oleh atau atas nama pemegang saham utama. Salah satu bentuk perlindungan kepada pemegang saham minoritas sebenarnya adalah bagaimana direksi menjalankan perusahaan untuk kepentingan perusahaan bukan untuk kepentingan pemegang saham tertentu sehingga tidak ada perbedaan manfaat yang diperoleh antara pemegang saham.
 3. Tentang pihak yang boleh mewakili pemegang saham dalam RUPS. Sub prinsip ini juga menjelaskan bahwa bank *custodian* tidak secara otomatis menjadi wakil pemegang saham di RUPS. Bank *custodian* mempunyai tugas untuk menyediakan informasi mengenai agenda RUPS sehingga pemegang saham dapat menentukan suara mereka di RUPS.
 4. Mengeliminir hambatan pemberian suara oleh pemegang saham yang berdomisili di luar wilayah kedudukan emiten. Hambatan akan terjadi jika pemegang saham asing menyimpan saham mereka melalui suatu rantai perantara (*intermediaries*). Saham tersebut dicatat atas

nama nasabah dalam akun perusahaan sekuritas lalu akun perusahaan sekuritas tercatat pada lembaga penyelesaian dan penyimpanan. Jadi nama pemegang saham yang asli tidak langsung dapat diketahui. Ketika perusahaan akan meminta keputusan dari pemegang saham atas suatu transaksi tertentu, informasi yang seharusnya sampai sebelum keputusan diambil, penyampaiannya menjadi tidak tepat waktu. Akibatnya, adalah tidak cukupnya waktu dari pemegang saham untuk menganalisa guna memberikan masukan kepada perusahaan atas hal tersebut. Untuk mencegah ini, maka peraturan yang ada harus dapat memberikan kejelasan mengenai pihak yang dapat diberikan kewenangan oleh pemegang saham asing sebagai wakilnya sehingga tidak ada keterlambatan informasi oleh pemegang saham.

5. Mengatur proses dan prosedur RUPS yang harus memperhatikan perlakuan yang sama bagi seluruh pemegang saham, termasuk prosedur yang sederhana dan tidak mahal bagi pemegang saham untuk melakukan hak votingnya. Sub prinsip ini mengusulkan kepada emiten untuk dapat memudahkan pemegang saham untuk berpartisipasi dalam RUPS dan juga mengusulkan untuk dapat menggunakan fasilitas elektronik jika pemegang saham tidak dapat hadir dan juga tidak menunjuk wakilnya di RUPS.

B. Bagian kedua, dari sub prinsip 3 tentang larangan transaksi orang dalam (*insider trading*) dan perdagangan tutup sendiri

yang merugikan pihak lain (*abusive self dealing*). Banyak negara OECD sudah memiliki peraturan perundang-undangan berkenaan dengan larangan dua transaksi diatas. Yang masih menjadi masalah adalah penegakkan hukum yang belum efektif atas pelanggaran ketentuan yang ada. Oleh sebab itu, pemerintah diminta untuk memberikan perhatiannya terdapat penegakan hukum khususnya untuk transaksi di atas.

C. Bagian terakhir dari prinsip 3 adalah kewajiban komisaris, direksi dan manajemen kunci untuk mengungkapkan kepentingannya kepada dewan komisaris atau atas nama pihak ketiga memiliki kepentingan yang material dalam suatu transaksi atau suatu hal yang mempengaruhi perusahaan. Pengungkapan kepentingan para pihak di atas kepada dewan komisaris juga harus diikuti dengan ketidak-ikut sertaan para pihak didalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan transaksi yang memuat kepentingan mereka tersebut.

3.3.4. Prinsip IV: *Peranan Stakeholders dalam Corporate Governance*

Secara umum, prinsip ini menyatakan bahwa: “*Kerangka corporate governance harus mengakui hak stakeholders yang dicakup oleh perundang-undangan atau perjanjian (mutual agreements) dan mendukung secara aktif kerjasama antara perusahaan dan stakeholders dalam menciptakan kesejahteraan, lapangan pekerjaan, dan pertumbuhan yang bekesinambungan (sustainibilitas) dari kondisi keuangan perusahaan yang dapat diandalkan*”.

Secara lebih rinci prinsip yang terkait dengan Peranan Stakeholders dalam Corporate Governance (CG) terbagi atas 6

(enam) subprinsip antara lain:

- A. *"Hak-hak pemangku kepentingan (stakeholders) yang dicakup dalam perundang-undangan atau perjanjian (mutual agreements) harus dihormati"*
- B. *"Jika kepentingan stakeholder dilindungi oleh undang-undang, maka stakeholders seharusnya memiliki kesempatan untuk menuntut (redress) secara efektif atas hak-hak yang dilanggar"*.
- C. *"Mekanisme peningkatan kinerja bagi partisipasi karyawan harus diperkenankan untuk berkembang"*. Implementasi tingkat partisipasi karyawan dalam *corporate governance* sangat bervariasi, hal ini tergantung dari perundang-undangan dan praktik yang ada di suatu negara dan juga kebijakan perusahaan.
- D. *"Jika Pemangku Kepentingan (stakeholders) berpartisipasi dalam proses CG, maka stakeholder harus memiliki akses atas informasi yang relevan, memadai dan dapat diandalkan secara tepat waktu dan berkala"*.
- E. *"Stakeholders termasuk didalamnya individu karyawan dan serikat karyawan, seharusnya dapat secara bebas mengkomunikasikan kepedulian mereka terhadap praktik ilegal atau tidak etis kepada Dekom, dan tindakan tersebut seharusnya tidak mempengaruhi hak-hak mereka"*.
- F. *"Kerangka CG harus dilengkapi dengan kerangka insolvency yang efisien dan efektif serta penegakan hukum (enforcement) yang efektif atas hak-hak kreditur"*. Salah satu hak kreditur adalah mendapatkan perlindungan khususnya pada saat suatu perusahaan (debitur) mengalami

kesulitan keuangan yang berakibat kepada kemampuannya dalam memenuhi kewajiban keuangannya (*insolvensi*). Implementasi kerangka *insolvensi* perusahaan sangat bervariasi di beberapa negara. Prosedur *insolvensi* mewajibkan mekanisme rekonsiliasi antara kepentingan yang berbeda dari tiap kreditur. Solusi yang ditawarkan adalah hak khusus yang disebut dengan “*debtor in possession*” yaitu perlindungan atas kreditur yang menyediakan dana pada saat perusahaan menghadapi kebangkrutan.

3.3.5. Prinsip V: Keterbukaan dan Transparansi.

Prinsip ke-5 menegaskan bahwa keterbukaan informasi yang tepat waktu dan akurat dilakukan atas semua hal material yang berkaitan dengan perusahaan. Untuk perlindungan kepada pemegang saham, perusahaan wajib melakukan keterbukaan (*disclosure*) atas informasi atau perkembangan yang material baik secara periodik maupun secara insidental. Informasi material merupakan informasi yang apabila tidak disajikan informasi tersebut akan dapat mempengaruhi keputusan ekonomis bagi pengguna informasi. Prinsip 5 ini terbagi atas 6 sub prinsip, yaitu:

A. Keterbukaan harus meliputi, informasi material atas:

1. *Keuangan dan hasil operasi perusahaan* Laporan Keuangan *audited* lengkap yang menunjukkan kinerja keuangan dan kondisi keuangan dari suatu perusahaan adalah sumber informasi utama mengenai perusahaan tersebut. Di samping itu, transaksi yang melibatkan hubungan istimewa penting untuk diungkapkan,

sejalan dengan standar internasional yang berkualitas tinggi. Pengungkapan tersebut mencakup pula informasi yang terkait dengan kewajiban kontinjen, dan transaksi *off-balance sheet*.

2. *Tujuan Perusahaan*, sebagai informasi tambahan atas tujuan komersial, perusahaan didorong mengungkapkan kebijakan yang berhubungan dengan etika bisnis, lingkungan hidup, dan komitmen kebijakan publik lainnya.
3. *Kepemilikan saham mayoritas dan hak suara*. Salah satu hak mendasar dari investor adalah hak untuk memperoleh informasi tentang struktur kepemilikan saham dalam perusahaan, dan sejauh mana pemenuhan hak-hak mereka jika dihadapkan dengan hak dari pemegang saham lainnya.
4. *Kebijakan remunerasi untuk dewan komisaris dan direksi, dan informasi tentang anggota dewan komisaris, termasuk kualifikasi, proses seleksi, rangkap jabatan dan independensinya*. Sehingga investor dapat menilai pengalaman dan kualifikasi mereka, serta untuk mengukur adanya potensi benturan kepentingan yang mungkin mempengaruhi keputusan mereka. Pengungkapan secara individual (termasuk cadangan pemberhentian dan pensiun) semakin dianggap sebagai praktek bisnis yang baik dan sekarang menjadi *mandatory* di banyak negara.
5. *Transaksi dengan pihak terkait (afiliasi)*. Emiten dituntut untuk mengungkapkan secara penuh tentang transaksi yang dilakukan dengan pihak afiliasi,

termasuk apakah transaksi tersebut telah dilaksanakan secara bebas (*arm lenght transaction*) dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum di pasar. Pengungkapan juga mencakup sifat hubungan afiliasi dimana pengendalian berada dan sifat serta jumlah transaksi dengan pihak terafiliasi, dengan pengelompokan yang memadai.

6. *Faktor-faktor risiko yang dapat diperkirakan.* Seperti, risiko yang terkait dengan industri atau wilayah geografis tempat perusahaan beroperasi, risiko ketergantungan terhadap bahan baku, risiko keuangan dan pasar termasuk tingkat bunga atau nilai tukar, risiko terkait dengan transaksi derivatif dan *transaksi off-balance sheet*, serta risiko yang berhubungan dengan tanggung jawab terhadap lingkungan. Keterbukaan atas risiko adalah paling efektif ketika dirancang untuk industri tertentu. Pengungkapan mengenai sistem pengawasan dan pengelolaan risiko semakin dianggap sebagai praktek yang baik.
7. *Hal-hal penting berkaitan dengan karyawan dan para pemangku kepentingan (stakeholder) lainnya.* Informasi tersebut mencakup hubungan dengan manajemen atau pemegang saham, hubungan dengan para pemangku kepentingan lainnya seperti kreditur, pemasok, dan masyarakat setempat.
8. *Struktur dan Kebijakan tata kelola khususnya berkaitan dengan isi dari pedoman atau kebijakan tata kelola perusahaan dan penerapannya.* Perusahaan harus melaporkan praktek tata kelola

perusahaannya, bahkan di sejumlah negara pengungkapan tersebut telah diwajibkan sebagai bagian dari pelaporan berkala.

- B. Informasi harus disajikan dan diungkapkan sesuai dengan standar akuntansi yang berkualitas tinggi dan keterbukaan keuangan dan nonkeuangan. Dengan tersedianya pelaporan berkualitas tinggi, yang semakin tinggi tingkat reliabilitas dan komparabilitasnya, maka akan dapat meningkatkan kemampuan investor dalam memonitor perusahaan dan memperbaiki pandangan tentang kinerja perusahaan, Prinsip ini mendukung pengembangan standar yang diakui secara internasional berkualitas tinggi, yang akan meningkatkan transparansi dan tingkat komparabilitas dari laporan keuangan dan pelaporan lainnya antar masing-masing negara.
- C. Audit tahunan harus dilakukan oleh auditor yang independen, kompeten dan memenuhi kualifikasi, guna menyediakan jaminan/ kepastian eksternal dan objective kepada pengurus dan pemegang saham bahwa laporan keuangan perusahaan menyajikan secara wajar dalam semua hal yang material, posisi keuangan dan kinerja perusahaan.
- D. Auditor eksternal harus bertanggung jawab kepada pemegang saham dan melaksanakan tugasnya terhadap perusahaan dengan menjaga/secara profesional selama melakukan audit
- E. Media penyebaran informasi harus memberikan akses informasi yang relevan bagi pengguna secara sama (equal),

tepat waktu dan biaya yang efisien.

- F. Kerangka *corporate governance* harus mengarah dan mendorong terciptanya ketentuan mengenai analisa atau saran dari analis, pedagang perantara efek, pemeringkat dan pihak lainnya yang relevan dengan keputusan investor, tidak mengandung benturan kepentingan yang material yang mungkin mempengaruhi integritas analisa atau saran yang diberikan.

3.3.6. Prinsip VI: Tanggung Jawab Dewan Komisaris dan Direksi

Prinsip GCG dari OECD yang terakhir menyatakan bahwa kerangka kerja tata kelola perusahaan harus memastikan pedoman strategis perusahaan, monitoring yang efektif terhadap manajemen oleh dewan, serta akuntabilitas dewan terhadap perusahaan dan pemegang saham. Prinsip ini dapat diterapkan pada kedua macam struktur pengawasan dan pengelolaan perusahaan yang ada pada negara anggota OECD, yaitu *two tier boards* (memisahkan fungsi dewan komisaris sebagai pengawas/*non-executive director* dan dewan direksi sebagai pengurus perusahaan/*executive director* dan *unitary board* (menyatukan antara pengawas dan pengurus perusahaan dalam satu dewan).

Menurut prinsip ini, tanggung jawab dewan yang utama adalah memonitor kinerja manajerial dan mencapai tingkat imbal balik (*return*) yang memadai bagi pemegang saham. Di lain pihak, dewan juga harus mencegah timbulnya benturan kepentingan dan menyeimbangkan berbagai kepentingan di perusahaan. Dewan perlu memiliki akuntabilitas terhadap

perusahaan dan pemegang saham serta bertindak yang terbaik untuk kepentingan mereka. Dewan juga diharapkan bertindak secara adil kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, seperti kepada karyawan, kreditur, pelanggan, pemasok dan masyarakat sekitar perusahaan.

Dalam prinsip keenam ini tanggung jawab dewan dapat diuraikan menjadi enam sub prinsip, sebagai berikut:

- A. Anggota dewan harus bertindak berdasarkan informasi yang jelas, dengan itikad yang baik, berdasarkan *due diligence* dan kehati-hatian, serta demi kepentingan perusahaan dan pemegang saham. Sub prinsip ini menyatakan dua elemen penting dari tanggung jawab pengelolaan (*fiduciary duty*) dewan, yaitu kewajiban kehati-hatian (*duty of care*) dan kewajiban kesetiaan (*duty of loyalty*). Dalam kewajiban kehati-hatian, dewan diharapkan bertindak berdasarkan informasi yang cukup, dengan itikad baik dengan seksama (*due diligent*) dan hati-hati. Kewajiban kesetiaan sangat berpengaruh terhadap efektifitas penerapan prinsip-prinsip GCG yang lain. Sebagai contoh: pelayanan yang sama kepada semua pemegang saham, pengawasan terhadap transaksi kepada pihak terafiliasi, dan penyusunan kebijakan remunerasi bagi dewan dan manajemen perusahaan.
- B. Apabila keputusan dewan dapat mempengaruhi suatu kelompok pemegang saham secara berbeda dengan kelompok pemegang saham lain, maka dewan harus memperlakukan seluruh pemegang saham secara adil.
- C. Dewan harus menerapkan standar etika yang tinggi dan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan.

Standar etika yang tinggi merupakan kepentingan jangka panjang perusahaan agar memperoleh kredibilitas dan kepercayaan tidak hanya dalam kegiatan sehari-hari tapi juga terhadap komitmen-komitmen jangka panjang yang dibuat perusahaan. Dalam hal ini terdapat beberapa perusahaan yang telah menerapkan *OECD Guidelines for Multinational Enterprises* yang mencerminkan ke empat prinsip yang terkandung dalam *ILO Declaration on Fundamental Labour Rights*.

D. Fungsi-fungsi utama yang harus dimiliki oleh suatu dewan adalah sebagai berikut:

- 1) Menelaah dan mengarahkan strategi perusahaan, rencana utama, kebijakan mengenai resiko, anggaran tahunan, dan rencana usaha, menetapkan sasaran kinerja, memonitor penerapan dan kinerja perusahaan serta memantau belanja modal yang besar, akuisisi dan divestasi.
- 2) Memonitor efektifitas praktik tata kelola perusahaan serta membuat perubahan-perubahan yang diperlukan.
- 3) Menyeleksi, memberikan kompensasi, memonitor serta bila perlu mengganti pejabat eksekutif serta mengawasi perencanaan penggantian pejabat.
- 4) Menyesuaikan remunerasi eksekutif kunci dan dewan dengan kepentingan jangka panjang dari perusahaan dan pemegang saham.
- 5) Memastikan proses nominasi dan pemilihan dewan secara transparan dan formal.
- 6) Memonitor dan mengelola potensi benturan kepentingan dari manajemen, anggota Dewan serta

pemegang saham, termasuk penyalahgunaan aset perusahaan dan penyelewengan dalam transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

- 7) Memastikan integritas sistem pelaporan akuntansi dan keuangan perusahaan, termasuk audit independen, serta memastikan bahwa sistem pengendalian yang tepat telah diterapkan, khususnya mengenai sistem manajemen resiko, pengendalian keuangan dan operasional, serta kesesuaian dengan peraturan perundangan serta standard-standard yang berlaku.
- 8) Mengawasi proses keterbukaan dan komunikasi.

E. Dewan harus dapat melaksanakan penilaian yang obyektif dan independen dalam melakukan pengurusan perusahaan, agar dewan dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Dalam mewujudkan prinsip tersebut, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Dewan komisaris harus mempertimbangkan untuk menugaskan anggota dewan komisaris dalam jumlah yang cukup yang mampu melakukan penilaian yang independen untuk tugas-tugas dimana terdapat potensi benturan kepentingan. Contoh dari tanggungjawab utama tersebut adalah memastikan integritas laporan keuangan dan non keuangan, penelaahan transaksi dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, nominasi anggota dewan dan eksekutif kunci, serta dewan remunerasi.
- 2) Apabila komite-komite di bawah dewan komisaris telah

terbentuk,

mandat, komposisi dan prosedur kerja mereka harus ditentukan dengan baik dan diungkapkan oleh Dewan.

- 3) Anggota dewan harus dapat mengikatkan diri mereka secara efektif kepada tanggung jawab mereka.

F. Dalam rangka memenuhi tanggung jawabnya, anggota dewan komisaris harus memiliki akses terhadap informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh secara akurat, relevan dan tepat waktu dibutuhkan dalam mendukung tugas pembuatan keputusan-keputusan bagi perusahaan. Anggota dewan komisaris pada umumnya tidak memiliki akses yang sama sebagaimana yang dimiliki manajemen perusahaan terhadap informasi mengenai kondisi perusahaan. Untuk itu, peran dewan pengawas ini dapat ditingkatkan dengan menyediakan akses kepada manajer kunci tertentu seperti sekretaris perusahaan dan internal auditor ataupun mempekerjakan penasihat independen dari luar perusahaan.

3.4. Hubungan GCG, dengan Kinerja Keuangan.

Survey yang dilakukan oleh McKinsey & Co pada tahun 2000 dalam Syakroza (2005) mengisyaratkan bahwa para investor bersedia memberikan premium terhadap harga saham perusahaan yang telah menerapkan *governance*, namun hasil nyata seperti kenaikan harga saham belum dapat dibuktikan. Selanjutnya OECD (1999) menyatakan manfaat diimplementasikan GCG adalah mampu meningkatkan kinerja perusahaan serta mampu mengurangi konflik kepentingan

dalam perusahaan (*reduced conflict of interest*). Penerapan GCG dipercaya dapat meningkatkan kinerja atau nilai perusahaan karena berbagai hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa GCG berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sebagai contoh, Dey Report (1994) mengemukakan bahwa *corporate governance* yang efektif dalam jangka panjang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menguntungkan pemegang saham. Peningkatan kinerja perusahaan tersebut tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham namun juga untuk kepentingan publik secara umum.

Penelitian Black, Jang and Kim (2003) memberikan bukti empiris bahwa GCG merupakan faktor penting yang menjelaskan nilai pasar dari perusahaan publik di Korea Selatan. Berdasar Index Corporate Governance dari 561 perusahaan di pasar modal Korea, ditemukan adanya korelasi positif yang kuat antara semua komponen index GCG dengan nilai perusahaan. Komponen index GCG terdiri dari 5 indikator yaitu : Shareholder right, Board of Directors in general, Outside Directors, Audit Committee and Internal Audit, Disclosure to Investors dan Ownrrship Parity. Sedangkan nilai perusahaan tercermin kedalam 3 instrumen, yaitu Tobin Q, Market/Book dan Market/sales. Black Jang and Kim (2003) berargumen bahwa perusahaan yang dikelola dengan lebih baik akan dapat lebih menguntungkan sehingga dapat dividen yang lebih tinggi. Disamping itu, investor menilai *earnings* atau arus dividen yang sama dengan lebih tinggi untuk perusahaan yang menerapkan *corporate governance* yang lebih baik.

Bellalah (2004) meneliti mengenai *corporate governance*, investasi dan penciptaan nilai serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan pada beberapa perusahaan di Eropa. Hasil yang diperoleh memberikan bukti bahwa manajemen pengelolaan dan ketrampilan pengelolaan yang baik akan menghasilkan jumlah investasi yang lebih besar, kinerja yang lebih baik dan penciptaan nilai didalam perusahaan.

Sementara itu KNKCG (2001) di Indonesia, juga mengemukakan bahwa pedoman GCG yang mereka susun antara lain bertujuan untuk “memaksimalkan nilai perseroan dan nilai perseroan bagi pemegang saham dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas,” (butir 1) serta untuk “mendorong pengelolaan perseoran secara profesional, transparan, efisien,” (butir 2).

Dengan menggunakan model regresi, Darmawati dkk. (2004) melakukan penelitian yang mengambil sampel di pasar modal Indonesia (BEJ) menemukan adanya pengaruh antara *corporate governance* dan kinerja operasi perusahaan namun variabel *corporate governance* belum mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan. Hal ini mungkin dikarenakan respon pasar terhadap implementasi *corporate governance* tidak bias secara langsung (*immediate*) akan tetapi membutuhkan waktu. Penelitian ini memberikan tambahan bukti penelitian Gompers dkk. (2003) yang menemukan hubungan positif antara indeks *corporate governance* dengan kinerja perusahaan jangka panjang.

