

**MENGEKSPLORASI KEPEDULIAN LINGKUNGAN DAN SOSIAL PT. AKR
CORPORINDO TBK. MELALUI LAPORAN CSR (STUDI SEMIOTIKA DAN
INDEKS PENGUNGKAPAN)**

Efi Priyanti
Ari Kamayanti
Soesilawati S. Atmadja¹

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the key principles of Good Corporate Governance (GCG), which is a concept in which corporations place great concern on their contributions to society and environment. This concept would redirect corporations' goals, not just to obtain high profit. It is realized that society and environment are important aspects to the corporations' going concern. CSR has been decreed in the government regulations No. 40, 2007 in article 74 to further legitimate its implementation. This article explores the disclosure of CSR of PT. AKR Corporindo Tbk through semiotics and disclosure index analysis. The results indicate that CSR has been done by PT. AKR Corporindo Tbk to convince its stakeholders and to cast image that it is a very caring and concerned company to social and environmental issues.

Key words : *corporate social responsibility, annual report, semiotic, disclosure index*

1. PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini terdapat kecenderungan meningkatnya tuntutan publik atas transparansi dan akuntabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *Good Corporate Governance* (GCG). Salah satu implementasi *Good Corporate Governance* di perusahaan adalah penerapan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR). *Good Corporate Governance* (GCG) dalam salah satu prinsipnya juga menyarankan agar perusahaan berpihak kepada *stakeholders* dalam bentuk keterbukaan perusahaan dalam laporan atau pengungkapan termasuk didalamnya adalah pengungkapan sosial (*social disclosure*) dalam laporan tahunan. Kehadiran sebuah perusahaan harus dilihat dari anggapan *stakeholder* yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan tersebut, yang nantinya diharapkan perusahaan dapat memberikan manfaat. Begitu juga sebaliknya, perusahaan juga berkepentingan dengan *stakeholder* untuk tujuan secara berkesinambungan dan saling

¹ Efi Priyanti, Ari Kamayanti, Soesilawati S. Atmadja adalah Dosen pada STIE MAHARDHIKA

menguntungkan kesemua pihak, dalam hal ini tidak hanya pemilik bisnis saja akan tetapi diperluas dalam kelompok yang lebih meluas.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya berorientasi pada pengelola atau agen dan pemilik. Perusahaan membutuhkan lingkungan sekitar untuk mengakui keberadaannya. Tanggung jawab sosial perusahaan ini telah tercantum dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penting dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam *corporate social responsibility* (CSR) bahwa *corporate social responsibility* bukan usaha sekedar mendapatkan ijin sosial dari masyarakat untuk mengamankan operasional perusahaan atau untuk mengurangi kerugian lingkungan dari aktivitas usahanya, tetapi lebih jauh *corporate social responsibility* adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup dari *stakeholder* (sesuai dengan prioritasnya) dengan kata lain meningkatkan mutu hidup bersama, maju bersama seluruh *stakeholder*. Selain UU No. 40 juga terdapat Undang-undang Penanaman Modal yang baru saja disahkan oleh DPR RI pada 27 Juli 2007. Tanggung jawab sosial perusahaan pada intinya dimaksudkan pada upaya perusahaan untuk mengintegrasikan kepeduliannya terhadap masalah sosial dan lingkungan ke dalam kegiatan usaha mereka dan juga ke dalam cara perusahaan berinteraksi dengan *stakeholder* perusahaan.

Namun terdapat kritik terhadap keberadaan laporan CSR ini. Kamayanti dan Ahmar (2010) melihat bahwa laporan CSR merupakan usaha untuk menyembunyikan kerusakan yang telah dilakukan perusahaan terhadap alam dan masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial seharusnya bukan hanya ingin mendapatkan kesan baik semata, tetapi lebih kepada suatu niat baik dan komitmen perusahaan sebagai salah satu bagian dari masyarakat. Menurut Gray et. Al (1987) dalam Sembiring (2005) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah,

mutu produk, serta hak dan status tenaga kerja. Senada dengan ini, penelitian ini memilih industri kimia karena kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam yang rentan dengan eksploitasi lingkungan. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Pengungkapan informasi baik keuangan maupun non keuangan merupakan kebutuhan penting bagi *stakeholder*. Informasi yang berkaitan dengan perusahaan menjadi perhatian penting dari banyak pihak.