Dengan demikian, manfaat penerapan GCG akan membawa perusahaan menjadi lebih efisien dan mampu memberikan pelayanan atau perbaikan pola kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Selanjutnya manfaat perwujudan GCG menurut Mas Akhmad Daniri (2005,14) juga dapat :

- 1) Mengurangi *agency cost*, yaitu suatu biaya yang harus ditanggung pemegang saham sebagai akibat pendelegasian wewenang kepada pihak manajemen. Biaya-biaya ini dapat berupa kerugian yang diderita perusahaan sebagai akibat penyalahgunaan wewenang (*wrong-doing*), ataupun berupa biaya pengawasan yang timbul untuk mencegah terjadinya hal tersebut.
- 2) Mengurangi biaya modal (*cost of capital*), yaitu sebagai dampak dari pengelolaan perusahaan yang baik tadi menyebabkan tingkat bunga atas dana atau sumber daya yang dipinjam oleh perusahaan semakin kecil seiring dengan turunnya tingkat risiko perusahaan.
- 3) Meningkatkan nilai saham perusahaan sekaligus dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik dalam jangka panjang.
- 4) Menciptakan dukungan para *stakeholder* dalam lingkungan perusahaan tersebut terhadap keberadaan perusahaan dan berbagai strategi dan kebijakan yang ditempuh perusahaan, karena umumnya mereka mendapat jaminan bahwa mereka juga mendapat manfaat maksimal dari segala

tindakan dan operasi perusahaan dalam menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan.

BAB IV

Hubungan GCG & CSR

Dari uraian bab sebelumnya, ada 4 hal prinsip yang terkandung dalam *corporate governance* yaitu, *fairness*, *transparency*, *accountability* dan *responsibility* (Daniri,2005). Prinsip pertama, kewajaran (*fairness*) dalam hubungan dengan semua pemegang saham dan kewajaran dalam bertransaksi dengan rekanan. Kedua, transparansi (*transparency*) mengenai keuangan dan operasional perusahaan terhadap pemegang saham dan pemerintah. Ketiga, akuntabilitas (*accountability*) dalam hubungan pertanggungjawaban dewan komisaris dan dewan direksi pada perusahaan. Keempat, pertanggung jawaban perusahaan (*responsibility*) dalam melaksanakan peraturan perundang-undangan. Maksudnya tanggung jawab bisnis terhadap perijinan dan peraturan, karyawan, tanggung jawab sosial, tanggungjawab terhadap lingkungan, masyarakat sekitar serta tanggung jawab etika dan moral. Secara ideal tanggung jawab perusahaan harus menjadi bagian dari filosofi perusahaan.

Ada perbedaan yang cukup mendasar antara prinsip *responsibility* dan tiga prinsip GCG lainnya. Tiga prinsip GCG pertama lebih memberikan penekanan terhadap kepentingan pemegang saham perusahaan (*shareholders*) sehingga ketiga prinsip tersebut lebih mencerminkan *shareholders-driven concept*. Contohnya, perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas (*fairness*), penyajian laporan keuangan yang

akurat dan tepat waktu (*transparency*), serta fungsi & kewenangan RUPS, komisaris, direksi (*accountability*).

CSR dalam prinsip GCG tersebut terkandung dalam unsur pertanggung jawaban (*responsibility*). Dalam prinsip *responsibility*, penekanan yang signifikan diberikan pada kepentingan *stakeholders* perusahaan. Disini perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan *stakeholders* perusahaan, menciptakan nilai tambah (*value added*) dari produk dan jasa bagi *stakeholders* perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya. Karena itu, prinsip *responsibility* di sini lebih mencerminkan *stakeholders-driven concept*. Dengan demikian salah satu implementasi GCG di perusahaan adalah penerapan CSR. Keduanya sama penting dan tidak terpisahkan. Jadi CSR dalam prinsip *good corporate government* (GCG) ibarat dua sisi mata uang (Bhimani & Soonawalla, 2005).

Umumnya para ahli ekonomi klasik dan neoklasik menyatakan bahwa perusahaan bisnis tidak memiliki tanggung jawab selain dari pada memaksimumkan laba untuk pemegang saham dan manajemen perusahaan. Jadi bisnis harus mengutamakan kinerja ekonomi.(Steiner & Steiner, 2006). Namun untuk masa sekarang, prinsip tersebut akan mendapat perdebatan sengit dari berbagai *stakeholders*. Level yang dominan dan banyaknya power perusahaan yang terkonsentrasi serta adanya perusahaan multinasional, mengarahkan kepada pandangan bahwa perusahaan bisnis seharusnya diminta memberikan pertanggung jawaban untuk beragam *stakeholder* nya. (Maghrabi, 2006). Jadi untuk dapat meningkatkan kinerja

dan nilai perusahaan, seharusnya suatu perusahaan tidak hanya memperhatikan sisi GCG dan melupakan aspek CSR. Karena kedua aspek tersebut bukan suatu pilihan yang terpisah, melainkan berjalan beriringan untuk meningkatkan keberlanjutan operasional perusahaan.(Shahin A & M Zairi; 2007).

Jamali et al (2008) telah mengeksplorasi hubungan antara *corporate governance* dan CSR. Dengan melakukan penelitian kualitatif dan menginterview para top manajer di Libanon, Jamali et al menyimpulkan bahwa mayoritas top manajer menyatakan bahwa *corporate governance* sebagai pilar utama untuk melakukan CSR yang berkesinambungan. Penemuan ini berimplikasi penting bahwa *corporate governance* di negara berkembang diawali dengan keseimbangan berbagai pihak yang peduli terhadap CSR sehingga berkembang menjadi apresiasi yang saling terkait dan kebutuhan untuk bergerak kepada *corporate governance* yang sesuai dengan aktivitas CSR yang suka rela.

Haniffa et al (2005) telah mengkaji pengaruh GCG terhadap pelaporan CSR di pasar modal Malaysia. Kajian tersebut menyimpulkan bahwa peran direktur non eksekutif terbatas terhadap kebijakan pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan oleh karena adanya keterbatasan pengalaman dan pengetahuan para direktur non eksekutif. Tapi, direktur eksekutif (*chairman of the board*) berpengaruh besar dibandingkan direktur yang lain. Pengaruh ini juga termasuk seberapa banyak informasi yang harus diungkapkan oleh

perusahaan. Karena pengungkapan CSR masih bersifat sukarela, sehingga kemauan perusahaan mengungkapkan suatu informasi dipengaruhi juga oleh perusahaan lain. Direktur yang memiliki jabatan yang sama di perusahaan lain (*multiple directorship*) akan berpengaruh terhadap jumlah informasi CSR yang diungkapkan oleh suatu perusahaan. Kajian Haniffa menemukan bahwa *multiple directorship* berkorelasi positif dengan pengungkapan CSR. Hal ini berkaitan dengan reputasi dan strategi manajemen untuk legitimasi (DiMaggio and Powell, 1983 dalam Haniffa et al, 2005; 398-400).

4.1. Teori Dasar Hubungan CSR & GCG

Teori yang mendasarkan implementasi GCG dan CSR adalah teori entitas. Teori entitas menyatakan bahwa perusahaan dipandang sebagai unit yang terpisah dari pemiliknya, dan memiliki umur yang tak terbatas sehingga perusahaan perlu meningkatkan kesejahteraan pemiliknya dengan tidak mengabaikan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan perusahaan tersebut.

Sedangkan teori pendukung dalam penjabaran GCG dan CSR adalah teori pemangku kepentingan (*stakeholders theory*) dan *legitimacy theory*. Teori pertama, *stakeholders theory* dikemukakan oleh Freeman (1984) dalam Syakroza (2005) yang memandang perusahaan sebagai organ (*locus*) yang berhubungan dengan berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) lainnya yang berada baik di dalam maupun di luar perusahaan. Jadi teori ini mengatakan bahwa keberadaan

perusahaan tidak hanya untuk memaksimumkan kekayaan pemilik perusahaan/pemegang saham, namun juga untuk melayani kepentingan *stakeholders* perusahaan tersebut (konsep *maximizing stakeholder value*). Manajer dalam mengambil keputusan akan melihat dampaknya ke *stakeholders* dan berusaha memaksimumkan manfaat dan meminimumkan kerugian dari tiap *stakeholders* sehingga tercapai keseimbangan antara kepentingan berbagai pihak (Marcoux, 2000; Freeman & Philips, 2002). Robins, (2005) menyatakan bahwa teori *stakeholders* ini terkait dengan pandangan Freeman (1984) mengenai tanggung jawab perusahaan.

Teori yang kedua adalah *legitimacy theory*. Guthrie dan Parker (1989) dalam Tsang, (1998), perusahaan beroperasi dalam sebuah lingkungan sosial melalui kontrak sosial dimana terdapat kesepakatan untuk memberikan berbagai tindakan sosial yang sesuai agar ia dapat melakukan tujuan-tujuannya. Jadi kegiatan sosial perusahaan dapat menjadi salah satu sarana untuk mendapatkan legitimasi di masyarakat.

Dilihat phenomena secara global, dewasa ini terjadi beberapa pergeseran konsep orientasi perusahaan dari pemegang saham menjadi *stakeholders*. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga para *stakeholder* lainnya. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Namun perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap

kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik secara langsung. Perubahan paradigma ini memunculkan beberapa konsep pemikiran baru, diantaranya adalah konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Tujuan diterapkannya tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate governance/GCG*) adalah melindungi semua *stakeholders*. *Corporate governance* merupakan proses dan struktur yang digunakan guna mengarahkan dan mengelola perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan bisnis dan akuntabilitas korporat dengan tujuan akhir mewujudkan nilai-nilai jangka panjang pemegang saham sambil memperhitungkan kepentingan *stakeholders* lain. Sejak tahun 2000, BAPEPAM dan pihak lain, secara aktif mendorong penerapan prinsip *GCG* kepada semua pelaku pasar. Diharapkan dengan diterapkannya secara efisien prinsip *GCG* tersebut, maka tujuan *GCG* tercapai, *sustainability* perusahaan terwujud. Ada empat prinsip *GCG* yang harus dipatuhi oleh emiten yakni *fairness*, *tranparance*, *accountability* dan *responsibility*. Salah satu tujuan penerapan prinsip *GCG* adalah untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan sebagai entitas bisnis kepada *stakeholder* dan melindungi pemegang saham minoritas dari perlakuan yang tidak adil.

Dalam rangka pemenuhan *responsibility* kepada *stakeholders*, maka perusahaan harus meningkatkan aktivitas yang berkaitan dengan program tanggung jawab sosialnya.

Karena perusahaan merupakan kumpulan berbagai kontrak dimana hasil yang dicapai perusahaan menyangkut keterlibatan berbagai pihak, seperti karyawan, pelanggan, masyarakat dan lingkungan. Jadi wajarlah, jika perusahaan sukses maka para *stakeholder* juga dapat menikmatinya.

Beberapa penelitian tentang CSR diberbagai negara memberikan hasil yang beragam. Orlitzky et al (2003) dengan menggunakan analisis meta telah membuktikan bahwa kinerja sosial perusahaan dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Mereka menyimpulkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut bersifat resiprokal dan simultan. Sedangkan penelitian empiris yang dilakukan di Indonesia tentang CSR relatif masih sedikit. Diantaranya hanya mengkaji tentang kandungan informasi jika perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR nya. Penelitian Sayekti & Wondabio (2006) menggunakan sampel perusahaan yang *listing* di BEJ dan mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian yang dilakukan di BEJ oleh Suratno et al, (2005) membuktikan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekonomi. Penelitian CSR di Indonesia secara umum menggunakan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

BAB V

IMPLEMENTASI CSR DI INDONESIA

Banyak perusahaan di Indonesia telah mengimplementasikan CSR dalam kegiatan bisnisnya. PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Astra Internastioanl Tbk, MedcoEnergi, PT Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills contoh dari banyak perusahaan yang telah menerapkan CSR secara konsisten. Sejumlah program CSR dari PT Unilver Indonesia Tbk telah menjadi bagian dari kegiatan bisnisnya. Secara garis besar, terdapat empat kelompok program CSR di PT Unilever Indonesia Tbk, yakni, pengembangan usaha kecil menengah (UKM), pelestarian sumber air, program daur ulang dan program pendidikan kesehatan masyarakat. (www.unilever.co.id).

MedcoEnergi menyadari bahwa aktivitas usaha dan operasional perusahaan tidak hanya ditujukan demi menciptakan nilai bagi pemegang saham, namun juga harus mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Melalui berbagai program dan kegiatan sosial kemasyarakatan di bawah payung CSR, MedcoEnergi senantiasa berupaya menumbuhkan kerja sama dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat, terutama di sekitar lokasi operasional perusahaan. PT Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang

industri penggilingan gandum dan salah satu produsen tepung terigu terbesar di dunia. Dalam pelaksanaan CSR, Bogasari mengadopsi 5 prinsip yang disebut sebagai falsafah Panca Bhakti Bogasari, yaitu:

1. Membangun sumberdaya manusia
2. Memelihara lingkungan hidup
3. Mendorong pengelolaan perusahaan yang bersih dan sehat.
4. Membangun kohesi atau solidaritas sosial
5. Memperkuat ekonomi masyarakat.

Program CSR ini diharapkan dapat menumbuhkan kemitraan dan kepercayaan masyarakat yang akan dapat memberikan manfaat ekonomi perusahaan serta dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Selain dikelola langsung, CSR ada yang dikelola yayasan. Salah satunya, PT Astra International Tbk, membentuk Yayasan Dharma Bhakti Astra (YDBA) pada 1980 dan Yayasan Toyota Astra (YTA) yang dibentuk pada 1974. Pendirian YDBA dimaksudkan sebagai perwujudan dari komitmen dan kesertaan Astra dalam program perkuatan UKM. Dalam melaksanakan "Program Kemitraan Astra", YDBA bersama perusahaan-perusahaan di jajaran Grup Astra menyelenggarakan bimbingan, pendidikan dan pelatihan di bidang proses/teknik produksi, pemasaran, manajemen, dan keuangan. Sedangkan tujuan pendirian YTA adalah untuk mendukung usaha pemerintah dalam mengembangkan pendidikan dan kaum intelektual dalam rangka kemajuan

generasi mendatang. Menjaga keseimbangan antara *people*, *planet* dan *profit* harus dilakukan jika perusahaan ingin tetap bertahan. (www.astra.co.id).

Dalam lingkungan perusahaan milik negara, CSR dikenal dengan istilah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), dana yang disalurkan untuk PKBL ini bisa mencapai 4% dari laba. Seperti PT Telkom Tbk, kegiatan CSR nya cukup beragam dengan jangkauan seluruh Indonesia. Salah satu kegiatan CSR dari PT Telkom Tbk dikelola oleh unit Telkom Community Development Center (Telkom CDC) yang berdiri secara resmi sejak 2001. Melalui CDC, PT Telkom Tbk mengelola program PKBL yang tersebar di seluruh Nusantara. Kegiatan CSR Telkom yang cukup menonjol adalah di bidang pendidikan. Melalui PKBL, PT Telkom Tbk melakukan kegiatan yang berfokus pada bidang pendidikan dengan program *Internet Go to School*, menangani yayasan-yayasan pendidikan, melakukan pelatihan teknologi dan komunikasi untuk para guru (selama tahun 2006 melatih 500 guru). Bagi PT Telkom Tbk, CSR sudah merupakan *corporate strategy*, jika masyarakat tidak berkembang maka perusahaan juga akan sulit berkembang. (www.telkom.co.id).

Walaupun telah banyak pengaturan dan telah ada perusahaan yang mengimplementasikan CSR di Indonesia, namun jika dibandingkan dengan jumlah perusahaan yang ada, kegiatan tersebut sangat belum mencukupi. Dari hasil analisis pelaporan CSR di Indonesia diperoleh data sebagai berikut (Darwin,2006):

- Pada tahun 2005 dari 331 perusahaan yang terdaftar di BEJ hanya satu yang melaporkan kegiatan CSR nya melalui *sustainability report*. yaitu PT Astra International Tbk.
- Dalam tahun 2006 ada empat perusahaan yang terdaftar di BEJ mempublikasikan CSR melalui *sustainability report*. Namun ditahun ini pengungkapan pada masalah sosial dan lingkungan telah dimasukkan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEJ.
- Untuk tahun 2007, dari 339 perusahaan yang terdaftar di BEI yang membuat *sustainability report* hanya 12 perusahaan.

Sedangkan dari hasil PROPER yang dilakukan Kementrian Lingkungan Hidup (KLH) tahun 2002 ada 85 perusahaan yang ikut dan hanya 15 perusahaan yang terdaftar di BEJ yang berpartisipasi. Pada 2003 meningkat menjadi 256 peserta dan 26 diantaranya perusahaan yang terdaftar di BEJ. Pada 2004 terjadi kenaikan lagi menjadi 466 perusahaan berpartisipasi, diantaranya 30 perusahaan yang terdaftar di BEJ. Dari 3 tahun berurutan KLH melakukan PROPER jumlah perusahaan yang terdaftar di BEJ hanya 71 perusahaan.

BAB VI
PENUTUP

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran	1	Penilaian PROPER
Lampiran	2	Pedoman GRI
Lampiran	3	Sustainability, a guide to triplebottom line (TBL) reporting.

Lampiran 1. Penilaian PROPER

Pendahuluan

Penilaian Peringkat Kinerja Penaatan dalam Pengelolaan Lingkungan mulai dikembangkan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup, sebagai salah satu alternatif instrumen penaatan sejak tahun 1995. Program ini pada awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Alternatif instrumen penaatan ini dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penaatan masing-masing perusahaan kepada stakeholder pada skala nasional.

Efektifitas PROPER sebagai salah satu instrumen penaatan dapat dilihat dari hasil pelaksanaan PROPER PROKASIH pada tahun 1995 – 1997, dimana PROPER PROKASIH mampu meningkatkan tingkat penaatan perusahaan sebesar 9,4 % dari 213 perusahaan yang telah dinilai peringkatnya selama periode Desember 1995 – Maret 1997.

Namun hasil kinerja PROPER PROKASIH belum mencerminkan pengelolaan lingkungan secara menyeluruh,

dimana kinerja lingkungan yang ada hanya mencerminkan kinerja pengendalian pencemaran air. Untuk mendapatkan gambaran kinerja penaatan pengelolaan lingkungan yang komprehensif maka penilaian kinerja perlu diarahkan kepada kinerja pengelolaan lingkungan yang meliputi : air limbah, emisi udara, dan pengelolaan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3).

PROPER telah menjadi contoh instrumen insentif dan disinsentif reputasi atau citra perusahaan untuk meningkatkan penaatan perusahaan di berbagai negara, antara lain : Filipina, Mexico, dan Kolombia.

Pada tahun 1996, PROPER telah mendapatkan penghargaan **Zero Emission Award** dari UN University Tokyo sebagai program inovatif dalam pengelolaan lingkungan. Sementara itu, para peneliti dari World Bank menyebutkan PROPER sebagai salah satu **Landmark Initiative** dalam pengelolaan lingkungan.*)

Diharapkan para stakeholder dapat menyikapi secara aktif informasi tingkat penaatan ini, dan mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Dengan demikian, dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminimalisasi. Dengan kata lain, PROPER merupakan Public Disclosure Program for Environmental Compliance.

PROPER bukan pengganti instrumen penaatan konvensional yang ada, seperti penegakan hukum lingkungan perdata maupun pidana. Program ini merupakan komplementer dan

bersinergi dengan instrumen penataan lainnya. Dengan demikian upaya peningkatan kualitas lingkungan dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dan efektif.

*) Wheeler, D., and Afsah, S. 1996. *Going public on polluters in Indonesia: Bapedal's PROPER PROKASIH Program*. Washington DC: International Executive Reports.

1. LATAR BELAKANG

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang disingkat PROPER merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. Adapun dasar hukum pelaksanaan PROPER dituangkan dalam Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup [No : 127 Tahun 2002](#) tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER).

Prinsip dasar dari pelaksanaan PROPER adalah mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui instrumen insentif reputasi/citra bagi perusahaan yang mempunyai kinerja pengelolaan lingkungan yang baik dan instrumen disinsentif reputasi/citra bagi perusahaan yang mempunyai kinerja pengelolaan lingkungan yang buruk. Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam 5 (lima) peringkat warna yang mencerminkan kinerja pengelolaan lingkungan secara keseluruhan, yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam.

Perusahaan berperingkat merah dan hitam merupakan perusahaan yang belum taat, perusahaan berperingkat biru adalah perusahaan yang taat, sedangkan perusahaan hijau dan emas adalah perusahaan yang pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan. Dengan demikian untuk perusahaan berperingkat emas, hijau, dan biru mendapatkan insentif reputasi, sedangkan perusahaan yang berperingkat merah dan hitam mendapatkan disinsentif reputasi. Pelaksanaan PROPER merupakan salah satu bentuk perwujudan transparansi dan pelibatan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia, dengan kata lain PROPER juga merupakan perwujudan dari demokratisasi dalam pengendalian dampak lingkungan.

PROPER memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk berperan secara aktif dalam pengendalian dampak lingkungan. Sebagaimana layaknya proses demokratisasi, peranan masyarakat dan individu secara aktif dituntut baik sebagai individu maupun secara berkelompok. Agar informasi yang dikeluarkan oleh PROPER *legitimate* dimata masyarakat maka pelaksanaan PROPER menerapkan prinsip-prinsip *Good Environmental Governance* (GEG), antara lain transparansi, *fairness*, partisipasi multi stakeholder dan akuntabel.

2. TUJUAN DAN SASARAN PROPER

TUJUAN

- a. Mendorong terwujudnya pembangunan berkelanjutan;
- b. Meningkatkan komitmen para *stakeholder* dalam upaya

- pelestarian lingkungan;
- c. Meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan;
- d. Meningkatkan kesadaran para pelaku usaha/kegiatan untuk menaati peraturan perundang-undangan di bidang lingkungan;
- e. Meningkatkan penataan dalam pengendalian dampak lingkungan melalui peran aktif masyarakat;
- f. Mengurangi dampak negatif kegiatan perusahaan terhadap lingkungan

SASARAN

- a. Mendorong perusahaan untuk menaati peraturan perundang-undangan melalui instrumen insentif dan disinsentif reputasi;
- b. Mendorong perusahaan yang sudah baik kinerja lingkungannya untuk menerapkan produksi bersih (*cleaner production*).

Pada awalnya pelaksanaan PROPER difokuskan pada penilaian peringkat kinerja penataan perusahaan terhadap pengendalian pencemaran air dari perusahaan yang masuk dalam Program Kali Bersih (PROKASIH). Penilaian kinerja penataan untuk media tunggal (pengendalian pencemaran air) ini relatif mudah dilakukan, waktu yang dibutuhkan lebih singkat, dan biaya yang dibutuhkan juga relatif lebih murah. Namun informasi kinerja penataan perusahaan media tunggal yang disampaikan kepada masyarakat belum mencerminkan kinerja pengelolaan

lingkungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini terkadang membingungkan masyarakat. Perusahaan dapat dikategorikan peringkat Hijau atau Biru dalam PROPER PROKASIH, padahal perusahaan tersebut belum melakukan pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3) dan pengendalian pencemaran udara dengan baik.

Karena kurang kondusifnya situasi di Tanah Air akibat krisis ekonomi dan politik dalam kurun waktu 1998 – 2001, pelaksanaan PROPER pernah terhenti. Guna memberikan gambaran kinerja penataan perusahaan lebih menyeluruh, maka sejak tahun 2002 aspek penilaian kinerja penataan dalam PROPER diperluas. Kinerja penataan yang dinilai dalam PROPER mencakup: penataan terhadap pengendalian pencemaran air, udara, pengelolaan limbah B3, dan penerapan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan). Sedangkan penilaian untuk aspek upaya lebih dari taat, meliputi penerapan sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan limbah dan konservasi sumber daya, dan pelaksanaan kegiatan pengembangan masyarakat (community development). Penilaian ini dapat mengukur penerapan CSR (Corporate Social Responsibility).

Keuntungan dari pelaksanaan PROPER multi media adalah berkurangnya overlapping kegiatan pemantauan yang dilakukan oleh masing-masing instansi dan bagian yang bertanggung jawab untuk pengendalian pencemaran masing-masing media. Di samping itu, pelaksanaan PROPER multi media memberikan gambaran kinerja pengelolaan lingkungan

yang lebih lengkap. Akan tetapi pelaksanaan PROPER multi-media ini lebih rumit dibandingkan dengan PROPER media tunggal. Pengumpulan data lapangan dan analisa peringkat membutuhkan petugas yang lebih berpengalaman, waktu yang lebih lama, dan biaya yang lebih besar.

3. FAKTOR KUNCI KEBERHASILAN DAN STRATEGI

Kunci keberhasilan pelaksanaan PROPER sangat bergantung pada peran aktif para stakeholder dalam menyikapi hasil peringkat kinerja masing-masing perusahaan. Peran aktif stakeholder ini sangat dipengaruhi oleh tiga aspek, yaitu kredibilitas lembaga pelaksana, efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, dan sinergisitas PROPER dengan program penataan lainnya.

Jadi tumbuhnya sikap proaktif dan kesadaran para pelaku dunia usaha dan masyarakat dalam menyikapi paket informasi penataan yang telah dikeluarkan oleh KLH merupakan salah satu faktor penting dari keberhasilan pelaksanaan PROPER;

- o Kualitas informasi PROPER yang disampaikan kepada para stakeholder sehingga mampu mendorong para stakeholder melakukan langkah proaktif;
- o Kepedulian perusahaan terhadap reputasi atau citra sangat menentukan keberhasilan pelaksanaan PROPER.

1. Paket informasi PROPER yang disampaikan harus dapat dengan mudah dimengerti oleh para stakeholder. Untuk

memudahkan langkah-langkah proaktif para stakeholder maka peringkat kinerja penerapan perusahaan dalam PROPER dikategorikan dalam 5 (lima) peringkat warna, yaitu:

- a. **Peringkat Emas** ~ untuk usaha dan atau kegiatan yang telah berhasil melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup dan atau melaksanakan produksi bersih dan telah mencapai hasil yang sangat memuaskan;
- b. **Peringkat Hijau** ~ untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup dan mencapai hasil lebih baik dari persyaratan yang ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- c. **Peringkat Biru** ~ untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup dan telah mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan minimum sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- d. **Peringkat Merah** ~ untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup tetapi belum mencapai persyaratan minimum sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- e. **Peringkat Hitam** ~ untuk usaha dan atau kegiatan yang belum melaksanakan upaya pengendalian pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup yang berarti.

2. PROPER harus dilakukan oleh lembaga yang bersifat independen dan kredibel di mata para stakeholder. Untuk itu pelaksanaan PROPER dilakukan melalui pelibatan multi stakeholder;

3. PROPER perlu diarahkan kepada perusahaan yang peduli

terhadap reputasi atau citranya di mata para stakeholdernya;

4. Pelaksanaan PROPER harus dilakukan secara bersama-sama dengan instrumen penaatan lainnya, seperti; instrumen ekonomi dan instrumen penegakan hukum, seperti Gambar di bawah ini.



Gambar . Proper dan Instrumen Penaatan lainnya

- ❖ *Pemberian penghargaan untuk perusahaan yang berperingkat Emas dan Hijau agar menjadi contoh pengelolaan lingkungan yang baik bagi perusahaan lainnya, dan didorong untuk melakukan produksi bersih;*
- ❖ *Perusahaan yang berperingkat Hitam perlu diikuti dengan upaya penegakan hukum, dan untuk perusahaan berperingkat Merah perlu dilakukan pembinaan dan diberikan waktu untuk melakukan perbaikan sebelum diikuti dengan upaya penegakan hukum.*

5. Pelaksanaan PROPER ke depan harus melibatkan jumlah

perusahaan yang lebih banyak sehingga dapat men-cerminkan tingkat penataan perusahaan secara keselu-ruhan, dan tercapainya kon-sistensi serta berkeadilannya pengelolaan lingkungan di Indonesia.

6. Meningkatkan peran aktif Pemerintah Provinsi dan Kab /Kota agar pelaksanaan PROPER dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

4. Kredibilitas Lembaga Pelaksana (Dewan Pertimbangan PROPER)

Kredibilitas lembaga pelaksana sangat menentukan tingkat kepercayaan para stakeholder terhadap informasi peringkat kinerja perusahaan yang disampaikan kepada publik. Para stakeholder hanya akan percaya terhadap informasi yang dihasilkan oleh lembaga yang kredibel dan independen. Untuk menjamin kredibilitas, PROPER melibatkan tokoh-tokoh masyarakat dari berbagai elemen dalam Dewan Pertimbangan PROPER. Dewan Pertimbangan PROPER mewakili berbagai unsur, antara lain dari Perguruan Tinggi, LSM Lingkungan, LSM perlindungan konsumen, media massa, perbankan, dan lembaga internasional.

Kredibilitas lembaga pelaksana sangat menentukan tingkat kepercayaan para stakeholder terhadap informasi peringkat kinerja perusahaan yang disampaikan kepada publik. Para stakeholder hanya akan percaya terhadap informasi yang dihasilkan oleh lembaga yang kredibel dan independen. Untuk

menjamin kredibilitas, PROPER melibatkan tokoh-tokoh masyarakat dari berbagai elemen dalam Dewan Pertimbangan PROPER. Dewan Pertimbangan PROPER mewakili berbagai unsur, antara lain dari Perguruan Tinggi, LSM Lingkungan, LSM perlindungan konsumen, media massa, perbankan, dan lembaga internasional.

Sesuai dengan SK Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 97 Tahun 2005 tentang Dewan Pertimbangan PROPER, tugas dan fungsi Dewan Pertimbangan PROPER adalah:

-
- Melakukan verifikasi terhadap peringkat penilaian kinerja perusahaan yang telah dinilai oleh Tim Teknis PROPER
 - Melaporkan hasil verifikasi penilaian peringkat kinerja perusahaan kepada Menteri Negara Lingkungan Hidup sebagai bahan pertimbangan dalam penetapan kinerja perusahaan
 - Melaksanakan tugas-tugas lain yang berkaitan dengan PROPER atas petunjuk Menteri Negara Lingkungan Hidup

Upaya lain yang dilakukan untuk menjamin kredibilitas pelaksanaan PROPER, kegiatan PROPER sepenuhnya dibiayai oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup.

4.1. Strategi Komunikasi yang Efektif

Dengan strategi komunikasi yang tepat, diharapkan penyebaran informasi PROPER kepada stakeholder dapat berjalan lebih efektif. Para stakeholder akan lebih mudah untuk menyikapi

peringkat kinerja masing-masing perusahaan dan memahami PROPER secara keseluruhan. Salah satu langkah strategis yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup agar penyampaian informasi PROPER kepada publik dan para stakeholder lainnya lebih efektif adalah melalui aliansi strategis dengan berbagai media massa.

Selain itu, beberapa langkah komunikasi yang telah dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, baik dalam bentuk *below the line*, maupun *above the line* antara lain, sosialisasi dengan pemerintah daerah, perusahaan, perbankan, dan penyerahan penghargaan PROPER kepada perusahaan yang berperingkat Hijau melalui acara Malam Anugerah Lingkungan.

Guna mendorong efektivitas PROPER sebagai instrumen penaatanan lingkungan, pelaksanaan PROPER telah disinergikan dengan beberapa program, antara lain:

-
- Perusahaan yang berperingkat Hitam dua kali dan belum menunjukkan kemajuan berarti dalam pengelolaan lingkungan akan ditindaklanjuti dengan penegakan hukum lingkungan.
 - Bank Indonesia telah mensyaratkan pihak perbankan untuk menggunakan PROPER sebagai salah satu acuan dalam penentuan kualitas aktiva bagi debitur. Kebijakan dilakukan melalui penerbitan Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/2/2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva bagi Bank Umum. Tindak lanjut dari peraturan ini adalah diterbitkannya Surat Edaran Bank Indonesia No. 7/3/DNPP

tahun 2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum. Langkah ini dilakukan untuk mewujudkan peran aktif perbankan nasional dalam melestarikan lingkungan hidup, sekaligus meminimalisasi resiko lingkungan terhadap perbankan

- Bagi perusahaan yang memerlukan dana untuk melakukan investasi di bidang pengelolaan lingkungan hidup, Kementerian Negara Lingkungan Hidup menyediakan fasilitas Pinjaman Lunak Lingkungan dan rekomendasi pembebasan bea masuk untuk peralatan pengendalian dan pencegahan pencemaran.

Kriteria Komponen Lingkungan dalam Penilaian Kualitas Aktiva bagi Bank Umum Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. 7/3/DPNP Tanggal 31 Januari 2005 mengenai Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum Penetapan Kualitas Kredit

Prospek Usaha					
Komponen	Lancar	Dalam Perhatian Khusus	Kurang Lancar	Diragukan	Macet
Upaya yang dilakukan debitur dalam rangka memelihara lingkungan hidup	Upaya pengelolaan lingkungan hidup baik dan mencapai hasil yang sekurang-kurangnya	Upaya pengelolaan lingkungan hidup kurang baik dan belum mencapai persyaratan	Upaya pengelolaan lingkungan hidup kurang baik dan belum mencapai persyaratan minimum yang	Perusahaan belum melaksanakan upaya pengelolaan lingkungan hidup yang berarti atau telah	Perusahaan belum melaksanakan upaya pengelolaan lingkungan hidup yang berarti atau telah

(bagi debitur berskala besar yang memiliki dampak penting terhadap lingkungan hidup).	a sesuai dengan persyaratan minimum yang ditentukan sebagai minimum yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan	n minimum yang ditentukan sebagai minimum yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan.	ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan, dengan penyimpanan cukup material.	dilakukan upaya pengelolaan namun belum mencapai persyaratan yang ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dengan penyimpanan material.	dilakukan upaya pengelolaan namun belum mencapai persyaratan minimum yang ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan, dan memiliki kemungkinan untuk dituntut di pengadilan.
Kriteria PROPER	Emas, Hijau, Biru	Merah	> 1 kali berturut-turut mendapatkan peringkat Merah	Hitam	2 kali berturut-turut mendapatkan hitam.

5. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan PROPER sebagai instrumen penaatan dapat dilihat dari indika

berikut:

- Meningkatnya tingkat penaaatan perusahaan.
- Menurunnya beban pencemaran yang masuk ke lingkungan
- Menurunnya tingkat pencemaran dan kerusakan lingkungan
- Meningkatnya kepercayaan stakeholder terhadap hasil penilaian

6. Manfaat PROPER bagi *Stakeholder*

Beberapa manfaat PROPER, antara lain: waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk mendorong penaaatan perusahaan relatif lebih singkat dan murah dibandingkan instrumen penaaatan lainnya, misalnya penegakan hukum lingkungan; dapat mendorong peran aktif para *stakeholder* dalam pengelolaan lingkungan; meningkatnya intensitas dan kualitas komunikasi antara para *stakeholder*; dan meningkatnya nilai tambah bagi perusahaan yang melakukan pengelolaan lingkungan lebih baik dari yang disyaratkan.

Bagi pemerintah, manfaat lain pelaksanaan PROPER adalah: PROPER dapat digunakan sebagai instrumen untuk mengukur kinerja pengelolaan lingkungan makro yang telah dilakukan di tingkat pusat maupun daerah. PROPER juga dapat menjadi pendorong untuk penerapan sistem basis data modern.

Sedangkan perusahaan pelaksanaan PROPER juga mendapatkan berbagai manfaat, seperti: perusahaan dapat menggunakan informasi peringkat PROPER sebagai *benchmark* untuk mengukur kinerja perusahaan. Sedangkan

untuk perusahaan yang berperingkat Hijau atau Emas, PROPER dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan perusahaan. PROPER dapat juga digunakan dalam mendorong perusahaan untuk melakukan upaya lebih dari taat, seperti melaksanakan konservasi sumber daya alam atau eco-efficiency.

Para investor, konsultan, supplier, dan masyarakat, dapat menjadikan PROPER sebagai balai kliring untuk mengetahui kinerja penataan perusahaan. PROPER dapat digunakan oleh investor untuk mengukur tingkat risiko investasi mereka. Konsultan dan supplier dapat memanfaatkan informasi kinerja penataan perusahaan untuk melihat prospek peluang bisnis yang ada. Informasi PROPER dapat menunjukkan tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan bagi masyarakat di sekitar lokasi kegiatan perusahaan.

Manfaat PROPER bagi Stakeholder

Pemerintah	Dunia Usaha	Investor, Konsultan, Supplier, dan Masyarakat
Program penataan yang efektif.	Alat untuk <i>benchmarking</i> untuk kinerja non keuangan perusahaan	Balai kliring untuk kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan.
Faktor pendorong untuk pengembangan basis data terpadu	Insentif reputasi untuk kinerja yang lebih dari taat.	Informasi tentang pasar untuk kebutuhan

		teknologi dan pekerjaan konsultasi dalam pengelolaan lingkungan.
Alternatif instrumen kebijakan untuk mendorong perusahaan menjadi lebih dari sekadar taat " <i>beyond compliance level</i> "	Alat promosi bagi perusahaan yang ramah lingkungan	Ruang untuk pelibatan masyarakat.

7. Kriteria Pemilihan Peserta

Semua kegiatan perusahaan yang mempunyai dampak terhadap lingkungan, yaitu; perusahaan-perusahaan dari sektor industri Manufaktur, Prasarana, Jasa, Pertambangan, Energi, Minyak dan Gas, Pertanian dan Kehutanan; wajib diikutsertakan dalam PROPER, namun mengingat terbatasnya kendala Sumber Daya yang ada dan efektifitas pelaksanaan PROPER maka PROPER akan dilakukan secara bertahap dengan kriteria pemilihan perusahaan sebagai berikut :

- Perusahaan yang mempunyai dampak penting terhadap lingkungan;
- Perusahaan yang mempunyai dampak pencemaran atau kerusakan lingkungan sangat besar;
- Perusahaan yang mencemari dan merusak lingkungan dan atau berpotensi mencemari dan merusak lingkungan;
- Perusahaan publik yang terdaftar pada pasar modal baik di

dalam maupun di luar negeri;

- Perusahaan yang berorientasi ekspor.

8. KRITERIA PENILAIAN

Peringkat kinerja PROPER berorientasi kepada hasil yang telah dicapai perusahaan dalam pengelolaan lingkungan yang mencakupi 7 (tujuh) aspek yaitu:

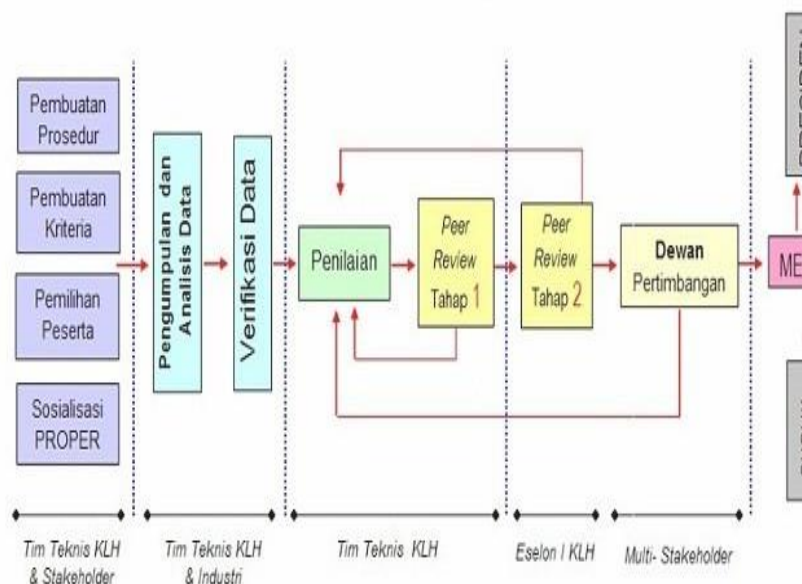
- o *Pentaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air;*
- o *Pentaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran udara;*
- o *Pentaatan terhadap peraturan pengelolaan Limbah B3;*
 - o *Pentaatan terhadap peraturan AMDAL;*
- o *Sistem Manajemen Lingkungan;*
- o *Penggunaan dan pengelolaan sumber daya;*
- o *Community Development, Participation, dan Relation.*

Dasar penilaian dengan orientasi kepada hasil (*result oriented*) yang sudah dicapai oleh perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, dititikberatkan pada 4 (empat) area penilaian utama dengan metode sistem gugur, sebagai berikut:

	Area penilaian	Dasar Nilai
1.	Pengendalian Pencemaran Air dan Laut	Baku Mutu per Parameter Kunci
2.	Pengendalian Pencemaran Udara	Baku Mutu per Parameter Kunci
3.	Pengelolaan Limbah Padat dan Limbah B3	Izin dan Progres Pengelolaan Terukur

4.	Persyaratan AMDAL	Progres RKL/RPL	Penaatan
----	-------------------	--------------------	----------

Peringkat kinerja perusahaan disaring berdasarkan tingkat penataan perusahaan terhadap aspek baku mutu/izin air limbah dan emisi udara untuk setiap parameter dan setiap aspek pengelolaan Limbah B3. [Gambar 2](#) merupakan alur prosedur penilaian PROPER untuk menghasilkan penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup.



Gambar 2. Diagram Alir Prosedur Penilaian PROPER

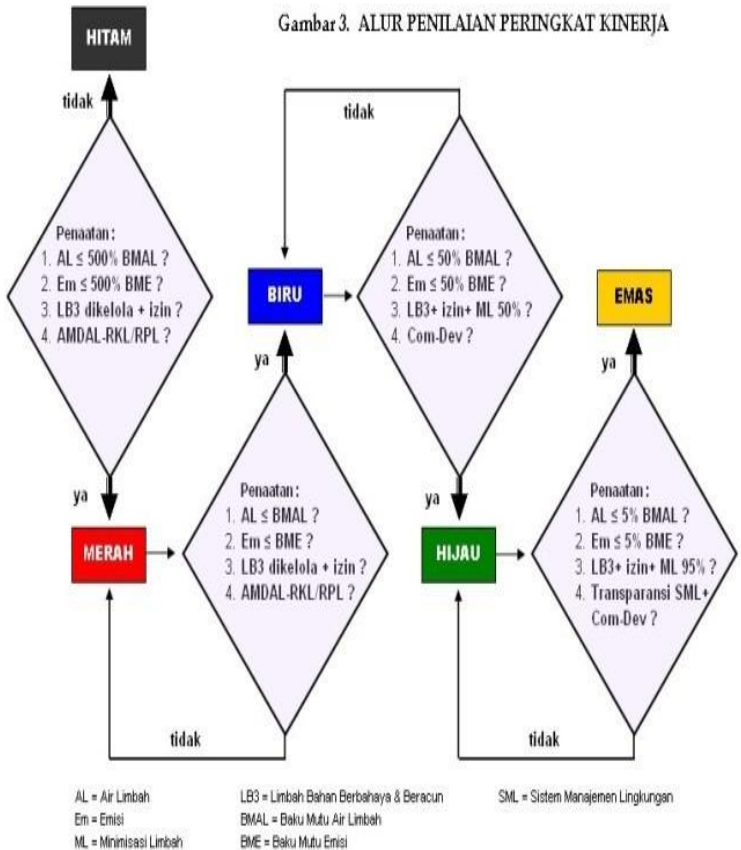
#1. Untuk peringkat Hitam, Merah dan Biru penilaian dilakukan berdasarkan tingkat penataan terhadap baku

mutu/izin, terhadap air limbah, emisi udara dan penataan terhadap pengelolaan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (LB3);

#.2. Untuk peringkat Hijau dan Emas disamping penilaian terhadap tingkat penataan, juga dilakukan penilaian terhadap sistem manajemen lingkungan, output minimisasi limbah, kegiatan community relation, community development, dan transparansi dalam pengelolaan lingkungan.

9. PENENTUAN PERINGKAT

Penilaian kinerja perusahaan di dapat dari hasil analisis data serial pemantauan yang telah disyaratkan dalam peraturan pelaksana pengendalian pencemaran lingkungan hidup.