Sebagian besar studi yang menganalisis pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada laporan tahunan (*annual report*), dimana *annual report* dianggap sebagai alat yang paling penting yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholders* perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2006 dalam Chariri, 2009). Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Utomo (2000) membandingkan dua tipe industri yang berbeda pada perusahaan yang *go public* yang terdaftar di BEJ dan Bursa Efek Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam industri *high profile* lebih tinggi dari pada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam industri *low profile*. Zuhroh dan Sukmawati (2003) menggunakan suatu daftar (*check list*) yang memuat 34 item. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang terbuka (*go public*) telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham pada industri *high profile*.

Selanjutnya, Kartikasari (2008) meneliti pengaruh pengungkapan sosial terhadap perubahan volume perdagangan saham. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa bahwa investor mengapresiasi informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan perusahaan. Hartanti dan Rahmawani (2010) mencoba melihat apakah perbedaan sosial budaya dan politik antar negara mempengaruhi model tampilan situs yang berbeda pula.

Chariri dan Nugroho (2009) menganalisis retorika yang digunakan dalam pelaksanaan *sustainability reporting*. Kesimpulan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa informasi *corporate social responsibility* dalam bentuk cerita retorik untuk membentuk *image* positif perusahaan.

Sebagaimana Chariri dan Nugroho (2009), penelitian ini menggunakan analisis semiotika. Namun, penelitian ini mengekstensikannya dengan mencoba melakukan konfirmasi hasil analisis semiotika tersebut dengan indeks pengungkapan. Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah penelitian yang diajukan adalah bagaimana laporan CSR mengungkapkan tanggungjawab sosial dan lingkungannya melalui bahasa dan indeks pengungkapan untuk membentuk citra perusahaan khususnya PT. AKR Corporindo Tbk?

2. TINJAUAN TEORI

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan tata kelola perusahaan yang memiliki agenda yang lebih luas lagi dimasa yang akan datang. Fokus dari akuntabilitas perusahaan yang semula masih terkonsentrasi atau berorientasi pada para pemegang saham (*shareholder*), sekarang menjadi lebih luas untuk tata kelola perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Akibat yang muncul dari pergeseran paradigma ini, tata kelola perusahaan harus mempertimbangkan masalah *corporate social responsibility (CSR)*.

Menurut Wibisono (2007:10) *Good Corporate Governance* adalah suatu sistem dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham dan dewan komisaris serta dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan, sedangkan dalam arti luas *Good Corporate Governance* digunakan untuk mengatur hubungan seluruh kepentingan *stakeholders* secara

secara proporsional dan mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi perusahaan sekaligus memastikan bahwa kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *good corporate governance* adalah pengelolaan bisnis yang melibatkan kepentingan *stakeholders* serta penggunaan sumber daya yang berprinsip pada *transparency, accountability, responsibility, independency, dan fairness* (Wibisono, 2007:11).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab terhadap sosial/ lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Definisi dari *corporate social responsibility (CSR)* itu sendiri telah dikemukakan oleh Magnan dan Ferrel (2004) dalam Susanto (2007:21) yang mendefinisikan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stakeholder interest* “. Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.

Salah satu perkembangan besar tanggung jawab sosial perusahaan dikemukakan oleh John Elkington (1997) dalam Wibisono (2007:32) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*”, yang memberi pandangan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada 3P yaitu: selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia jangka panjang. *Corporate social responsibility* akan mendongkrak citra perusahaan yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Pengungkapan Tanggung jawab Sosial

Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan yang disebabkan adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dalam informasi tersebut. Menurut Zuhroh (2003) suatu informasi dianggap *informative* jika informasi tersebut mampu mengubah kepercayaan para investor dalam mengambil keputusan investasi. Pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Menurut Hendriksen (1997:221) pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) (Zuhroh, 2003). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) dalam Sembiring (2005) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap masyarakat secara keseluruhan. Aturan mengenai *Corporate Social Responsibility disclosure* telah diatur dalam PSAK No.1 (Revisi 1998) paragraf 9. Pengungkapan tanggung jawab sosial hingga saat ini masih berupa pengungkapan sukarela meskipun sudah ada beberapa masalah sosial seperti polusi udara dan limbah pabrik yang selain dalam UUD 1945 yang telah di amandemen pasal 28H ayat 1 berkaitan dengan lingkungan juga diatur dalam Undang-undang

Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 yang mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Tema Pengungkapan Sosial

Utomo (2000) dan Zuhroh dan Sukmawati (2003) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam wacana akuntansi pertanggungjawaban sosial mencakup :

- 1) Kemasyarakatan, tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan misalnya kesehatan, pendidikan dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lain.
- 2) Ketenagakerjaan, meliputi dampak aktivitas perusahaan terhadap karyawan dalam perusahaan tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi lainnya.
- 3) Produk dan Konsumen, tema ini merupakan aspek kualitatif suatu produk atau jasa antara lain kegunaan, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan isi pada kemasan dan lainnya.
- 4) Lingkungan hidup, meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, pengendalian polusi, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam.

1. Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Indeks pengungkapan yang diukur merupakan tingkat pengungkapan informasi baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan perusahaan yang terdaftar di Pasar Modal dalam memenuhi peraturan pengungkapan yang telah ditetapkan oleh BAPEPAM. Semakin tinggi tingkat pengungkapan yang dipatuhi maka semakin tinggi harapan terhadap laporan tahunan dalam memberikan informasi yang benar dan memadai. Pengukuran untuk mengetahui

tingkat kelengkapan informasi yang disajikan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya adalah dengan melakukan *checklist* (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Indikator empiris kualitas ungkapan tersebut berupa indeks ungkapan (*disclosure index*) yang merupakan rasio (*ratio*) antara jumlah elemen atau item informasi yang dipenuhi dengan jumlah elemen informasi yang mungkin dipenuhi. Makin tinggi angka indeks ungkapan, maka makin tinggi kualitas ungkapan.

Media Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Laporan tahunan adalah salah satu media yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para investor. Menurut Parker (1990) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) pengungkapan informasi *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Sebagian besar studi yang menganalisis pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada laporan tahunan (*annual report*), dimana *annual report* dianggap sebagai alat yang paling penting yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholders* perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2006 dalam Chariri, 2009). Diharapkan bahwa investor mempertimbangkan informasi *corporate social responsibility* yang diungkapkan sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak semata-mata mendasarkan pada informasi laba saja.

Semiotika dalam Akuntansi

Sebagai bagian dari akuntansi, pelaporan CSR bukanlah praktik yang bersifat statis dan mengabaikan aspek dinamika sosial. Akuntansi merupakan praktik yang dinamis yang dibentuk berdasarkan interaksi sosial antara individu dengan lingkungannya (Chariri, 2006). Menurut David (2002), praktik pelaporan keuangan tidak hanya menyajikan informasi kuantitatif, tetapi juga menyajikan informasi lain seperti teks naratif, foto, tabel dan grafik salah satunya adalah pelaporan CSR atau *sustainability reporting*.

Teks dapat didefinisikan sebagai suatu satuan kebahasaan (verbal) yang mempunyai wujud dan isi, atau segi ekspresi dan segi isi. Teks naratif merupakan bagian yang memainkan peranan penting bagi perusahaan dalam membentuk *image* perusahaan. Melalui teks naratif, perusahaan secara aktif berusaha membentuk *image* positif dan menghindari *image* negatif (Gardner and Martinko, 1988 dalam Chariri, 2009). Untuk dapat memahami teks naratif yang ada di dalam pelaporan CSR, diperlukan usaha untuk memahami makna dari tiap kata, simbol, dan kalimat yang terkandung dalam teks naratif tersebut. Makna tersebut diinterpretasikan sebagai pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada *audiens* dalam hal ini adalah *stakeholder*. Proses inilah yang sering dinamakan dengan retorika.

Hopper dan Pratt (1995) dalam Chariri (2009) menggambarkan retorika sebagai bentuk bahasa atau tulisan persuasif atau efektif yang bertujuan untuk mengendalikan realita guna mempengaruhi *audien* tertentu. Retorika sebagai suatu proses mempunyai suatu karakteristik tertentu. Ada empat faktor yang mempengaruhi gaya dalam retorika yaitu: argumentasi yang logis, kemampuan mempengaruhi orang lain, retorika merupakan suatu interpretasi yang terbuka dan dapat mempunyai makna ganda, dan retorika disusun dari teknik-teknik linguistik yang dapat diidentifikasi (Chariri, 2009). Retorika ini dilakukan oleh manajemen (perusahaan) dengan menunjukkan argumen dan data tertentu untuk meyakinkan *stakeholders* bahwa dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, perusahaan juga peduli terhadap sosial dan lingkungan.