Uraian aspek teknis peringkat

Peringkat HITAM		
Aspek	Indikator	Dasar Peraturan (PP/Kepmen/Kepd al)
Pencema	1. Perusahaan	Kepmen No. 51

ran Air	tidak mempunyai IPAL (apabila diperlukan), 2. Perusahaan tidak melakukan pengolahan air limbah, 3. Air limbah > 500% dari BMAL (izin).	tahun 1995 pasal 6
Pencemaran Udara	4. Perusahaan tidak mempunyai alat pengendalian pencemaran udara (apabila diperlukan), 5. Perusahaan tidak melakukan pengendalian pencemaran udara, 6. Emisi udara > 500 % dari BME (izin),	Kepmen No. 13 tahun 1995 pasal 7
Pengelolaan Limbah B3	7. Perusahaan tidak mengelola limbah B3	PP No. 18/1999 jo PP No. 85/1999

	dan mempunyai dampak terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat,	
AMDAL/U KL /UPL	8. Perusahaan tidak mempunyai dokumen AMDAL atau RKL/RPL yang disetujui instansi yang berwenang,	PP. No. 27 /1999 pasal 7

Peringkat MERAH		
Aspek	Indikator	Dasar Peraturan (PP/Kepmen/Kepdal)
Pencemaran Air	9. Perusahaan belum mempunyai izin pembuangan air limbah (apabila telah diwajibkan), 10. Perusahaan melakukan pengambilan contoh dan analisis air limbah kurang dari sekali per bulan,	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 38 ayat 1

	11. Perusahaan belum melakukan pelaporan hasil pemantauan air limbah sebagaimana yang dipersyaratkan (per 3 bulan) kepada instansi terkait, 12. Perusahaan belum mempunyai alat ukur debit atau alat ukur debit tidak berfungsi dengan baik, 13. Tidak dilakukan pengukuran debit harian, 14. Konsentrasi air limbah belum memenuhi BMAL atau yang persyaratan yang ditetapkan di dalam izin, 15. Kualitas air limbah berdasarkan beban air limbah belum memenuhi BMAL yang ditetapkan di dalam izin,	
--	---	--

Pencemaran Air Laut	16. Perusahaan belum mempunyai izin untuk pembuangan limbah ke laut (dumping),	PP no. 19/ 1999
Pencemaran Udara	17. Stack yang mengeluarkan emisi belum dilengkapi dengan tempat pengambilan sample emisi udara dan peralatan pendukung lainnya, 18. Stack yang ada belum dilengkapi dengan alat pemantauan udara sebagaimana yang dipersyaratkan (tergantung jenis industri), 19. Belum dilakukan pengukuran emisi udara untuk semua stack sebagaimana yang dipersyaratkan dalam peraturan	Kepmen. No. 13 tahun 1995 pasal 7

	(harian atau setiap 6 bulan), 20. Perusahaan tidak melaporkan hasil pemantauan emisi udara kepada instansi terkait sebagaimana mestinya, 21. Emisi udara yang dihasilkan belum memenuhi Baku Mutu Emisi Udara sebagaimana yang dipersyaratkan,	
Pengelolaan Limbah B3	22. Perusahaan belum mempunyai semua izin pengelolaan limbah B3 yang dilakukan untuk semua aspek sebagaimana yang dipersyaratkan, 23. Perusahaan belum melakukan pelaporan pengelolaan limbah B3 sesuai dengan yang dipersyaratkan, 24. Penyimpanan	PP No. 18/1999 jo PP No. 85/1999 Kepdal No. 68 / tahun 1994 Kepdal No. 01 tahun 1995 Kepdal No. 02 tahun 1995 Kepdal No. 03 tahun 1995 Kepdal No. 04 tahun 1995 Kepdal No. 05 tahun 1995

	limbah B3 belum dilakukan sebagaimana yang dipersyaratkan dalam izin, 25. Pengolahan limbah B3 di lokasi (on site incinerator) belum dilakukan sesuai dengan yang dipersyaratkan, 26. Pengolahan limbah B3 di lokasi (on site landfill) belum dikelola dengan baik dan sesuai dengan sebagaimana yang dipersyaratkan dalam izin,	
AMDAL/UKL/UPL	27. Perusahaan belum melakukan persyaratan-persyaratan di dalam AMDAL dan RKL/RPL, 28. Perusahaan tidak melakukan pelaporan UKL atau UPL kepada	PP No. 27 tahun 1999 Kepmen No. 86/02

	instansi terkait sebagaimana yang dipersyaratkan,	
--	--	--

Peringkat BIRU		
Aspek	Indikator	Dasar Peraturan (PP/Kepmen/Kepdal)
Pencemaran Air	29. Perusahaan mempunyai izin pembuangan air limbah (apabila telah diwajibkan), 30. Perusahaan melakukan pengambilan contoh dan analisis air limbah paling tidak sekali per bulan, 31. Perusahaan melakukan pelaporan hasil pemantauan air limbah sebagaimana yang dipersyaratkan	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 38 ayat 1

	an (per 3 bulan) kepada instansi terkait,	
	32. Perusahaan mempunyai alat ukur debit dan berfungsi dengan baik,	
	33. Perusahaan telah melakukan pengukuran debit harian air limbah,	
	34. Konsentrasi air limbah memenuhi BMAL atau persyaratan yang ditetapkan dalam izin,	
	35. Kualitas air limbah berdasarkan beban memenuhi BMAL atau persyaratan yang ditetapkan	

	dalam izin,	
Pencemaran Air Laut	36. Perusahaan mempunyai izin untuk pembuangan limbah ke laut (dumping),	PP no. 19/1999
Pencemaran Udara	37. Stack yang mengeluarkan emisi telah dilengkapi dengan tempat pengambilan sample emisi udara dan peralatan pendukung lainnya, 38. Stack yang ada dilengkapi dengan alat pemantauan udara sebagaimana yang dipersyaratkan (tergantung jenis industri),	Kepmen. No. 13 tahun 1995 pasal 7

	39. Perusahaan melakukan pengukuran emisi udara untuk semua stack sebagaimana yang dipersyaratkan (harian atau setiap 6 bulan), 40. Perusahaan melaporkan hasil pemantauan emisi udara kepada instansi terkait sesuai dengan peraturan perundangn, 41. Emisi udara yang dihasilkan memenuhi Baku Mutu Emisi Udara sebagaimana yang dipersyaratkan,	
--	---	--

Pengelolaan Limbah B3	42. Perusahaan mempunyai semua izin pengelolaan limbah B3 yang dilakukan untuk semua aspek pengelolaan sebagaimana yang dipersyaratkan, 43. Perusahaan melakukan pelaporan pengelolaan limbah B3 dilakukan sesuai dengan yang dipersyaratkan, 44. Penyimpanan limbah B3 dilakukan sebagaimana yang dipersyaratkan dalam izin, 45. Pengolahan limbah B3 di	PP no. 18/1999 jo PP no. 85/1999 Kepdal No. 68 tahun 1994 Kepdal No. 01 tahun 1995 Kepdal No. 02 tahun 1995 Kepdal No. 03 tahun 1995 Kepdal No. 04 tahun 1995 Kepdal No. 05 tahun 1995
----------------------------------	---	--

	lokasi (on site incinerator) dilakukan sesuai dengan sebagaimana yang dipersyaratkan di dalam izin, 46. Pengolahan limbah B3 di lokasi (on site landfill) dikelola dengan baik dan sesuai dengan sebagaimana yang dipersyaratkan di dalam izin,	
AMDAL/ UKL/UPL	47. Perusahaan melakukan persyaratan-persyaratan yang tercantum dalam AMDAL atau RKL/RPL, 48. Perusahaan	PP no. 27/1999 Kepmen No. 86/2002

	melakukan pelaporan UKL/UPL kepada instansi terkait sebagaimana yang dipersyaratkan,	
--	--	--

Peringkat HIJAU	
Aspek	Indikator
Pencemaran Air	49. Perusahaan telah melakukan kegiatan swapantau air limbah dan melaporkan hasil swa-pantau air limbah kepada instansi terkait (paling tidak 20 data swa-pantau per bulan), 50. IPAL yang ada terawat dan berfungsi dengan baik, 51. Konsentrasi air limbah yang dihasilkan < 50% BMAL (izin), 52. Beban pencemaran yang dihasilkan < 50% BMAL (izin),
Pencemaran Udara	53. Emisi udara < 50 BME, 54. Peralatan pengendalian pencemaran udara terawat dengan baik,
Pengelolaan Limbah B3	55. Perusahaan telah melakukan minimisasi limbah B3 lebih dari 50% dari total limbah B3 yang dihasilkan,
Penggunaan	56. Perusahaan telah mempunyai sistem

Sumber Daya	pengelolaan sumber daya yang baik, 57. Perusahaan telah melakukan housekeeping dengan baik, 58. Perusahaan telah melakukan penggunaan dan konservasi energi dengan efisien, 59. Perusahaan telah melakukan penggunaan konservasi air dengan baik, 60. Penggunaan bahan baku yang efisien,
Sistem Manajemen Lingkungan	61. Perusahaan mempunyai komitmen dan kebijakan lingkungan yang kuat, 62. Perusahaan mempunyai organisasi pengelolaan lingkungan yang layak untuk mencapai target dan objektif pengelolaan lingkungan yang ada, 63. Perusahaan mempunyai STD (sistem tanggap darurat) yang baik,
Partisipasi dan Hubungan Masyarakat	64. Perusahaan mempunyai organisasi yang bertanggung jawab dalam kegiatan pengembangan dan partisipasi masyarakat, 65. Perusahaan berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan disekitar lokasi kegiatan perusahaan, 66. Perusahaan mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat disekitar lokasi kegiatan perusahaan, 67. Perusahaan mengikut sertakan masyarakat dalam

	pengambilan keputusan yang berdampak pada masyarakat sekitar baik langsung maupun tidak langsung.
--	---

Peringkat EMAS	
Aspek	Indikator
Pencemaran air	68. Konsentrasi air limbah yang dihasilkan <5% dari BMAL (izin), 69. Beban pencemaran air limbah < 5% dari BMAL (izin).
Pencemaran udara	70. Emisi udara < 5% Baku Mutu Emisi Udara.
Pengelolaan limbah B3	71. Perusahaan telah melakukan upaya minimisasi limbah B3 lebih dari 95% dari total limbah B3 yang dihasilkan,
Partisipasi dan Hubungan Masyarakat	72. Perusahaan telah melakukan kegiatan pengembangan masyarakat,

Lampiran 2. GRI GUIDELINES

Introduction

This section of the *Guidelines* identifies reporting principles essential to producing a balanced and reasonable report on an organisation's economic, environmental, and social performance. The June 2000 *Guidelines* presented a first version of these principles. These were informed by the financial accounting tradition and adapted for reporting on economic, environmental, and social performance with reference to research related to environmental accounting. Now, with the benefit of time and learning through application of the June 2000 *Guidelines*, GRI presents a revised set of principles that combine and extend many of the concepts that appeared under the headings of “underlying principles” and “qualitative characteristics” of GRI-based reports in the June 2000 *Guidelines*.

Those familiar with financial reporting will recognise overlaps between GRI's reporting principles and those used in financial reporting. However, while financial reporting is a key benchmark for developing principles for reporting on economic, environmental, and social performance, significant differences do exist. The principles in this section take these differences into account. They are rooted in GRI's experience

over the last four years, blending knowledge from science and learning from practice.

GRI views these principles as integral to its reporting framework, equal in weight to the elements and indicators in Part C of the *Guidelines*. Organisations using the *Guidelines* are expected to apply these principles in their report preparation. Collectively, the principles define a compact between the reporting organisation and report user, ensuring that both parties share a common understanding of the underpinnings of a GRI-based report. They provide an important reference point to help a user interpret and assess the organisation's decisions regarding the content of its report. The principles are designed with the long term in mind. They strive to create an enduring foundation upon which performance measurement will continue to evolve based on new knowledge and learning.

The principles are goals toward which a reporter should strive. Some reporting organisations may not be able to fully apply them in the short term. However, organisations should identify improvement in how rigourously they apply the principles to their reporting process, in much the same way as they identify improvement in the various aspects of economic, environmental, and social performance.

Reports do not need to contain a detailed checklist showing that all principles have been adopted. But they should offer some discussion of how the reporting principles have been

applied. This should include both successes and challenges. If a reporting organisation does not seek to apply these principles, it should indicate where such departures exist and why. Discussion of the application (or non-application) of principles may appear in the profile section of the report or in a separate section that addresses the technical aspects involved in preparing the report.

The 11 principles outlined in the following section will help ensure that reports:

- present a balanced and reasonable account of economic, environmental, and social performance, and the resulting contribution of the organisation to sustainable development;
- facilitate comparison over time;
- facilitate comparisons across organisations; and
- credibly address issues of concern to stakeholders.

Organisation of the Principles

The principles in Part B are grouped in four clusters (see Figure 3). Those that:

- ❖ form the framework for the report (transparency, inclusiveness, auditability);
- ❖ inform decisions about what to report (completeness, relevance, sustainability context);
- ❖ relate to ensuring quality and reliability (accuracy, neutrality, comparability); and

- ❖ inform decisions about access to the report (clarity, timeliness).

The principles of transparency and inclusiveness represent the starting point for the reporting process and are woven into the fabric of all the other principles. All decisions about reporting (e.g., how, when, what) take these two principles and associated practices into consideration.

The principles of sustainability context, completeness, and relevance play the key role in determining what to report. Reports should help place the organisation's performance in the broader context of sustainability challenges, risks, and opportunities. The information contained within the report must meet the test of completeness in terms of the reporting boundaries (i.e., entities included), scope (i.e., aspects or issues reported), and time frame. Lastly, reported information should be relevant to the decision-making needs of stakeholders.

The quality and reliability of the report content are guided by the principles of neutrality, comparability, and accuracy. Reports should be comparable over time and across organisations. Information should be sufficiently accurate and reliable to enable its use for decision-making purposes. Equally important, the report should present its content in a balanced and unbiased manner.

The principles of clarity and timeliness govern the access and availability of reports. Put simply, stakeholders should receive

easily understood information in a time frame that allows them to use it effectively. Lastly, the principle of auditability relates to several other principles such as comparability, accuracy, neutrality, and completeness. Specifically, this principle refers to the ability to demonstrate that the processes underlying report preparation and information in the report itself meet standards for quality, reliability, and other similar expectations.

Transparency

Full disclosure of the processes, procedures, and assumptions in report preparation are essential to its credibility.

Transparency is an overarching principle and is the centrepiece of accountability. It requires that, regardless of the format and content of reports, users are fully informed of the processes, procedures, and assumptions embodied in the reported information. For example, a report must include information on the stakeholder engagement processes used in its preparation, data collection methods and related internal auditing, and scientific assumptions underlying the presentation of information. This transparency in reporting is an exercise in accountability—the clear and open explanation of one’s actions to those who have a right or reason to inquire.

Transparency is central to any type of reporting or disclosure. In the case of financial reporting, over many decades governments and other organisations have created, and continue to enhance, disclosure rules affecting financial reports to increase the transparency of the reporting process. These generally accepted accounting principles and evolving

international accounting standards seek to ensure that investors are given a clear picture of the organisation's financial condition, one that includes all material information and the basis upon which this depiction is developed.

GRI seeks to move reporting on economic, environmental, and social performance in a similar direction by creating a generally accepted framework for economic, environmental, and social performance disclosure. As this framework continues to evolve rapidly, general practices will evolve in parallel, based on best practice, best science, and best appraisal of user needs. In this dynamic environment, it is essential that reporting organisations are transparent regarding the processes, procedures, and assumptions that underlie their reports so that users may both believe and interpret reported information. In this sense, transparency transcends any one principle, but affects all.

Inclusiveness

The reporting organisation should systematically engage its stakeholders to help focus and continually enhance the quality of its reports.

The inclusiveness principle is rooted in the premise that stakeholder views are integral to meaningful reporting and must be incorporated during the process of designing a report. Reporting organisations should seek to engage stakeholders who are both directly and indirectly affected. Aspects of reporting enriched by stakeholder consultation include (but are not limited to) the choice of indicators, the definition of the

organisation's reporting boundaries, the format of the report, and the approaches taken to reinforce the credibility of the reported information. Characteristics relevant to designing stakeholder consultation processes include the nature and diversity of products and services, the nature of the reporting organisation's operations and activities, and the geographic range of operations. Stakeholder engagement, like reporting itself, is a dynamic process. Executed properly, it is likely to result in continual learning within and outside the organisation, and to strengthen trust between the reporting organisation and report users. Trust, in turn, fortifies report credibility, itself a key goal of GRI's reporting framework.

The principle of inclusiveness also addresses the diverse needs of stakeholders who use sustainability reports. The range of users of a sustainability report is broader than that of financial reports. Inclusiveness is essential to ensuring that the reporting process and content reflect the needs of these diverse users. Each user group has specific information expectations—at times overlapping with those of other groups, at times distinct. Failure to identify and consult with stakeholders is likely to result in reports that are less relevant to users' needs and thereby less credible to external parties. In contrast, systematic stakeholder engagement enhances receptivity and usefulness across user groups. This engagement may also include soliciting views regarding the utility and credibility of sustainability reports issued by the reporting organisation.

GRI recognises that many reporting organisations have a wide range of potential stakeholders. Any systematic approach to inclusiveness will require an organisation to define an approach for grouping and prioritising stakeholders for purposes of engagement. In the spirit of the inclusiveness and transparency principles, it is important for reporting organisations to clearly and openly explain their approach to defining whom to engage with and how best to engage.

Auditability

Reported data and information should be recorded, compiled, analysed, and disclosed in a way that would enable internal auditors or external assurance providers to attest to its reliability.

The auditability principle refers to the extent to which information management systems and communication practices lend themselves to being examined for accuracy by both internal and external parties. Reports using the *Guidelines* contain data that is both qualitative and quantitative in nature. In designing data collection and information systems, reporting organisations therefore should anticipate that internal auditing and external assurance processes may be used in the future.

In preparing reports, organisations should continually ask the question: Is the response to an information query presented in such a way that an internal or external party in the future could examine its accuracy, completeness, consistency, and reliability? Unverifiable statements or data that affect the broad messages contained in a report using the *Guidelines* may

compromise its credibility. In addition to accuracy and reliability, the completeness of information may also affect the ability of an auditor to render an assessment.

Completeness

All information that is material to users for assessing the reporting organisation's economic, environmental, and social performance should appear in the report in a manner consistent with the declared boundaries, scope, and time period.

This principle refers to accounting for and disclosing, in sufficient detail, all information of significant concern to stakeholders within the declared boundaries (i.e., operational, scope, and temporal) of the report. Defining whether such information meets the test of significance to stakeholders should be based on both stakeholder consultation as well as broad-based societal concerns that may not have surfaced through the stakeholder consultation process. Such broad-based concerns may derive, for example, from national policy and international conventions.

The completeness principle is three-dimensional:

Operational boundary dimension: Reported information should be complete in relation to the operational boundaries of the reporting organisation, in other words, the range of entities for which the reporting organisation gathers data. These boundaries should be selected with consideration of the economic, environmental, and social impacts of the organisation. Such boundaries may be defined based on

financial control, legal ownership, business relationships, and other considerations. The boundaries may vary according to the nature of the reported information. In some cases, the most appropriate boundaries for meeting the expectations outlined by other reporting principles may extend beyond traditional financial reporting boundaries.

Scope dimension: Scope is distinct from boundaries in that an organisation could choose extended reporting boundaries (e.g., report data on all the organisations that form the supply chain), but only include a very narrow scope (e.g., only report on human rights performance). In the context of GRI, “scope” refers to aspects such as energy use, health and safety, and other areas for which the *Guidelines* include indicators and queries.

Despite the fact that the reporting boundary may be complete, the scope (e.g., human rights aspects only) may not be complete. The process for determining a complete scope may include, for example, the results of lifecycle analysis of products or services and assessment of the full range of direct and indirect social or ecological impacts of the reporting organisation. Some of these same tools may also influence decisions about the other dimensions of completeness discussed here. The report should disclose all relevant information within the context of the scope (i.e., aspects) covered.

Temporal dimension: Reported information should be

complete with reference to the time period declared by the reporting organisation. As far as possible, reportable activities, events, and impacts should be presented for the reporting period in which they occur. This may involve reporting on activities that produce minimal short-term impact, but will have a cumulative effect that may become material, unavoidable, or irreversible in the longer term. Such activities might include, for example, the release of certain bioaccumulative or persistent pollutants. Disclosure of the nature and likelihood of such impacts, even if they may only materialise in the future, comports with the goal of providing a balanced and reasonable representation of the organisation's current economic, environmental, and social performance. In making estimates of future impacts (both positive and negative), the reporting organisation should be careful to make wellreasoned estimates that reflect the best understanding of the likely size, nature, and scope of impacts. Although speculative in nature, such estimates can provide useful and relevant information for decision-making as long as the limitations of the estimates are clearly acknowledged.

Information within the organisation often flows from management systems that operate on a regular, short-term cycle, typically one year. However, a single reporting cycle often is too brief to capture many important economic, environmental, and social impacts. This type of performance, by nature, focuses on the long-term, with forwardlooking trends at least as important as lagging, or historical, ones. Thus, reporting organisations should strive to gradually align

information systems to account for these forward-looking trends in addition to historical trends.

Relevance

Relevance is the degree of importance assigned to a particular aspect, indicator, or piece of information, and represents the threshold at which information becomes significant enough to be reported.

Relevance in sustainability reporting is driven by the significance attached to a piece of information to inform the user's decision-making processes. Stakeholders use information on economic, environmental, and social performance in a variety of ways, some of which may differ substantially from that of the reporting organisation. The significance of information can be judged from a number of perspectives; however, in any reporting system, the key perspective is that of the information user. The primary purpose of reporting (as opposed to other types of outreach and communication) is to respond to user information needs in a neutral and balanced manner. Reporting must therefore place a strong emphasis on serving users' specific needs.

In considering relevance, it is important to remain sensitive to differences in how users and reporting organisations apply information. Through stakeholder consultation, a reporting organisation can better understand stakeholders' information needs and how best to respond to them. Ideally, reports should contain information that is useful and relevant to both the reporting organisation and the report users. However, in some

cases, information may be relevant to the report user, but may not be of the same value to the reporting organisation. It is important to differentiate between situations where reporting expectations differ and those where information is irrelevant.

Sustainability Context

The reporting organisation should seek to place its performance in the larger context of ecological, social, or other limits or constraints, where such context adds significant meaning to the reported information.

Many aspects of sustainability reporting draw significant meaning from the larger context of how performance at the organisational level affects economic, environmental, and social capital formation and depletion at a local, regional, or global level. In such cases, simply reporting on the trend in individual performance (or the efficiency of the organisation) leaves open the question of an organisation's contribution to the total amount of these different types of capital. For some users, placing performance information in the broader biophysical, social, and economic context lies at the heart of sustainability reporting and is one of the key differentiators between this type of reporting and financial reporting. Moreover, while the ability of an organisation to “sustain” itself is obviously important to a range of stakeholders, it is unlikely that any individual organisation will remain in existence indefinitely. This principle emphasises the sustainability of the broader natural and human environment within which organisations operate.

Where relevant and useful, reporting organisations should consider their individual performance in the contexts of economic, environmental, and social sustainability. This will involve discussing the performance of the organisation in the context of the limits and demands placed on economic, environmental, or social resources at a macro-level. This concept is most clearly articulated in the environmental area in terms of global limits on resource use and pollution levels, but also may be relevant to social and economic issues. The understanding of how best to link organisational performance with macro-level concerns will continue to evolve. GRI recommends that individual reporting organisations explore ways to incorporate these issues directly into their sustainability reports in order to advance both reporting organisations' and users' understanding of these linkages.

Accuracy

The accuracy principle refers to achieving the degree of exactness and low margin of error in reported information necessary for users to make decisions with a high degree of confidence.

Economic, environmental, and social indicators can be expressed in many different ways, ranging from qualitative responses to detailed quantitative measurements. The characteristics that determine accuracy vary according to the nature of the information. For example, the accuracy of qualitative information is largely determined by the degree of clarity, detail, and balance in presentation. The accuracy of quantitative information, on the other hand, may depend on the specific sampling methods used to gather hundreds of data

points from multiple operating units. The specific threshold of accuracy that is necessary will depend in part on the intended use of the information. Certain decisions will require higher levels of accuracy in reported information than others.

Application of the accuracy principle requires an appreciation of:

- _the intentions and decision-making needs of the users; and
- _the different conditions under which information is gathered.

As with other principles, it is important to be transparent in how this principle is applied. Explaining the approaches, methods, and techniques that the reporting organisation uses to achieve satisfactory levels of accuracy will help improve the credibility of the report and the acceptance of the reported information.

Neutrality

Reports should avoid bias in selection and presentation of information and should strive to provide a balanced account of the reporting organisation's performance.

The neutrality principle refers to the fair and factual presentation of the organisation's economic, environmental, and social performance. Embodied in the principle of neutrality is the notion that the core objective behind a reporting organisation's selection and communication of information is to produce an unbiased depiction of its performance. This means presenting an account that includes both favourable and

unfavourable results, free from intentional tilt or under- or overstatement of the organisation's performance. The report should focus on neutral sharing of the facts for the users to interpret. Environmental reporting, the precursor to sustainability reporting, has demonstrated this type of gradual evolution from anecdotal and selective disclosure toward a more neutral, factual presentation of data. While reporting practices still vary significantly among reporting organisations, many have recognised that achieving and maintaining credibility among users hinges on the commitment of the reporting organisation to a neutral and fair depiction.

Under the neutrality principle, the *overall* report content must present an unbiased picture of the reporting organisation's performance, avoiding selections, omissions, or presentation formats that are intended to influence a decision or judgement by the user.

Where the reporting organisation wishes to present its perspective on an aspect of performance, it should be clear to the reader that such information is separate and distinct from GRI's reporting elements. In the same way that annual financial reports typically contain interpretive material in the front end and financial statements in the back, so too should GRI-based reports strive for a clear distinction between the reporting organisation's interpretation of information and factual presentation.

Comparability

The reporting organisation should maintain consistency in the boundary and scope of its reports, disclose any changes, and re-state previously reported information.

This principle refers to ensuring that reports on economic, environmental, and social performance support comparison against the organisation's earlier performance as well as against the performance of other organisations. This allows internal and external parties to benchmark performance and assess progress as part of supporting rating activities, investment decisions, advocacy programmes and other activities. Comparability and associated demands for consistency are a pre-requisite to informed decisionmaking by users.

When changes in boundary, scope, and content of reporting occur (including in the design and use of indicators), reporting organisations should, to the maximum extent practicable, re-state current accounts to ensure that time series information and crossorganisational comparisons are both reliable and meaningful. Where such re-statements are not provided, the reporting organisation should disclose such circumstances, explain the reasons, and discuss implications for interpreting current accounts.

Clarity

The reporting organisation should remain cognizant of the diverse needs and backgrounds of its stakeholder groups and should make information available in a manner that is responsive to the maximum number of users while still maintaining a suitable level of detail.

The clarity principle considers the extent to which information is understandable and usable by diverse user groups. In financial reporting, there is an unspoken assumption concerning the general level of background knowledge and experience of the assumed “primary” user group, namely, investors. No such “primary” user group exists for GRI at this juncture. In fact, it may never exist owing to the diversity of user groups that are consumers of economic, environmental, and social performance information. In using the *GRI Guidelines*, it is reasonable to assume that all users have a working knowledge of at least a portion of the economic, environmental, and social issues faced by the reporting organisation. However, not all user groups will bring the same level of experience -or even the same language- to the reading of the report. Thus, reporting organisations, through assessing stakeholder capabilities, should design reports that respond to the maximum number of users without sacrificing important details of interest to a subset of user groups. Technical and scientific terms should be explained within the report, and clear, suitable graphics should be used where appropriate. Providing information that is not understandable to stakeholders does not contribute to successful engagement. Clarity is therefore an essential characteristic of any reporting effort.

Timeliness

Reports should provide information on a regular schedule that meets user needs and comports with the nature of the information itself.

The usefulness of information on economic, environmental, and social performance is closely tied to its timely availability to user groups. Timeliness ensures maximum uptake and utility of the information, enabling users to effectively integrate it into their decision-making. As with financial disclosures, reporting on economic, environmental, and social performance is most valuable when users can expect a predictable schedule of disclosures. Special updates can be issued if and when unexpected developments of material interest to users occur.

Reporting organisations should structure disclosures to accord with the nature of the information. Certain environmental information, for example, may be most useful on a quarterly, monthly or continuous (“real time”) basis, while other environmental information is most suitable for an annual report. Similarly, reporting on economic performance may parallel financial reporting: annual disclosures can summarise economic performance during the prior 12 months, while quarterly updates can be issued in parallel with quarterly earnings reports to investors. With the menu of new communications technologies available to reporting organisations, adjusting the timing of disclosures to reflect the varying nature of an organisation’s impacts is now more feasible than ever before. However, the degree to which any technology approach can be applied depends on stakeholders having access to the necessary technology. Although a regular flow of information is desirable for meeting certain needs, reporting organisations should commit to a single point in time

to provide a consolidated accounting of their economic, environmental, and social performance. This is necessary to meet the fundamental objective of comparability across organisations. As an example, a yearly consolidated report released on a predictable schedule, accompanied by interim updates using electronic media, represents a standard structure that is consistent with the principle of timeliness.

REPORT CONTENT

General Notes

1. *Boundaries:* Organisations using the *Guidelines* may have complex internal structures, multiple subsidiaries, joint ventures, and/or foreign operations. Particular care should be taken to match the scope of the report with the economic, environmental, and social “footprint” of the organisation (i.e., the full extent of its economic, environmental, and social impacts). Any differences should be explained.

2. *Use of technical protocols:* In reporting on indicators contained within the *Guidelines*, reporters should use GRI technical protocols whenever available. Drafting of protocols for a limited number of GRI indicators began in 2002, and drafts in progress can be found on the GRI website (www.globalreporting.org). GRI recognises the need for continued development of protocols, and the current set represents the first of many that will follow in coming years. If, for any reason, a reporting organisation does not use an existing GRI protocol, it should clearly describe the measurement rules and methodologies used for data

compilation. For situations where a formal GRI protocol is not yet available, reporting organisations should use their professional judgement, drawing on international standards and conventions wherever possible.

3. *Metrics:* Reported data should be presented using generally accepted international metrics (e.g., kilograms, tonnes, litres), calculated using standard conversion factors. When other metrics are used, reports should provide conversion information to enable international users to make conversions.

4. *Time frames and targets:* Wherever possible, reports should present information for all performance indicators in a manner that enables users to understand current and future trends. At a minimum, reporting organisations should present data for the current reporting period (e.g., one year) and at least two previous periods, as well as future targets where they have been established. This information provides essential context for understanding the significance of a given piece of information. Comparisons with industry averages, where available, can also provide useful context.

5. *Absolute/normalised data:* As a general principle, reporting organisations should present indicator data in absolute terms and use ratios or normalised data as complementary information. Providing only normalised data may mask absolute figures, which is the information of primary interest to some stakeholders. However, if absolute data are provided, users will be able to compile their own normalised analysis

using information from Section 2 of Part C (Profile). Nevertheless, GRI does recognise the utility of data presented as ratios. Ratio data may be useful in conjunction with absolute data for communicating performance trends or articulating performance across two or more linked dimensions of sustainability. When ratios are included, organisations are asked to make use of normalising factors from within the report, and from Section 2 of Part C, if appropriate. See Annex 5 for more information on ratios.

6. *Data consolidation and disaggregation:* Reporting organisations will need to determine the appropriate level of consolidation (aggregation) of indicator data. For example, indicators could be presented in terms of the performance of the organisation worldwide or broken down by subsidiaries, countries of operation, or even individual facilities. This decision requires balancing the reporting burden against the potential additional value of data reported on a disaggregated (e.g., country or site) basis. Consolidation of information can result in loss of a significant amount of value to users, and also risks masking particularly strong or poor performance in specific areas of operation. In general, reporting organisations should disaggregate information to an appropriate and useful level as determined through consultation with stakeholders. The appropriate level of consolidation/disaggregation may vary by indicator.

7. *Graphics:* The use of graphics can enhance the quality of a

report. However, care should be taken to ensure that graphics do not inadvertently lead readers to incorrect interpretations of data and results. Care is needed in the selection of axes, scales, and data (including conversion of raw data to ratios and indices for graphic purposes), and the use of colour and different types of graphs and charts. Graphics should be a supplement to—not a substitute for—text and narrative disclosure of information. In general, raw data should accompany graphical presentations, either alongside or in appendices. Graphs should always clearly indicate the source of their data.

8. *Executive summary:* GRI encourages the inclusion of an executive summary. In keeping with the reporting principles in Part B, the summary should draw only on material from within the report and be materially consistent with the content of the report.

Overview Report Content

The report content is organised in what GRI considers a logical order, and reporting organisations are encouraged to follow this structure in writing their reports. See General Notes and Part A for further guidance on report structure. Questions regarding other issues related to application of the *Guidelines* are also addressed in Part A. Please note that Part C is best read in conjunction with Part B.

Part C only covers basic report content as defined by GRI. As noted in Part A, reporting organisations might also have additional sector-specific or organisation-specific information to include in their reports. Organisations that wish to report “in accordance” with the *Guidelines* must meet the five conditions described in Part A on page

13.

Part C of the *Guidelines* comprises five sections

1. Vision and Strategy – description of the reporting organisation's strategy with regard to sustainability, including a statement from the CEO.
2. Profile – overview of the reporting organisation's structure and operations and of the scope of the report.
3. Governance Structure and Management Systems – description of organisational structure, policies, and management systems, including stakeholder engagement efforts.
4. GRI Content Index – a table supplied by the reporting organisation identifying where the information listed in Part C of the <i>Guidelines</i> is located within the organisation's report.
5. Performance Indicators – measures of the impact or effect of the reporting organisation divided into integrated, economic, environmental, and social performance indicators.

Major Changes Since June 2000

Since the release of the June 2000 edition of the *Guidelines*, GRI has made a number of major changes to the content of a GRI-based report:

- Following a two-year consultative period, the performance indicators have been substantially revised. The most significant changes are found in the economic and social sections. Aspects and indicators have been reorganised, and new indicators appear. For details on the consultative process, please visit the Global Reporting Initiative website (www.globalreporting.org) to view the Final Report of the Measurement Working Group.
- The requirement for an Executive Summary section has been removed; however, GRI still encourages reporting organisations to include a summary.
- The Vision and Strategy section has been revised to include the CEO statement.
- The 2002 *Guidelines* have new content on governance to describe the significance of economic, environmental, and

- social issues in top-level decision-making processes.
- Reporting organisations using the GRI *Guidelines* are now expected to include a Content Index within their report, identifying the location of GRI performance indicators and other elements.
 - The distinction between “generally applicable” and “organisation-specific” environmental indicators has evolved into the classifications of “core” and “additional.” All indicators (not just environmental) are now classified either as “core” or “additional.” Core indicators are those relevant to most reporting organisations and of interest to most stakeholders. Additional indicators are viewed as those that have one or more of the following attributes: 1) represent leading practice in economic, environmental, or social measurement aspects, though currently used by few reporting organisations; 2) provide information of interest to stakeholders who are particularly important to the reporting entity; and 3) are deemed worthy of further testing for possible consideration as future core indicators.
 - GRI indicators have been revised to better align with major international agreements, including conventions on the environment, labour, and human rights.
 - The Performance Indicators sections are now presented in alphabetical order:
economic, environmental, social.

Indicators in the GRI Framework

GRI structures performance indicators according to a hierarchy of category, aspect, and indicator. The definitions used by GRI within this hierarchy are aligned with international standards, but adapted to the GRI framework. Indicators are grouped in terms of the three dimensions of the conventional definition of sustainability—economic, environmental, and social. Annex 5 contains further information on

GRI's approach
to indicators.

In the 2002 *Guidelines*, the hierarchy is structured as follows (see next page):

An introduction to each set of indicators in Section 5 of Part C briefly describes the reasoning that led to the specific organisation of aspects and indicators in the 2002 *Guidelines*.

Note that within the context of GRI, performance indicators can be either quantitative or qualitative. While quantitative or numerical measures offer many advantages, they may prove unreliable, incomplete, or ambiguous for measuring performance on certain issues. GRI considers qualitative indicators, those indicators requiring textual response, to be complementary and essential to presenting a complete picture of an organisation's economic, environmental, and social performance.

Qualitative measures may be most appropriate when dealing with highly complex economic or social systems in which it is not possible to identify quantitative measures that capture the organisation's contribution—positive or negative—to economic, environmental, or social conditions. Qualitative approaches also may be most appropriate for measurements of impacts to which the organisation is one of many contributors.

Wherever possible, qualitative performance indicators have been worded to encourage a response that can be expressed along a scale as opposed to a general descriptive statement. This, in turn, facilitates comparisons across reporting organisations.

	CATEGORY	ASPECT
E C O N O M I C E N V I R O N	Direct Economic Impacts	Customers Suppliers Employees Providers of capital Public sector
	Environmental	Materials Energy Water Biodiversity Emissions, effluents, and waste Suppliers Products and services

M E N t S O C I A L		Compliance
		Transport
		Overall
	Labour Practices and Decent Work	Employment
		Labour/management relations
		Health and safety
	Human Rights	Training and education
		Diversity and opportunity
		Strategy and management
		Non-discrimination
		Freedom of association and collective bargaining
		Child labour
	Society	Forced and compulsory labour
		Disciplinary practices
		Security practices
		Indigenous rights
		Community
		Bribery and corruption
	Product Responsibility	Political contributions
		Competition and pricing
		Customer health and safety
		Products and services
		Advertising
		Respect for privacy

GRI Report Content

The following five sections contain the reporting elements and performance indicators for the 2002 GRI *Guidelines*. Reporting elements are numbered (e.g., 1.1, 2.10) and performance indicators are contained in tables in Section 5. The elements and indicators are listed in bold type. Some are supported by additional guidance or explanation in standard type.

1 Vision and Strategy

This section encompasses a statement of the reporting organisation's sustainability vision and strategy, as well as a statement from the CEO.

1.1 Statement of the organisation's vision and strategy regarding its

contribution
to sustainable development.

Present overall vision of the reporting organisation for its future, particularly with regard to managing the challenges associated with economic, environmental, and social performance. This should answer, at a minimum, the following questions:

- What are the main issues for the organisation related to the major themes of sustainable development?
- How are stakeholders included in identifying these issues?
- For each issue, which stakeholders are most affected by the organisation?
- How are these issues reflected in the organisation's values and integrated into its business strategies?
- What are the organisation's objectives and actions on these issues?

Reporting organisations should use maximum flexibility and creativity in preparing this section. The reporting organisation's major direct and indirect economic, environmental, and social issues and impacts (both positive and negative) should inform the discussion. Reporting organisations are encouraged to draw directly from indicators and information presented elsewhere in the report. They should include in their discussion any major opportunities, challenges, or obstacles to moving toward improved economic, environmental, and social performance. International

organisations are also encouraged to explicitly discuss how their economic, environmental, and social concerns relate to and are impacted by their strategies for emerging markets.

1.2 Statement from the CEO (or equivalent senior manager) describing key elements of the report.

A statement from the reporting organisation's CEO (or equivalent senior manager if other title is used) sets the tone of the report and establishes credibility with internal and external users. GRI does not specify the content of the CEO statement; however, it believes such statements are most valuable when they explicitly refer to the organisation's commitment to sustainability and to key elements of the report.

Recommended elements of a CEO statement include the following:

- highlights of report content and commitment to targets;
- description of the commitment to economic, environmental, and social goals by the organisation's leadership;
- statement of successes and failures;
- performance against benchmarks such as the previous year's performance and targets and industry sector norms;
- the organisation's approach to stakeholder engagement; and
- major challenges for the organisation and its business sector in integrating responsibilities for financial performance with those for economic, environmental, and social performance, including the implications for future business strategy.

The CEO statement may be combined with the statement of vision and strategy.

2 Profile

This section provides an overview of the reporting organisation and describes the scope of the report. Thus, it provides readers with a context for understanding and evaluating information in the rest of the report. The section also includes organisational contact information.

Organisational Profile

Reporting organisations should provide the information listed below. In addition, they are encouraged to include any additional information that is needed for a full picture of the organisation's operations, products, and services.

2.1 Name of reporting organisation.

2.2 Major products and/or services, including brands if appropriate. The reporting organisation should also indicate the nature of its role in providing these products and services, and the degree to which the organisation relies on outsourcing.

2.3 Operational structure of the organisation.

2.4 Description of major divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures.

2.5 Countries in which the organisation's operations are located.

2.6 Nature of ownership; legal form.

2.7 Nature of markets served.

2.8 Scale of the reporting organisation:

- number of employees;
- products produced/services offered (quantity or volume);
- net sales; and
- total capitalisation broken down in terms of debt and equity.
-

In addition to the above, reporting organisations are encouraged to

provide

additional information, such as:

- value added;
- total assets; and
- breakdowns of any or all of the following:
 - sales/revenues by countries/regions that make up 5 percent or more of total revenues;
 - major products and/or identified services;
 - costs by country/region; and
 - employees by country/region.
 -

In preparing the profile information, organisations should consider the need to provide

information beyond that on direct employees and financial data. For example, some organisations with few direct employees will have many indirect employees. This could include the employees of subcontractors, franchisees, joint ventures, and companies entirely dependent on or answerable to the reporting organisation. The extent of these relationships may interest stakeholders as much or more than information on direct employees. The reporting organisation should consider adding such information to its profile where relevant.

Reporting organisations should choose the set of measures best suited to the nature

of their operations and stakeholders' needs. Measures should include those that can be used specifically to create ratios using the absolute figures provided in other sections of the report (See Annex 5 for information on ratios). All information should cover that portion of the organisation that is covered by the report.

2.9 List of stakeholders, key attributes of each, and relationship to the reporting organisation. Stakeholders typically include the following groups

(examples of attributes are shown in parentheses):

- communities (locations, nature of interest);
- customers (retail, wholesale, businesses, governments);
- shareholders and providers of capital (stock exchange listings);
- suppliers (products/services provided, local/national/international operations);
- trade unions (relation to workforce and reporting organisation);
- workforce, direct and indirect (size, diversity, relationship to the reporting organisation); and
- other stakeholders (business partners, local authorities, NGOs).

Report Scope

2.10 Contact person(s) for the report, including e-mail and web addresses.

2.11 Reporting period (e.g., fiscal/calendar year) for information provided.

2.12 Date of most recent previous report (if any).

2.13 Boundaries of report (countries/regions, products/services, divisions/ facilities/joint ventures/subsidiaries) and any specific limitations on the scope.

If reporting boundaries do not match the full range of economic, environmental, and social impacts of the organisation, state the strategy and projected timeline for providing complete coverage.

2.14 Significant changes in size, structure, ownership, or products/services that have occurred since the previous report.

2.15 Basis for reporting on joint ventures, partially owned subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other

situations that can significantly affect comparability from period to period and/or between reporting organisations.

2.16 Explanation of the nature and effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g., mergers/ acquisitions, change of base years/periods, nature of business, measurement methods).

Report Profile

2.17 Decisions not to apply GRI principles or protocols in the preparation of the report.

2.18 Criteria/definitions used in any accounting for economic, environmental, and social costs and benefits.

2.19 Significant changes from previous years in the measurement methods applied to key economic, environmental, and social information.

2.20 Policies and internal practices to enhance and provide assurance about the accuracy, completeness, and reliability that can be placed on the sustainability report.

This includes internal management systems, processes, and audits that management relies on to ensure that reported data are reliable and complete with regard to the scope of the report.

2.21 Policy and current practice with regard to providing independent assurance for the full report.

2.22 Means by which report users can obtain additional information and reports about economic, environmental, and social aspects of the organisation's activities, including facility-specific information (if available).

3 Governance Structure and Management Systems

This section provides an overview of the governance structure, overarching policies, and

management systems in place to implement the reporting organisation's vision for sustainable development and to manage its performance. In contrast, Section 5 (Performance Indicators) addresses the results and breadth of the organisation's activities. Discussion of stakeholder engagement forms a key part of any description of governance structures and management systems.

Some of the information listed in this section may overlap with information in other publications from the organisation. GRI is sensitive to the need to avoid unnecessary duplication of effort. However, for the sake of ensuring full and complete contextual information for users of sustainability reports, it is important to cover the items listed below in combination with other information on the organisation's economic, environmental, and social performance. Organisations may wish to cross-reference between different documents, but this should not be done at the expense of excluding necessary information in a sustainability report.

Structure and Governance

3.1 Governance structure of the organisation, including major committees under the board of directors that are responsible for setting strategy and for oversight of the organisation. Describe the scope of responsibility of any major committees and indicate any direct responsibility for economic, social, and environmental performance.

3.2 Percentage of the board of directors that are independent, non-executive directors. State how the board determines "independence".

3.3 Process for determining the expertise board members need to guide the strategic direction of the organisation, including issues related to environmental and social risks and opportunities.

3.4 Board-level processes for overseeing the organisation's identification and management of economic, environmental, and social risks and opportunities.

3.5 Linkage between executive compensation and achievement of the organisation's financial and non-financial goals (e.g., environmental performance, labour practices).

3.6 Organisational structure and key individuals responsible for oversight, implementation, and audit of economic, environmental, social, and related policies.

Include identification of the highest level of management below the board level directly responsible for setting and implementing environmental and social policies, as well as general organisational structure below the board level.

3.7 Mission and values statements, internally developed codes of conduct or principles, and policies relevant to economic, environmental, and social performance and the status of implementation. Describe the status of implementation in terms of degree to which the code is applied across the organisation in different regions and departments/units. "Policies" refers to those that apply to the organisation as a whole, but may not necessarily provide substantial detail on the specific aspects listed under the performance indicators in Part C, Section 5 of the *Guidelines*.

3.8 Mechanisms for shareholders to provide recommendations or direction to the board of directors. Include reference to any policies or processes regarding the use of shareholder resolutions or other mechanisms for enabling minority shareholders to express opinions

to management.

Stakeholder Engagement

Stakeholder engagement activities should reflect the organisation's stakeholders as identified in the Profile section.

3.9 Basis for identification and selection of major stakeholders. This includes the processes for defining an organisation's stakeholders and for determining which groups to engage.

3.10 Approaches to stakeholder consultation reported in terms of frequency of consultations by type and by stakeholder group. This could include surveys, focus groups, community panels, corporate advisory panels, written communication, management /union structures, and other vehicles.

3.11 Type of information generated by stakeholder consultations. Include a list of key issues and concerns raised by stakeholders and identify any indicators specifically developed as a result of stakeholder consultation.

3.12 Use of information resulting from stakeholder engagements. For example, this could include selecting performance benchmarks or influencing specific decisions on policy or operations.

Overarching Policies and Management Systems

GRI has included policy indicators in both Section 3 (Governance Structure and Management Systems) and Section 5 (Performance Indicators), using the general principle of grouping information items closest to the most relevant aspect. The broader, overarching policies are most directly related to the governance structure and management systems section of the report. The most detailed level

of policy (e.g., policies on child labour) may be captured in the performance indicator section of the report. Where the reporting organisation perceives an overlap in the GRI framework, it should choose the most appropriate location in its report for the information.

3.13 Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organisation. This could include an example that illustrates the organisation's approach to risk management in the operational planning or the development and introduction of new products. For reference, see the glossary for text of Article 15 of the Rio Principles on the precautionary approach.

3.14 Externally developed, voluntary economic, environmental, and social charters, sets of principles, or other initiatives to which the organisation subscribes or which it endorses. Include date of adoption and countries/operations where applied.

3.15 Principal memberships in industry and business associations, and/or national/international advocacy organisations.

3.16 Policies and/or systems for managing upstream and downstream impacts, including:

- supply chain management as it pertains to outsourcing and supplier environmental and social performance; and
- product and service stewardship initiatives.

Stewardship initiatives include efforts to improve product design to minimise negative impacts associated with manufacturing, use, and final disposal.

3.17 Reporting organisation's approach to managing indirect economic, environmental, and social impacts resulting from its activities. See below (under Economic Performance Indicators) for a discussion of indirect economic impacts.

3.18 Major decisions during the reporting period regarding the location of, or changes in, operations. Explain major decisions such as facility or plant openings, closings, expansions, and contractions.

3.19 Programmes and procedures pertaining to economic, environmental, and social performance. Include discussion of:

- priority and target setting;
- major programmes to improve performance;
- internal communication and training;
- performance monitoring;
- internal and external auditing; and
- senior management review.

3.20 Status of certification pertaining to economic, environmental, and social management systems. Include adherence to environmental management standards, labour, or social accountability management systems, or other management systems for which formal certification is available.

4 Performance Indicators

This section lists the core and additional performance indicators for GRI-based reports. Reporting organisations that wish to report in accordance with the *Guidelines* should read Part A concerning the requirements for in accordance reporting.

The performance indicators are grouped under three sections covering the economic, environmental, and social dimensions of sustainability. This grouping is based on the conventional model of sustainable development and is intended to aid users of the *Guidelines*. However, limiting performance indicators to these three categories may not fully capture the performance of an organisation for a number of reasons.

For example:

- changes in one aspect of economic, environmental, or social performance often result in changes to other aspects of sustainability;
- sustainability strategies often use one area of sustainability as a reference point when defining goals for another area; and
- advancing sustainable development requires coordinated movement across a set of performance measurements, rather than random improvement within the full range of measurements.

Therefore, in addition to the economic, environmental, and social dimensions, a fourth dimension of information is necessary: *integrated performance*. Integrated indicators are considered first in this section. Following this are the core and additional indicators related to economic, environmental, and social performance.

Integrated Indicators

Given the unique relationship of each organisation to the economic, environmental, and social systems within which it operates, GRI has not identified a standardised set of integrated performance indicators. However, GRI encourages reporting organisations to consult with stakeholders and develop an appropriate shortlist of integrated performance indicators to include in their reports.

Integrated measures are generally of two types:

1. Systemic indicators; and
2. Cross-cutting indicators.

Systemic indicators relate the activity of an organisation to the larger economic, environmental, and social systems of which it is a part. For example, an organisation could describe its performance relative to an overall system or a benchmark, such as a percentage of the total workplace accidents found in the sector within a given country. Similarly, an organisation could present its net job creation as a

proportion of the total number of jobs created in a region.

Absolute systemic indicators describe an organisation's performance in relation to the limit or capacity of the system of which it is a part. An example would be the amount of air pollutants of a given type released as a proportion of the total amount allowable in a region as defined by a public authority. In general, systemic indicators provide an understanding of the degree to which the organisation's performance may influence the performance of a larger system. These types of measures are most useful for organisations that operate within a relatively narrowly defined geographic area.

Cross-cutting indicators directly relate two or more dimensions of economic, environmental, and social performance as a ratio. Eco-efficiency measures (e.g., the amount of emissions per unit of output or per monetary unit of turnover) are the best-known examples (further guidance on ratio indicators can be found in Annex 5). Many organisations have proposed standardised sets of environmental efficiency indicators that measure various types of resource use or pollution emissions against an economic or productivity measure. Cross-cutting indicators effectively demonstrate the size of the positive or negative impact for each incremental change in another value.

In developing and reporting cross-cutting indicators, care should be taken to:

- draw, where possible, on information already reported under these *Guidelines*;
- ensure that the indicators use ratios derived from normalised measures and, when possible, from internationally accepted metrics; and
- supplement, not replace, non-ratio indicators.

Economic Performance Indicators

The economic dimension of sustainability concerns an organisation's impacts on the economic circumstances of its stakeholders and on economic systems at the local, national and global levels. Economic impacts can be divided into:

- direct impacts; and
- indirect impacts.

These impacts can be positive or negative. Broadly speaking, economic performance encompasses all aspects of the organisation's economic interactions, including the traditional measures used in financial accounting, as well as intangible assets that do not systematically appear in financial statements. However, economic indicators as articulated in the *Guidelines* have a scope and purpose that extends beyond that of traditional financial indicators.

Financial indicators focus primarily on the profitability of an organisation for the purpose of informing its management and shareholders. By contrast, economic indicators in the sustainability reporting context focus more on the manner in which an organisation affects the stakeholders with whom it has direct and indirect economic interactions. Therefore, the focus of economic performance measurement is on how the economic status of the stakeholder changes as a consequence of the organisation's activities, rather than on changes in the financial condition of the organisation itself. In some cases, existing financial indicators can directly inform these assessments. However, in other cases, different measures may be necessary, including the recasting of traditional financial information to emphasise the impact on the stakeholder. In this context, shareholders are considered one among several stakeholder groups.

While financial performance indicators are well developed, indicators of organisation-level economic performance as described in the

previous paragraph are still evolving. The indicators in this section are the result of a consultation process that began after the release of the June 2000 *Guidelines* and represent a new approach to reporting on economic impacts. This framework will continue to evolve in future versions of the GRI *Guidelines* as application and learning continue. Such evolution will include an understanding of how economic impacts are linked to the intangible assets of the organisation.

Direct Impacts

The economic indicators on direct impacts are designed to:

- measure the monetary flows between the organisation and its key stakeholders; and
- indicate how the organisation affects the economic circumstances of those stakeholders.

The aspects for this section are organised around stakeholder groups. Each aspect includes a monetary flow indicator, which provides an indication of the scale of the relationship between reporting organisation and stakeholder. Most monetary flow indicators are paired with one or more other indicators that provide insight into the nature of the performance and impact on the stakeholder's economic capacity.

For example, under suppliers, the monetary flow indicator associated with "cost of all goods, materials, and services purchased" provides information on the scale of flows between the reporting organisation and its suppliers. The performance indicator describes one facet of the economic relationship between the suppliers and the reporting organisation.

Indirect impacts

The total economic impact of an organisation includes indirect impacts stemming from externalities that create impacts on communities, broadly defined. Externalities are those costs or

benefits arising from a transaction that are not fully reflected in the monetary amount of the transaction. A community can be considered as anything from a neighbourhood, to a country, or even a community of interest such as a minority group within a society. Although often complex, indirect impacts are measurable. However, given the diversity of situations facing reporting organisations, GRI has not at this point identified a single, generic set of such indicators. Thus, each organisation should select performance indicators based on its own analysis of the issues. Information on the reporting organisation's overall approach to identifying and managing indirect impacts is covered under item 3.17 in the Governance Structure and Management Systems section.

Examples of externalities might include:

- innovation measured through patents and partnerships;
- economic effects (positive or negative) of changes in location or operations; or
- the contribution of a sector to Gross Domestic Product or national competitiveness.

Examples of community impacts might include:

- community dependency on the organisation's activities;
- ability of the organisation to attract further investment into an area; or
- the location of suppliers.

Further discussion of indirect economic impacts is available through discussion papers prepared by the Economics Subgroup of the Measurement Working Group. These can be found on the GRI website.

Economic Performance Indicators

Core Indicators	Additional Indicators
-----------------	-----------------------

Direct Economic Impacts	
Customers	
Monetary flow indicator: EC1. Net sales. As listed in the profile section under 2.8.	
EC2. Geographic breakdown of markets. For each product or product range, disclose national market share by country where this is 25% or more. Disclose market share and sales for each country where national sales represent 5% or more of GDP.	
Suppliers	
Monetary flow indicator: EC3. Cost of all goods, materials, and services purchased.	EC11. Supplier breakdown by organisation and country. List all suppliers from which purchases in the reporting period represent 10% or more of total purchases in that period. Also identify all countries where total purchasing represents 5% or more of GDP.
EC4. Percentage of contracts that were paid in accordance with agreed terms, excluding agreed penalty arrangements. Terms may include conditions such as scheduling of payments, form of payment, or other conditions. This indicator is the percent of contracts that were paid according to terms, regardless of the details of the terms.	
Employees	
Monetary flow indicator: EC5. Total payroll and benefits (including wages, pension, other benefits, and redundancy payments) broken down by country or region. This remuneration should refer to current payments and not include	

future commitments. (Note: Indicator LA9 on training also offers information on one aspect of the organisation's investment in human capital.)	
Providers of Capital	
Monetary flow indicator: EC6. Distributions to providers of capital broken down by interest on debt and borrowings, and dividends on all classes of shares, with any arrears of preferred dividends to be disclosed. This includes all forms of debt and borrowings, not only long-term debt.	
EC7. Increase/decrease in retained earnings at end of period. (Note: the information contained in the profile section (2.1–2.8) enables calculation of several measures, including ROACE (Return On Average Capital Employed)).	
Public Sector	
Monetary flow indicators: EC8. Total sum of taxes of all types paid broken down by country.	EC12. Total spent on non-core business infrastructure development. This is infrastructure built outside the main business activities of the reporting entity such as a school, or hospital for employees and their families.
EC9. Subsidies received broken down by country or region. This refers to grants, tax relief, and other types of financial benefits that do not represent a transaction of goods and services. Explain definitions used for types of groups.	

EC10. Donations to community, civil society, and other groups broken down in terms of cash and in-kind donations per type of group.	
Indirect Economic Impacts	
	EC13. The organisation's indirect economic impacts. Identify major externalities associated with the reporting organisation's products and services.

Environmental Performance Indicators

The environmental dimension of sustainability concerns an organisation's impacts on living and non-living natural systems, including ecosystems, land, air and water. The environmental dimension of sustainability has achieved the highest level of consensus among the three dimensions of sustainability reporting.

It is particularly important to provide environmental performance information in terms of both absolute figures and normalised measures (e.g., resource use per unit of output). Both measures reflect important, but distinct, aspects of sustainability. Absolute figures provide a sense of scale or magnitude of the use or impact, which allows the user to consider performance in the context of larger systems. Normalised figures illustrate the organisation's efficiency and support comparison between organisations of different sizes. In general, stakeholders should be able to calculate normalised figures using data from the report profile (e.g., net sales) and absolute figures reported in the environmental performance section. However, GRI asks the reporting organisation to provide both normalised and absolute figures.

In reporting on environmental indicators, reporting organisations are also encouraged to keep in mind the principle of sustainability context. With respect to the environmental measures in the report, organisations are encouraged to relate their individual performance to the broader ecological systems within which they operate. For example, organisations could seek to report their pollution output in terms of the ability of the environment (local, regional, or global) to absorb the pollutants.

Environmental Performance Indicators

Core Indicators	Additional Indicators
<i>Materials</i>	
EN1. Total materials use other than water, by type. Provide definitions used for types of materials. Report in tonnes, kilograms, or volume.	
EN2. Percentage of materials used that are wastes (processed or unprocessed) from sources external to the reporting organisation. Refers to both post-consumer recycled material and waste from industrial sources. Report in tonnes, kilograms, or volume.	
<i>Energy</i>	
EN3. Direct energy use segmented by primary source. Report on all energy sources used by the reporting organisation for its own operations as well as for the production and delivery of energy products (e.g., electricity or	EN17. Initiatives to use renewable energy sources and to increase energy efficiency.
	EN18. Energy consumption footprint (i.e., annualised lifetime energy requirements) of major products. Report in joules.

heat) to other organisations. Report in joules.	
EN4. Indirect energy use. Report on all energy used to produce and deliver energy products purchased by the reporting organisation (e.g., electricity or heat). Report in joules.	EN19. Other indirect (upstream/downstream) energy use and implications, such as organisational travel, product lifecycle management, and use of energy-intensive materials.
Water	
EN5. Total water use.	EN20. Water sources and related ecosystems/habitats significantly affected by use of water. Include Ramsar-listed wetlands and the overall contribution to resulting environmental trends.
	EN21. Annual withdrawals of ground and surface water as a percent of annual renewable quantity of water available from the sources. Breakdown by region.
	EN22. Total recycling and reuse of water. Include wastewater and other used water (e.g., cooling water).
Biodiversity	
EN6. Location and size of land owned, leased, or managed in biodiversity-rich habitats. Further guidance on biodiversity-rich habitats may be found at www.globalreporting.org (forthcoming).	EN23. Total amount of land owned, leased, or managed for production activities or extractive use.
	EN24. Amount of impermeable surface as a percentage of land purchased or leased.
EN7. Description of the major impacts on biodiversity associated with activities and/or products and services	EN25. Impacts of activities and operations on protected and sensitive areas.

in terrestrial, freshwater, and marine environments.	(e.g., IUCN protected area categories 1–4, world heritage sites, and biosphere reserves).
	EN26. Changes to natural habitats resulting from activities and operations and percentage of habitat protected or restored. Identify type of habitat affected and its status.
	EN27. Objectives, programmes, and targets for protecting and restoring native ecosystems and species in degraded areas.
	EN28. Number of IUCN Red List species with habitats in areas affected by operations.
	EN29. Business units currently operating or planning operations in or around protected or sensitive areas.
Emissions, Effluents, and Waste	
EN8. Greenhouse gas emissions. (CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆). Report separate subtotals for each gas in tonnes and in tonnes of CO ₂ equivalent for the following: • direct emissions from sources owned or controlled by the reporting entity • indirect emissions from imported electricity heat or steam See WRI-WBCSD Greenhouse Gas Protocol.	EN30. Other relevant indirect greenhouse gas emissions. (CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆). Refers to emissions that are a consequence of the activities of the reporting entity, but occur from sources owned or controlled by another entity. Report in tonnes of gas and tonnes of CO ₂ equivalent. See WRI-WBCSD Greenhouse Gas Protocol.
EN9. Use and emissions of ozone-depleting substances. Report each figure separately in accordance with Montreal Protocol Annexes A, B, C, and E in tonnes of CFC-11	EN31. All production, transport, import, or export of any waste deemed “hazardous” under the terms of the Basel Convention Annex I, II, III, and VIII.

equivalents (ozone-depleting potential).	EN32. Water sources and related ecosystems/habitats significantly affected by discharges of water and runoff. Include Ramsar-listed wetlands and the overall contribution to resulting environmental trends. See GRI Water Protocol.
EN10. NOx, SOx, and other significant air emissions by type. Include emissions of substances regulated under: • local laws and regulations • Stockholm POPs Convention (Annex A, B, and C) – persistent organic pollutants • Rotterdam Convention on Prior Informed Consent (PIC) • Helsinki, Sofia, and Geneva Protocols to the Convention on Long-Range Trans-boundary Air Pollution	
EN11. Total amount of waste by type and destination. “Destination” refers to the method by which waste is treated, including composting, reuse, recycling, recovery, incineration, or landfilling. Explain type of classification method and estimation method.	
EN12. Significant discharges to water by type. See GRI Water Protocol.	
EN13. Significant spills of chemicals, oils, and fuels in terms of total number and total volume. Significance is defined in terms of both the size of the spill and impact on the surrounding environment.	
Suppliers	

	EN33. Performance of suppliers relative to environmental components of programmes and procedures described in response to Governance Structure and Management Systems section (Section 3.16).
Products and Services	
EN14. Significant environmental impacts of principal products and services. Describe and quantify where relevant.	
EN15. Percentage of the weight of products sold that is reclaimable at the end of the products' useful life and percentage that is actually reclaimed. "Reclaimable" refers to either the recycling or reuse of the product materials or components.	
Compliance	
EN16. Incidents of and fines for non-compliance with all applicable international declarations/conventions/treaties, and national, sub-national, regional, and local regulations associated with environmental issues. Explain in terms of countries of operation.	
Transport	
	EN34. Significant environmental impacts of transportation used for logistical purposes.
Overall	
	EN35. Total environmental expenditures by type. Explain definitions used for types of expenditures.

Social Performance Indicators

The social dimension of sustainability concerns an organisation's impacts on the social systems within which it operates. Social performance can be gauged through an analysis of the organisation's impacts on stakeholders at the local, national, and global levels. In some cases, social indicators influence the organisation's intangible assets, such as its human capital and reputation.

Social performance measurement enjoys less of a consensus than environmental performance measurement. Through its consultative process, GRI has selected indicators by identifying key performance aspects surrounding labour practices, human rights, and broader issues affecting consumers, community, and other stakeholders in society. The specific aspects for labour practices and human rights performance are based mainly on internationally recognised standards such as the Conventions of the International Labour Organisation (ILO) and international instruments such as the United Nations Universal Declaration of Human Rights. In particular, the labour practices and human rights indicators have drawn heavily on the ILO Tripartite Declaration Concerning Multinational Enterprises and Social Policy, and the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) *Guidelines for Multinational Enterprises*, which were deemed most relevant to the responsibilities of business during the GRI consultative process.

The aspects of labour practices that relate to human rights have been incorporated into the latter category. This decision was made to avoid treating "labour rights" as something different from, or less important than, "human rights". The decision reflects the strong sentiment that an organisation's contribution in the area of labour practices should not be simply to protect and respect basic rights; it should also be to enhance the quality of the working environment

and value of the relationship to the worker. While the aspects under labour practices and human rights are closely related (e.g., collective bargaining and industrial relations), there remains a fundamental difference in the purpose of the indicators, and they have therefore been kept separate. The aspects and indicators under human rights help assess how a reporting organisation helps maintain and respect the basic rights of a human being. The aspects and indicators under labour practices measure ways in which an organisation's contributions go beyond these baseline expectations.

Several of the social performance indicators differ considerably in nature from other economic and environmental performance indicators in the *Guidelines*. Many of the social issues that are the subject of performance measurement are not easily quantifiable, so a number of social indicators are qualitative measures of the organisation's systems and operations, including policies, procedures, and management practices. These indicators relate not to general, overarching policies (as listed in Section 3 of Part C) but to specific, narrowly defined social aspects such as forced or compulsory labour, or freedom of association. Future protocols will help further articulate the specific details associated with these indicators of practice and policy.

While GRI has sought to capture issues of key concern to most stakeholders, the *Guidelines* do not, at present, address the questions of all potential stakeholders. Given the diversity of social situations and issues that confront them, organisations should use stakeholder consultation to ensure that the social impacts on which they report are as complete as possible. Three areas that will require further attention in the future are employee remuneration, working time, and broadening the coverage of community. It is currently felt that these issues are best addressed on a sector-specific basis in GRI's future sector supplements. However, consideration will be given to incorporating appropriate indicators into the core *Guidelines*.

in future revision cycles.

The social performance indicators that appear in this document represent a significant step forward from the previous version of the *Guidelines* in identifying core issues that are applicable to most organisations. However, GRI social indicators will be continually enhanced over time as the field of performance measurement progresses and GRI receives further feedback on the *Guidelines*.

Social Performance Indicators: Labour Practices and Decent Work

Core Indicators	Additional Indicators
<i>Employment</i>	
LA1. Breakdown of workforce, where possible, by region/country, status (employee/non-employee), employment type (full time/part time), and by employment contract (indefinite or permanent/fixed term or temporary). Also identify workforce retained in conjunction with other employers (temporary agency workers or workers in co-employment relationships), segmented by region/country.	LA12. Employee benefits beyond those legally mandated. (e.g., contributions to health care, disability, maternity, education, and retirement).
LA2. Net employment creation and average turnover segmented by region/country.	
<i>Labour/Management Relations</i>	
LA3. Percentage of employees represented by independent trade union organisations or other bona fide employee representatives broken down geographically OR percentage of employees covered by collective	LA13. Provision for formal worker representation in decisionmaking or management, including corporate governance.

bargaining agreements broken down by region/country.	
LA4. Policy and procedures involving information, consultation, and negotiation with employees over changes in the reporting organisation's operations (e.g., restructuring).	
Health and Safety	
LA5. Practices on recording and notification of occupational accidents and diseases, and how they relate to the ILO Code of Practice on Recording and Notification of Occupational Accidents and Diseases.	LA14. Evidence of substantial compliance with the ILO <i>Guidelines for Occupational Health Management Systems</i> .
LA6. Description of formal joint health and safety committees comprising management and worker representatives and proportion of workforce covered by any such committees.	LA15. Description of formal agreements with trade unions or other bona fide employee representatives covering health and safety at work and proportion of the workforce covered by any such agreements.
LA7. Standard injury, lost day, and absentee rates and number of work-related fatalities (including subcontracted workers).	
LA8. Description of policies or programmes (for the workplace and beyond) on HIV/AIDS.	
Training and Education	
LA9. Average hours of training per year per employee by category of employee. (e.g., senior management, middle management, professional, technical, administrative, production, and maintenance).	LA16. Description of programmes to support the continued employability of employees and to manage career endings.

	LA17. Specific policies and programmes for skills management or for lifelong learning.
<i>Diversity and Opportunity</i>	
LA10. Description of equal opportunity policies or programmes, as well as monitoring systems to ensure compliance and results of monitoring. Equal opportunity policies may address workplace harassment and affirmative action relative to historical patterns of discrimination.	
LA11. Composition of senior management and corporate governance bodies (including the board of directors), including female/male ratio and other indicators of diversity as culturally appropriate.	

Social Performance Indicators: Human Rights

Core Indicators	Additional Indicators
<i>Strategy and Management</i>	
HR1. Description of policies, guidelines, corporate structure, and procedures to deal with all aspects of human rights relevant to operations, including monitoring mechanisms and results. State how policies relate to existing international standards such as the Universal Declaration and the Fundamental Human Rights Conventions of the ILO.	HR8. Employee training on policies and practices concerning all aspects of human rights relevant to operations. Include type of training, number of employees trained, and average training duration.
HR2. Evidence of consideration of human rights impacts as part of investment and procurement decisions, including selection of	

suppliers/contractors.	
HR3. Description of policies and procedures to evaluate and address human rights performance within the supply chain and contractors, including monitoring systems and results of monitoring. "Human rights performance" refers to the aspects of human rights identified as reporting aspects in the GRI performance indicators.	
<i>Non-discrimination</i>	
HR4. Description of global policy and procedures/programmes preventing all forms of discrimination in operations, including monitoring systems and results of monitoring.	
<i>Freedom of Association and Collective Bargaining</i>	
HR5. Description of freedom of association policy and extent to which this policy is universally applied independent of local laws, as well as description of procedures/ programmes to address this issue.	
<i>Child Labours</i>	
HR6. Description of policy excluding child labour as defined by the ILO Convention 138 and extent to which this policy is visibly stated and applied, as well as description of procedures/ programmes to address this issue, including monitoring systems and results of monitoring.	
<i>Forced and Compulsory Labour</i>	
HR7. Description of policy to prevent forced and compulsory labour and extent to which this policy is visibly	

stated and applied as well as description of procedures/programmes to address this issue, including monitoring systems and results of monitoring. See ILO Convention No. 29, Article 2.	
<i>Disciplinary Practices</i>	
	HR9. Description of appeal practices, including, but not limited to, human rights issues. Describe the representation and appeals process.
	HR10. Description of non-retaliation policy and effective, confidential employee grievance system (including, but not limited to, its impact on human rights).
<i>Security Practices</i>	
	HR11. Human rights training for security personnel. Include type of training, number of persons trained, and average training duration.
<i>Indigenous Rights</i>	
	HR12. Description of policies, guidelines, and procedures to address the needs of indigenous people. This includes indigenous people in the workforce and in communities where the organisation currently operates or intends to operate.
	HR13. Description of jointly managed community grievance mechanisms/ authority.
	HR14. Share of operating

	revenues from the area of operations that are redistributed to local communities.
--	---

Social Performance Indicators: Society

Core Indicators	Additional Indicators
<i>Community</i>	
SO1. Description of policies to manage impacts on communities in areas affected by activities, as well as description of procedures/ programmes to address this issue, including monitoring systems and results of monitoring. Include explanation of procedures for identifying and engaging in dialogue with community stakeholders.	SO4. Awards received relevant to social, ethical, and environmental performance.
<i>Bribery and Corruption</i>	
SO2. Description of the policy, procedures/ management systems, and compliance mechanisms for organisations and employees addressing bribery and corruption. Include a description of how the organisation meets the requirements of the OECD Convention on Combating Bribery.	
<i>Political Contributions</i>	
SO3. Description of policy, procedures/ management systems, and compliance mechanisms for managing political lobbying and contributions.	SO5. Amount of money paid to political parties and institutions whose prime function is to fund political parties or their candidates.
<i>Competition and Pricing</i>	
	SO6. Court decisions regarding cases pertaining to anti-trust and

	monopoly regulations.
	SO7. Description of policy, procedures /management systems, and compliance mechanisms for preventing anti –competitive behaviour.

Social Performance Indicators: Product Responsibility

Core Indicators	Additional Indicators
<i>Customer Health and Safety</i>	
PR1. Description of policy for preserving customer health and safety during use of products and services, and extent to which this policy is visibly stated and applied, as well as description of procedures/programmes to address this issue, including monitoring systems and results of monitoring. Explain rationale for any use of multiple standards in marketing and sales of products.	PR4. Number and type of instances of non-compliance with regulations concerning customer health and safety, including the penalties and fines assessed for these breaches.
	PR5. Number of complaints upheld by regulatory or similar official bodies to oversee or regulate the health and safety of products and services.
	PR6. Voluntary code compliance, product labels or awards with respect to social and/or environmental responsibility that the reporter is qualified to use or has received. Include explanation of the process and criteria involved.
<i>Products and Services</i>	
PR2. Description of policy, procedures/ management systems, and compliance mechanisms related to product information and labelling.	PR7. Number and type of instances of non-compliance with regulations concerning product information and labelling, including any penalties

	or fines assessed for these breaches.
	PR8. Description of policy, procedures /management systems, and compliance mechanisms related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customer satisfaction. Identify geographic areas covered by policy.
Advertising	
	PR9. Description of policies,procedures /management systems, and compliance mechanisms for adherence to standards and voluntary codes related to advertising. Identify geographic areas covered by policy.
	PR10. Number and types of breaches of advertising and marketing regulations.
Respect for Privacy	
PR3. Description of policy, procedures / management systems, and compliance mechanisms for consumer privacy. Identify geographic areas covered by policy.	PR11. Number of substantiated complaints regarding breaches of consumer privacy.

Lampiran 3.

SUSTAINABILITY: A GUIDE TO TRIPLE BOTTOM LINE REPORTING

1. Introduction

The Group of 100 established a Triple Bottom Line Working Party to prepare a guide to reporting on environmental, social and economic performance. This form of reporting is referred to as Triple Bottom Line (TBL) reporting throughout this publication, and applies to reporting information in any one or more of these three dimensions. It provides general guidance on the options for the form and content of such reporting, and addresses some of the specific issues associated with the development and implementation of TBL reporting.

The business community has, in a sense, embarked on a journey towards greater transparency and accountability in its reporting - this is reflected in a progression towards more comprehensive disclosure of corporate performance to include environmental, social and economic factors. Indeed, many companies are already communicating these aspects of corporate performance to their stakeholders.

Purpose

This booklet is not intended to prescribe how companies should approach public reporting of economic, environmental and social information; nor does it presume that companies should be communicating with stakeholders on these aspects of corporate performance.

The purpose of this booklet is to provide an explanatory guide for senior executives thinking about TBL reporting, to outline the concepts, and to provide assistance in relation to some of the key issues associated with TBL reporting, including:

- ❖ What is TBL reporting?
- ❖ What are the potential benefits and pitfalls?
- ❖ How could I respond?

This guide seeks to cut through the enormous body of information on this subject and provide clarity for senior executives in relation to some of the key issues associated with TBL reporting.

The Australian business perspective

TBL reporting is assuming increasing prominence on the agendas of a number of major Australian industry bodies including the Business Council of Australia (BCA), the Australian Institute of Company Directors, The Institute of Chartered Accountants in Australia, and a range of other professional and representative groups.

For example, the BCA has released two major documents relating to sustainable development and TBL reporting: a Statement on Strategies for Sustainable Development (May 2001), and Public Environmental Reporting An Issues Paper (December 2000).

Some TBL information has been reported for a number of years and it is now being recognised by a wider audience as a major tool to support companies in demonstrating their commitment to sustainable development.

This booklet seeks to explain TBL reporting in the broader context of the Australian business community's approach to sustainable development.

Alignment with business strategy

TBL reporting has little relevance to its stakeholders or the reporting company if it is developed independently of the

company's overall business strategy.

A critical decision that needs to be made early in the process is what needs to be reported to stakeholders to support a company's strategic agenda if the reporting is not simply to become what is often referred to as "greenwash" -information that is disclosed by a company seeking to improve its image without any substantive intention to use the data to improve its performance. A range of strategic drivers is likely to underlie any decision to publish TBL information. These drivers are discussed at greater length in the section entitled Why Report - The Business Benefits in Reporting and include securing competitive advantage, and maintaining pace with developments within the industry sector.

For example, in this context, a company may choose to move to the leading edge of TBL reporting in their industry in order to support its strategic objectives. Alternatively, the company may opt for direct communication with specific stakeholders and limit other public reporting to its statutory obligations.

The senior management should take this decision because it should not be taken lightly. It has important resource implications and an inappropriate approach may be worse than not adopting it at all. For success it relies on a company having as one of its values open and on-going communication with its stakeholders.

While TBL reporting is often published separately from statutory financial reporting, the success (or otherwise) that such reporting has in driving achievement of overall strategic objectives has important implications for financial performance.

2. Background and Context

What is triple bottom line reporting?

There is no single, universally accepted definition of TBL reporting. In its broadest sense, and for the purposes of this booklet, TBL reporting is defined as corporate communication with stakeholders that describes the company's approach to managing one or more of the economic, environmental and/or social dimensions of its activities and through providing information on these dimensions.

Consideration of these three dimensions of company management and performance is sometimes referred to as sustainability or sustainable development. However, the term TBL is used throughout this booklet.

In its purest sense, the concept of TBL reporting refers to the publication of economic, environmental and social information in an integrated manner that reflects activities and outcomes across these three dimensions of a company's performance.

Economic information goes beyond the traditional measures contained within statutory financial reporting that is directed primarily towards shareholders and management. In a TBL context, economic information is provided to illustrate the economic relationships and impacts, both direct and indirect, that the company has with its stakeholders and the communities in which it operates.

The concept of TBL does not mean that companies are required to maximise returns across three dimensions of performance - in terms of corporate performance, it is recognized that financial performance is the primary consideration in assessing its business success.

Trend towards triple bottom line reporting

Companies are increasingly including economic, environmental and social information in their public reporting, in addition to the financial information required for statutory reporting. For some companies, this involves publication of a separate report or reports. For others, it involves including such information within their annual reporting to shareholders.

A number of factors are driving this shift in public reporting, including response to mandatory requirements; consistency with emerging public commitments by business through voluntary codes of behaviour or charters and their associated business and signatory requirements; and the increasing and changing demands from stakeholders for greater transparency about operating policies and results. Stakeholders are placing increasing emphasis on understanding the approach and performance of companies in managing the environmental and social/community impact of their activities, and on obtaining a broader perspective of the economic impact of companies.

The importance of stakeholders

Stakeholders typically include the following groups:

- ❖ Shareholders and investors;
- ❖ Employees;
- ❖ Customers;
- ❖ Suppliers;
- ❖ Community;
- ❖ Commonwealth, State and Local governments;
- ❖ Other stakeholders, including: business partners, local authorities and regulatory bodies, trade unions, and non-governmental organizations.

It is impossible for a company to accommodate the often-competing interests of all stakeholder groups in its public reporting. Essentially the company will seek to prioritise among these stakeholder groups and target its reporting to those stakeholder groups, and on those issues most critical to the company's success.

As TBL reporting develops, increased attention will be given to its role as part of an integrated communications strategy seeking to meet the requirements of key stakeholder groups - the delivery of such 'stakeholder appropriate' reporting is seen to provide greater value to the reporting company and better communicate information to the respective stakeholders to whom the reporting is directed.

Why report – the business benefits in reporting

A substantial and varied body of literature dealing with the 'business case' for TBL reporting has been developed during the last five to ten years.

Alignment of company reporting with the expectations of key stakeholders serves to improve the quality of a company's relationships with such stakeholders and thus protect and enhance the value of the organisation. Some of the specific organisational benefits identified include:

- Reputation and brand benefits - corporate reputation is a function of the way in which a company is perceived by its stakeholders. Effective communication with stakeholders on one or more of the environmental, social, and economic dimensions can play an important role in managing stakeholder perceptions, and, in doing so, protect and enhance corporate reputation.
- Securing a 'social licence to operate' - a 'licence to operate' is not

a piece of paper, but informal community and stakeholder support for an organisation's operations. Business is increasingly recognising the link between ongoing business success and its 'licence to operate', especially in the resources sector where the concept of a social licence to operate has been central for some years. Communication with stakeholders is often critical to securing and maintaining a 'licence to operate' Communities and stakeholders generally, are likely to be more supportive of companies that communicate openly and honestly about their management and performance in relation to environmental, social and economic factors.

- Attraction and retention of high calibre employees - existing and prospective employees have expectations about corporate environmental, social and economic behaviour, and include such factors in their decisions. The publication of TBL-related information can play a role in positioning an employer as an 'employer of choice' which can enhance employee loyalty, reduce staff turnover and increase a company's ability to attract high quality employees.
- Improved access to the investor market - a growing number of investors are including environmental and social factors within their decision-making processes. The growth in socially responsible investment and shareholder activism is evidence of this. Responding to investor requirements through the publication of TBL-related information is a way of ensuring that the company is aligning its communication with this stakeholder group, and therefore enhancing its attractiveness to this segment of the investment market.
- Establish position as a preferred supplier - obtaining a differentiated position in the market place is one way to establish the status of preferred supplier. Effectively communicating with stakeholder groups on environmental, social and economic issues

is central to obtaining a differentiated position in the market place.

- Reduced risk profile - there is an expanding body of evidence to suggest that performance in respect of economic, social and environmental factors has the capacity to affect the views of market participants about a company's exposure to, and management of, risk. TBL reporting enables a company to demonstrate its commitment to effectively managing such factors and to communicate its performance in these areas. A communication policy that addresses these issues can play an important role in the company's overall risk management strategy.
- Cost savings - TBL reporting often involves the collection, collation and analysis of data on resource and materials usage, and the assessment of business processes. For example, this can enable a company to better identify opportunities for cost savings through more efficient use of resources and materials.
- Innovation - The development of innovative products and services can be facilitated through the alignment of R&D activity with the expectations of stakeholders. The process of publishing TBL reporting provides a medium by which companies can engage with stakeholders and understand their priorities and concerns.
- Aligning stakeholder needs with management focus - External reporting of information focuses management attention on not only the integrity of the data but also the continuous improvement of the indicator being reported.
- Creating a sound basis for stakeholder dialogue - Publication of TBL reporting provides a powerful platform for engaging in dialogue with stakeholders. Understanding stakeholder requirements and alignment of business performance with such requirements is fundamental to business success. TBL reporting

demonstrates to stakeholders the company's commitment to managing all of its impacts, and, in doing so, establishes a sound basis for stakeholder dialogue to take place.

In addition to the benefits obtained through superior relationships with key stakeholder groups, the decision to be publicly accountable for environmental and social performance is often recognised as a powerful driver of internal behavioural change. The availability of relevant information on economic, environmental and social performance that previously may not have been collected and evaluated in a readily understood manner may enable executives to identify and focus attention on specific aspects of corporate performance where improvement is required.

3. Detailed Guidance

Relevant literature

A vast body of literature is available for executives seeking detailed guidance on TBL reporting. Internationally, the most prominent, comprehensive and generally accepted guidance is that published by the Global Reporting Initiative (GRI).

Within Australia, Environment Australia has published a framework for public environmental reporting, which forms one element of TBL reporting. In addition, Environment Australia and the Federal Department of Family and Community Services (DFACS) are currently developing environmental and social indicators, respectively, for TBL reporting in Australia, based on the GRI.

Global Reporting Initiative

The GRI began in 1997, with Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) and the United Nations Environment Program combining activities with a view to enhancing the quality, rigor, usefulness and consistency of TBL reporting. Support for the GRI has grown significantly since inception, and it now enjoys the backing and involvement of a broad range of parties that have worked to establish a set of internationally acceptable reporting guidelines.

Sector Supplements, Issue Guide Documents, and Technical protocols will supplement the Guidelines in time. However, the Guidelines is the foundation document, with all additional guidance based upon it. As of December 2002, Sector Supplements were available for Financial Services, Mining and Tour Operators, with Automotive sector supplements under development.

While the Guidelines provide a valuable framework for assisting companies with the development of TBL reporting, the GRI acknowledges that companies will choose an approach that best suits their specific circumstances, as well as an incremental approach in applying the Guidelines.

The Guidelines can be accessed using the internet address:

www.globalreporting.org/GRIGuidelines/2002/gri 2002
guidelines.pdf

Qualities and characteristics of information in TBL reports

TBL reports usually contain both qualitative and quantitative information. In order for all reported information to be credible, regardless of whether the information is qualitative or quantitative, it is suggested that it should possess the following characteristics. These include:

Reliability information should be accurate, and provide a true reflection of the activities and performance of the company.

Usefulness the information must be relevant to both internal and external stakeholders, and be relevant to their decision-making processes.

Consistency of presentation throughout the report there should be consistency of presentation of data and information. This includes consistency in aspects such as format, timeframes, graphics, and metrics.

Full disclosure reported information should provide an open explanation of specific actions undertaken and performance outcomes.

Reproducible - information is likely to be published on an ongoing basis, and companies must ensure that they have the capacity to reproduce data and information in future reporting periods.

Auditability alignment with the trend towards external verification requires that all statements and data within the report be able to be readily substantiated.

Where the reported information possesses these characteristics, the reporting company is able to present objective, balanced and credible information that delivers benefits to both the reporting company and its stakeholders, while also minimising any potential reputation risk associated with the publication of TBL reporting.

4. Forms of Reporting

There are a number of different options available for any company considering TBL reporting, including:

- Inclusion of environmental and social information within annual reporting to shareholders;
- A separate environment report or community report;
- Separate environment and social reports;
- Combined social and environment report;
- Full TBL report; and
- Any other form of communication with stakeholders.

Any of these forms of reporting may be published as a reporting document or may be made publicly available on the company web site. Most reporting companies make hard copy publications available and also provide access to the report through the company web site.

The advantage of web-based reporting is that it can be kept up to date on a regular basis whereas a published report becomes out of date over time. The former also allows easier access to stakeholder feedback and the possibility of real time engagement on issues that have current impact.

The decision to undertake TBL reporting is a journey - a company's initial approach likely to be considerably different from that adopted in future years. Yet it is a journey that, once commenced, is very difficult to reverse.

Choosing a path forward

A diversity of factors will determine the initial approach and path forward, including:

- Overall company strategy;
- The nature and form of any environmental and social reporting the company has already undertaken;

- Prioritisation of stakeholders' informational needs;
- Sector specific considerations;
- Company objectives in relation to public reporting; and
- Existing capability to report - resource availability, internal systems, access to data, and availability of reliable data on an ongoing basis.

Whilst the information needs and expectations of a diverse range of stakeholders could be taken into account, companies should limit their reporting to information that is required by key stakeholders. The delivery of such 'stakeholder appropriate' reporting is seen to provide greater value to both the reporting company and the stakeholders to whom the reporting is directed.

Similarly, the specific mode of reporting adopted should reflect the nature of the company's business activities. For example, a financial services company would be expected to focus its reporting on community / social aspects, whereas an oil refinery would be expected to focus primarily on environmental aspects. That is not to dismiss the importance of the environmental impacts associated with the financial services industry nor the social impact associated with an oil refinery, but is illustrative of where allocation of resources and effort are likely to be prioritised.

A reporting progression

A possible progression over a number of years for a company choosing to communicate TBL-related information is set out below.

A Progression Towards Triple Bottom Line Reporting

1. Brief marketing publications including newsletters and brochures
2. Inclusion of limited environmental/ social information within

statutory reporting

3. Commencement of consistent annual reporting on environmental/ social issues, primarily descriptive in nature with minimal quantitative data
4. Publication of separate environment and/or community reports (emergence of independent report verification)
5. Annual reporting based upon detailed environmental/ social performance data with clear linkage to objectives and outcomes. The report is publicised and provided through a range of distribution channels to stakeholders
6. Integration of economic, environmental and social performance measurement into a single report - Triple Bottom Line reporting

This table is a means of indicating that there is no "one size fits all" approach to communicating TBL-related information to stakeholders.

As discussed above, for companies to derive maximum value from public reporting, alignment with stakeholder requirements, and maintaining the qualitative characteristics of reported information is critical.

For some companies, those forms of reporting identified in the early stages of the progression may be most suitable for the stakeholder groups to whom such reporting is targeted and, accordingly, any progression towards full TBL reporting is likely to be inappropriate, at least initially.

5. Implementation and Strategy

In order to maximise the benefits associated with TBL reporting,

development and implementation of TBL reporting should be integrated with overall business strategy and objectives.

Key issues for consideration in the development and implementation of TBL reporting include: a clear definition of the role of TBL reporting in driving strategic business objectives; establishment of the resource and cost requirements; awareness of any associated legal implications; and understanding the risks involved in publishing TBL information.

A decision to move to full TBL reporting should not be taken lightly. It must have senior management endorsement and commitment, as it may have major resource implications, and a half-hearted approach is likely to be worse than not adopting it at all.

The reporting process

The major steps involved in undertaking the reporting process are:

1. Planning for Reporting

- Understand the national, international and industry sector trends in TBL reporting
- Identify key stakeholders
- Establish the 'business case' and set high-level objectives for TBL reporting
- Secure support from the Board and senior executives
- Identify resource requirements and determine budget

2. Setting the Direction of Reporting

- Engage with stakeholders to understand their requirements
- Prioritise stakeholder requirements and concerns
- Set overall objectives for TBL reporting

- Review current approach and assess capability to deliver on reporting objectives
- Identify gaps and barriers associated with current approach, and prioritise risks associated with overall reporting objective
- Review of associated legal implications
- Develop TBL reporting strategy
- Determine performance indicators for inclusion in report
- Establish appropriate structure and content of the report

3. Implementatinf of the TBL Reporting Steategy

- Implementation of TBL reporting strategy (including required data collection and review processes)
- Clarify relationship to statutory financial reporting

4. Publication of TBL Report

- Prepare draft report
- Review content and structure of report internally, and modify accordingly
- Obtain independent assurance - external verification
- Publish TBL report
- Seek feedback from stakeholders and incorporate into planning for the next period's reporting.

Key challenges

Specific challenges associated with TBL reporting vary from company to company and between industry sectors. In working to overcome challenges associated with the implementation of TBL reporting, the principal areas requiring specific effort include:

- ❖ Gaining an awareness of relevant issues associated with TBL to the reporting organisation;
- ❖ Obtaining an understanding of the requirements of key stakeholders in relation to public reporting;
- ❖ Achieving clarity in relation to the company's objectives and the risks related to reporting; and
- ❖ Determining key indicators of environmental, social and economic performance, and basis of measurement.

Managing key challenges

Matters to be considered in addressing challenges in implementation of TBL reporting are summarized in Table 1 on page 26. Guidelines, frameworks and toolkits have been developed with the purpose of achieving greater standardisation and consistency in TBL reporting. However, given the unique circumstances and issues in different industry sectors, a uniform "one size fits all" approach across all industry sectors is neither practical nor appropriate.

Table 1. Managing Key Challenges

Key Challenge	Approach to Overcoming Key Challenge
Awareness of the relevance of TBL	Review of international, national and industry sector trends in TBL reporting
	Review of competitor activity in TBL reporting

	Assessment of the business implications for the company
Understanding key stakeholder requirements & expectations	Identify stakeholders
	Engage in dialogue with key stakeholders Insight into stakeholder
Clarity in relation to objectives & risks	Engage senior executives in order to gain their perspective.
	Assess current capability to meet stakeholder expectations Determination of objectives & awareness of risks
Measurement of key aspect of Triple Bottom Line Performance	Development of KPIs and metrics Ensure alignment with stakeholder expectations and company objectives

The importance of metrics and performance indicators

The use of appropriate measurement indicators, presented in a consistent and recognisable manner, can distil a large amount of complex information into a relevant and readily understood form. The communication of information about corporate activity and performance.

Questions to consider when assessing measurement indicators for inclusion in Triple Bottom Line reports:

- Does the indicator address the requirements and concerns of key stakeholders?
- Is the indicator aligned to company objectives and policy?
- Will the indicator provide management with information to guide decision-making?

- Does the indicator adequately convey information about performance that is specific to the industry sector?
- Does the indicator facilitate comparison with competitors?
- Can internal systems generate accurate, reproducible data?
- What is the risk in publishing a specific measure of performance?
- Is it a significant management issue for the reporting entity?

In order to develop metrics that provide a meaningful measure of performance, companies must identify the factors that drive business value and understand the sources of such value. They should seek to identify and develop measurement indicators that align with stakeholder needs and expectations, are consistent with company objectives and strategy, and drive tangible business improvement.

The GRI has committed significant effort to the development of sustainability/TBL indicators and, while prescriptive in approach, these have obtained broad acceptance. The GRI has established two groups of indicators - "Core Indicators" and "Additional Indicators". Companies stating that they comply with the GRI Guidelines are expected to apply the core indicators or explain why such indicators are not applicable.

Additional indicators are those to be used at the discretion of the reporting company. The GRI approach classifies indicators in the three areas of company impact: economic, environmental and social; with each area being further subdivided into Categories and Aspects as illustrated in Table 2. "Core" and "Additional" indicators are then prescribed for each category.

While providing a useful framework for considering performance

indicators, the reality for a majority of Australian companies that do not undertake operations in developing countries is that a number of the areas of measurement listed in the Guidelines will bear little relevance to their specific business activities.

This reinforces the importance of reporting companies developing indicators in a structured way that reflects their own objectives and the requirements of key stakeholder groups.

Performance indicators are detailed for each of the aspects detailed in Table 2. For example, in the Social Performance Indicators category of Labour practices and decent work, under the aspect of Employment, the Guidelines propose the following specific core indicators:

- Breakdown of workforce (where possible) by:
 - Region/country
 - Status (employee/non-employee)
 - Employment type (full time/part time)
 - Employment contract (indefinite, fixed term or temporary)
 - Identify workers retained in conjunction with other employers (temporary agency workers or workers in co-employment relationships), segmented by region/country.
- Net employment creation and average turnover segmented by region/country.

The following additional indicators are also proposed under the aspect of Employment: Employee benefits beyond those legally mandated (e.g. contributions to health care, disability, maternity, education, and retirement).

Table 2 . GRI Indicator Matric

INDICATOR TYPE	CATEGORY	ASPECT
---------------------------	-----------------	---------------

Economic Performance Indicators	Direct Economic Impacts	Customers
		Suppliers
		Employees
		Providers of Capital
		Public Sector
Environmental Performance Indicators	Environmental Impacts	Materials
		Energy
		Water
		Biodiversity
		Emissions, effluents & waste
		Suppliers
		Products and services
		Compliance
		Transport
		Overall
Social Performance Indicators	Labour practices and decent work	Employment
		Labour management/ relations
		Health and safety
		Training and education
		Diversity and opportunity
	Human rights	Strategy and management
		Non-discrimination
		Labour / management relations
		Freedom of association & collective bargaining
		Child labour
		Forced and compulsory labour
		Disciplinary practices
	Society	Security practices
		Indigenous rights
		Community
		Bribery and corruption
	Product responsibility	Political contributions
		Competition and pricing
		Customer health and safety
		Products and services

Alignment with business strategy and objectives

The decision to publish a TBL report will be driven primarily by the strategic direction of the company and the need for competitive advantage from being transparent in reporting TBL performance indicators.

Management of these factors is a core element of overall enterprise strategy. In order for TBL reporting to drive maximum value, it is essential that the information reported aligns with business strategy and objectives and accurately reflects the focus of company activity in these particular areas. This serves to reinforce the importance of companies developing indicators in a structured way that reflects their objectives and the requirements of key stakeholder groups.

Relationship with financial reporting

The information contained in a TBL report is of a different nature to that included in a financial report, often examining micro-aspects of performance that underlies some of the information included in financial reports.

Implementing TBL reporting enables a company to identify specific aspects of performance that, if modified, can drive superior financial performance. This may be achieved through the collection and analysis of relevant and tangible information that facilitates:

- Identifying opportunities for cost savings through a better understanding of the usage of energy, raw materials and other inputs to production;
- Enhancing reputation through clear awareness of regulatory breaches;
- Determining additional revenue opportunities through sale of waste streams or used materials; and
- A broader understanding of the company's risk profile and

exposures.

With the increasing focus on corporate governance practices and transparent disclosure, information on a company's risk exposures and the management of these exposures is increasingly reflected in financial reporting disclosures and the directors' review of operations and financial condition. TBL reporting enables environmental and social risks that have the capacity to materially affect financial performance to be identified and, therefore, included in financial reports. For example, in the United States of America disclosure of such risks is reported to comply with the Securities and Exchange Commission's requirements, in Australia directors are required to make disclosures about environmental factors in the directors' report.

Disclosure of TBL-related information is assuming growing importance within the finance sector, particularly in respect of investment products. The publication of such information in a manner that aligns with the presentation of information in financial reports will enhance the credibility of TBL reporting within the finance industry.

6. Verification

Independent verification of TBL reports is being sought by an increasing number of companies to provide assurance about the reliability and integrity of the reporting process and to enhance the credibility of the report. There are currently no statutory requirements or generally accepted standards in relation to the preparation, publication and attestation of TBL reports.

Accordingly, a customised approach is usually adopted, based upon

agreed procedures between the reporting company and the company or individuals providing independent verification. Such agreed upon procedures vary from verification of specific data and underlying processes through to substantiation of material facts and assertions or a combination of both.

There are also options available to companies in relation to who conducts the verification, ranging from the 'Big Four' chartered accounting firms and major engineering consultancies, who have practices specialising in verification of all three elements of TBL reporting through to smaller boutique environmental and social consultancies or individuals with strong social credentials. The choice of the type of verification required will influence the selection of the verifier/s of the report.

There are some emerging voluntary guidelines designed to assist the development of consistency in the verification process. These include:

- The Global Reporting Initiative; and
- The AA1000 Assurance Standard Guiding Principles consultation document published in June 2002 by the Institute of Social and Ethical Accountability.

The trend towards more transparent public reporting of corporate performance is likely to result in increased incidence of independent verification of such reporting, and greater standardisation of the verification and assurance process.

Global Reporting Initiative

The GRI Guidelines contain information to assist companies seeking to enhance the credibility of their reports through

independent verification and assurance. The Guidelines highlight five critical areas for consideration by those companies seeking independent assurance:

Internal information systems and processes - investigation and evaluation of the effectiveness of internal systems and processes to provide accurate and meaningful data.

The Assurance process - in order to provide value to the reporting company, the assurance process must provide assurance in relation to subject matter, evidence, control systems, and the usefulness of reported information.

Selection Of assurance providers the assurance provider should be independent, be able to balance stakeholder and company needs, have no conflict of interest, be able to commit sufficient time and appropriate resources.

Director's Responsibilities recognition by the Board of the role of the assurance provider and ensuring that sufficient resources and access is made available to the assurance provider serves to enhance the process.

Assurance statements/reports - the GRI offers guidelines on the minimum requirements for inclusion in assurance statements and reports.

In addition, the Guidelines identify several issues that companies and other organisations should consider in choosing an independent assurance provider.

AA1000 Assurance Standard

The AA1000 Assurance Standard has developed an approach for assurance providers to assess the credibility of publicly reported TBL related information. Verification of TBL reports in accordance with the AA1000 Assurance Standard must apply the AA1000 Assurance Principles.

The AA1000 Assurance Principles are:

Completeness - the inclusion of all appropriate information.

Materiality information is seen to be material if it would reasonably influence the conclusions and decisions of the report's users; and misinformation is material if it would have a similar influence.

Responsiveness - refers to a commitment to continuous improvement in relation to its impacts, stakeholder concerns and relevant standards.

Accessibility - effective communication of TBL information in a manner that is readily accessible and affordable for the stakeholder.

Evidence and Assurance Approaches concerns the evaluation of the supporting data, systems, policies and procedures.

In developing an approach to reporting, companies should be mindful that at some point in the future they are likely to require independent verification of their reporting, underlying systems, and policies. In this context procedures should be developed in such a way as to facilitate verification and assurance processes.

Advantages in verification

The primary advantage in seeking external verification and assurance of TBL reporting is to provide the board, senior

executives and external stakeholders with assurance of the credibility of the information reported.

The decision to publish a TBL report has the potential to expose a company to additional risk in relation to the reliability of the report's content - stakeholders may hold the company accountable for the information reported. If information reported is lacking credibility and cannot be readily substantiated there is a risk of reputation damage, erosion of brand, negative media publicity and a general loss of stakeholder support and trust. Independent verification that provides the Board and senior executives with assurance as to the accuracy and reliability of reported statements and information is seen as a most effective means of managing this risk.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tuwaijri, S.A., et al, 2004, The Relation among environmental Disclosure, environmental performance and economic performance; a simultaneous equations approach, *Accounting Organization and Society*, Vol. 29, 447-471.
- Atskin, Betsy, 2006, Is Corporate Responsibility Responsible ?, Directorship November 2006, *Academy Research Library*, p.33.
- Baron, D.P.M, 2007, Managerial Contracting and Corporate Social Responsibility, *Journal of Public Economics*, forthcoming.

- Beets, S. Douglas and Christopher C. Souther. 1999. Corporate Environmental Reports: The Need for Standards and an Environmental Assurance Service. *Accounting Horizons*. Vol 13, No. 2, p. 129-145.
- Belkaoui, A. and Karpik, P.G. (1989), "Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 36-51.
- Berthelot, Cormier and Magnan, 2003, Environmental disclosure research: Review and synthesis, *Journal of Accounting Literature* 22; 1-44.
- Bhattacharya and S. Sen, 2004, Doing better at doing good: When, why and how consumers respond to corporate social initiatives, *California Management Review* 47 (1); 9-24.
- Birt et al, 2005, *Accounting; Business Reporting for Decision Making*, Australia, John Willey & Sons.
- Carroll, Archie B, 1991, The pyramid of corporate social responsibility; toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons* July – August 34; 39-48.
- , 1999, Corporate Social Responsibility, Evolution of Definitional Construct, *Business and Society*, Vol 38 no. 3, Sept 1999. p 268-295.

- Chappel & Moon, 2005. *Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia A Seven-Country Study of CSR Web Site Reporting, Business & Society*, Vol. 44 No. 4, December, 415-441
- Colbert B.A & Kurucz E.C;2007, Three Conceptions of Triple Bottom Line Business Sustainability and the Role of HRM, *Human Resource Planning*; 30, 1; pg. 21
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. (1987), "The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And Frequency-Based Analysis", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 12 No. 2, pp. 111-22.
- Daniri, Mas Achmad, 2005, *Good Corporate Governance, Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*, Jakarta, PT RAY INDONESIA
- Donaldson, Thomas and Lee E Preston, 1995, The stakeholder theory of the corporation : Concepts, evidence, and implications, *Academy of Management Review* 20; 65-91.
- Effendi, Muhammad Arief,2007, Implementasi GCG Melalui CSR, 7 November 2007, diakses dari muhariefeffendi.wordpress.com

- Forum for Corporate Governance Indonesia. 2004 Corporate Governance, <http://www.fcgi.co.id> akses pada 7 Februari, 2005.
- Freeman R,E & Reed DL, 1983, Stockholders and stakeholders; a new perspective on corporate governance, *California Management Review* Vol XXV No.3, Spring.;88-106.
- Freeman RE and W Evan, 1990, Corporate governance: A stakeholder interpretation, *Journal of Behavioral Economics* 19/4; 337-359.
- Feedman, M. dan Jaggi, B. 1992. "An Investigation of The Long-Run Relationship Between Pollution Performance and Economic Performance: the Case of Pulp-and-Paper Firms". *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 3(4). pp.315-336.
- Gallego Isabel, 2006, The Use of Economic, Social and Environmental Indicators as a Measure of Sustainable Development in Spain, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* **13**, 78–97
- Garriga, Elisabeth and Domenec Mele, 2004, Corporate Social Responsibility, Theories, Mapping and The Territories, *Journal of Business Ethics* Vol 53, p 51-71.
- Global Reporting Initiative, 2002. Sustainability Reporting Guidelines', GRI, Boston. Retrieved: 23 September 2004, from [www. global-reporting.org](http://www.global-reporting.org)

- Gray, Rob; Dave Owen and Keith Maunders. 1988. Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 1, No. 1, p. 6- 20
- Gray, Rob; Reza Kouhy and Simon Lavers. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 2, p. 47-77
- Gray, R , Dey, C., Owen, D., Evans, R. & Zadek, S., (1997). “Struggling with the Praxis of Social Accounting: Stakeholders, Accountability, Audits and Procedures”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No. 3, pp. 325-364
- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke (2005), “The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting”, *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391-430.
- Harrison, Jeffrey S., dan Freeman R.Edward, 1999, Stakeholders, Social Responsibility, and Performance: Empirical Evidence and Theoretical Perspective, *Academy of Management Journal* Vol 42, No. 5, 479-485.
- Hedberg & Fredrik von Malmborg, 2003; The Global

Reporting Initiative and Corporate Sustainability
Reporting in Swedish Companies, *Corporate Social
Responsibility and Environmental Management*, **10**,
153–164

Hillman, A. and G. Keim, 2001, Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22, 125-139.

Hill, Charles W.L. and Thomas M. Jones. 1992. Stakeholder-Agency Theory. *Journal of Management Studies*. Vol. 29, No. 2, p. 131-154.

Hubbard, G, 2009, Measuring Organizational Performance: Beyond the Triple Bottom Line, *Business Strategy and the Environment* **19**, 177–191, Published online 19 December 2006 in Wiley InterScience.

Hunger J David & Wheelen, 2003, *Manajemen Strategis*, Terjemahan Julianto Agung, Edisi II, Yogyakarta, Penerbit Andi.

Jamali et al; 2008; Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships; *Journal of Compilation* Vol 16, No 5, September.

Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 228 Tahun 2005 Tentang Hasil Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) Tahun 2004 – 2005, www.menlh.go.id

- Klassen, Robert, and McLaughlin, "The Impact of Environmental Management on Firm Performance," *Management Science* 42:8 (1996), 1199-1214
- Kotler, Philip and Nancy Lee, 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*, New Jersey : John Wiley and Sons.
- Khomsiyah. 2005. Analisis Hubungan Struktur dan Indeks *Corporate Governance* Dengan Kualitas Pengungkapan. *Disertasi S-3 Fakultas Ekonomi. UGM. Yogyakarta*.
- Lantos GP, 2001, The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility, *Journal of Consumer Marketing* 18(2); 595-630.
- Lehman, Glen. 1999. Disclosing New Worlds: A Role for Social and Environmental Accounting and Auditing. *Accounting, organizations and Society*. Vol. 24, p.217-241
- Lewis, Linda and Jeffrey Unerman. 1999. Ethical Relativism: A Reason for Differences in Corporate Social Reporting. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 10, p. 521-547
- Mathews, M.R., (1997). "Twenty-Five Years Of Social And Environmental Accounting Research: Is There A Silver Jubilee To Celebrate?", *Accounting, Auditing and*

Accountability Journal, Vol. 10, No. 4, pp. 487-531

Mc Barnett, Doreen et al., 2007, *The New Corporate Accountability; Corporate Social Responsibility & The Law*, New York, Cambridge Univ Press.

Majundar, Sumit K., and Alfred A. Marcus, 2001, Rules versus discretion: The productivity consequences of flexible regulation, *Academy of Management Journal* 44; 170-179.

Murray, Jill, Corporate Social Responsibility, An Overview of Principles and Practices, *Working Paper no. 24 International Labour Organisation*.

Roberts, R.W. (1992), "Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application Of Stakeholder Theory", *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612.

Sen, Shanker & Bhattacharya, CB., 2001, *Journal of Marketing Research*, 2001, *Consumer Reaction to Corporate Social Responsibility*, (Online), (<http://www.extenza-eps.com/AMA/doi/abs/10.1509/jmkr>, diakses tanggal 4 Mei 2006).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2004, *OECD Principles of Corporate Governance*, OECD Publication Service.

Orlitzky et al, 2003, Corporate social and financial performance: A meta-analysis,
Organization Studies 24 (3); 403-441.

Painter M. & Morland, 2006, Triple bottom-line reporting as social grammar: integrating corporate social responsibility and corporate codes of conduct, *Business Ethics: A European Review* Volume 15 Number 4 October.

Robins,F., 2005, The future of corporate social responsibility,
Asian Business & Mangement, No. 4, 95-115.

Roberts, R.W. (1992), “Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosures: An Application of Stakeholder Theory”, *Accounting, Organization and Society*, Vol. 17, No. 6: 595-612.

Sarumpaet et al, 2007, *Market Reaction and Earnings Management Following Environmental Performance Ratings in Indoneisa*, Asian Academic Accounting Association, 8, Yogayakarta.

Schwartz MS, Carroll AB, 2003, Corporate Social Responsibility; A Three Domain Approach, *Business Ethics Quarterly* 13 (4); 503 – 530.

Sembiring, Eddy Rismanda, 2005, Karakteristik Perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: study

empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Seminar Nasional Akuntansi VIII*. Solo. 379-395.

Shailer, Greg, , 2004, *Introduction Corporate Governance in Australia*, *Pearson Australia Demand Print Centre*, French Forest, NSW.

Solomon, J dan Solomon, A, 2006, *Corporate Governance and Accountability*, England; John Wiley & Sons Ltd.

Shrivastava, Paul, 1995, Ecocentric management for a risk society, *Academy of Management Review* 20; 118-137.

Steiner & Steiner, 2006, *Business, Government & Society: A Managerial Perspective*, McGraw Hill Corp.

Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep-117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan praktik GCG pada BUMN

Suratno et al, 2006, Pengaruh *Environmental Performance* Terhadap *Environmental Disclosure* dan *Economic Performance*, Studi Empiris Pada Perusahaan Terdaftar di BEJ), *SNA 9 Padang*.

Syaiful & Jan, 2006, Defining Corporate Social Responsibility, *Journal of Public Affairs* August-November, London UK;176-184

The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA).

2004. *An Introduction to Sustainability Reporting for Organisations in Indonesia*.

Tim Studi Pengkajian Penerapan Prinsip-Prinsip OECD 2004 dalam Peraturan Bapepam mengenai Corporate Governance, 2006, Studi Penerapan Prinsip-Prinsip OECD 2004 Dalam Peraturan BAPEPAM Mengenai Corporate Governance, *DEPT KEUANGAN RI, BADAN PENGAWAS PASAR MODAL DAN LEMBAGA KEUANGAN*.

Trotman, K.T., and G.W. Bradley (1981), "Associations between Social Responsibility Disclosure and Characteristics of Companies", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 6, No. 4, pp. 355-362.

Tsang, Erie WK, 1998, A longitudinal Study of corporate social reporting in Singapore; The case of the banking, food & beverage and hotel industries, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol 11, No 5, p 624-635.

Tsukamoto, S.W., 2007, Moral agency, profits, and the firm: Economics revision to the Friedman theorem, *Journal of Business Ethics*, No. 70, 209-220.

Undang-undang No 40 tentang Perseroan Terbatas.

Unilever, 2006, *Environmental and Social Report 2006*, (Online), (<http://www.unilever.co/report/csr.lib>, diakses tanggal 28 Mei 2007).

Universitas Padjadjaran. 2007. *Pedoman Penulisan Tesis / Disertasi Program Pascasarjana*. Bandung : Unpad.

Utama, Sidharta, 2007, *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*, Pidato Upacara Pengukuhan Guru Besar Tetap Bidang Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Walhi (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia), 2007, Ecological Disaster and Indonesian Sustainability, Retrieved:1 9 March 2007 from [http://www.ens.walhi.or.id/lkampanye/psda/070125 disaster cu](http://www.ens.walhi.or.id/lkampanye/psda/070125%20disaster%20cu).

Wolk, Tearney and Dod, 2001, *Accounting Theory; A Conceptual & Institutional Approach*, SouthWestern College Publishing, Thomson Learning, USA.

csrarticles.blogspot.com
www.telkom.co.id
www.astra.co.id.
www.kompasonline.co.id