3.METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena prinsip *good corporate governance* diterapkan dalam bentuk kegiatan *corporate social responsibility* yang dipraktekkan dalam perusahaan akan lebih mudah dipahami dengan cara mempertimbangkan nilai-nilai, norma, budaya, struktur organisasi dan perilaku tertentu serta faktor-faktor eksternal lainnya

yang mendorong dipraktekkan dan diungkapkannya kegiatan *corporate social responsibility* yang menjadi bagian penting untuk dianalisis dan diamati. Serta tidak semua nilai, perilaku, dan interaksi dapat dikuantifikasi. PT. AKR Corporindo Tbk. yang selanjutnya disebut PT. AKR sebagai obyek penelitian, alasannya adalah karena PT. AKR merupakan salah satu industri kimia memiliki kewajiban untuk melaksanakan *corporate social responsibility* dikarenakan industri ini berhubungan dengan sumber daya alam dan bersinggungan langsung dengan lingkungan.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode dokumentasi dengan mencatat data dari laporan, catatan dan arsip dari beberapa sumber seperti internet, jurnal, penelitian terdahulu dan sumber lain yang relevan. Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara mengamati dan menganalisa laporan tahunan (*annual report*) tahun 2007 serta *annual report* tahun 2008 yang dipublikasikan melalui *website*.

Terdapat tiga tahap analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Pertama, peneliti menggunakan analisis yang digunakan oleh Chariri (2009) yaitu analisis semiotik naratif. Analisis semiotik naratif adalah suatu analisis yang menggunakan struktur kalimat sebagai dasar untuk menjelaskan suatu teks naratif. Kedua, peneliti menentukan indeks pengungkapan sosial untuk perusahaan berdasarkan daftar pengungkapan yang pernah diteliti oleh Utomo (2000) dan Zuhroh(2003). Hal ini dilakukan dengan membuat suatu daftar (*checklist*) dengan menggunakan daftar item pengungkapan sosial, diantaranya mengenai kemasyarakatan, produk dan konsumen, ketenagakerjaan, serta lingkungan hidup Menentukan skor dikotomi, dimana sebuah item pengungkapan diberi skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Langkah terakhir adalah membuat suatu sintesa yang mengkonfirmasi hasil temuan pada tahap 1 dan tahap 2 untuk membuat simpulan tentang bagaimana CSR digunakan untuk membentuk citra perusahaan. (Lihat gambar 4)

4. ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Analisa semiotika pada pelaporan CSR PT. AKR Corporindo Tbk.

Annual report merupakan salah satu media pengungkapan sosial yang paling banyak digunakan sebagai data untuk memotivasi perusahaan dalam melaksanakan program CSR, karena dapat dilihat dari penyajian *annual report* baik dalam bentuk teks naratif, foto, tabel, grafik yang memuat penjelasan mengenai pelaksanaan *sustainability* perusahaan. Retorika dalam pelaporan CSR dapat dilihat pada *annual report* PT. AKR berikut ini.

a. Cover Annual Report PT. AKR

Cover dari laporan-laporan *annual report* PT. AKR menggunakan gambar dan desain yang berbeda-beda (gambar 1). Tampilan *cover annual report* tahun 2007 adalah kawasan industri PT. AKR jika dilihat dari atas. Gambar tersebut diikuti dengan *tagline* “*Realising Our Potential*” yang memiliki makna berikut yaitu mewujudkan potensi, dimana sepanjang tahun 2007 PT. AKR terus mengembangkan aspek-aspek fundamental usahanya pada asetnya yang unik dan kemampuan sumber daya manusianya untuk memajukan usaha yang menjadi andalan AKR. *Cover annual report* tahun 2008 ditunjukkan dengan gambar pabrik dari dekat. Gambar tersebut diikuti dengan *tagline* “*Driving Sustainable Growth*” yang memiliki makna yaitu perusahaan senantiasa berkomitmen tinggi dalam mengembangkan usahanya dan mewujudkan pertumbuhan yang berkesinambungan untuk memberikan nilai yang terbaik bagi seluruh *stakeholder*.

PT. AKR berusaha membuat pencitraan pada *annual report* sebagai suatu pelaporan kinerja perusahaan dengan dominasi warna dalam *cover* tersebut. Dimana perusahaan memakai *cover* dengan warna dasar hitam pada *annual report* tahun 2007 menggambarkan kekuatan PT.

AKR sebagai perusahaan terbesar dalam distribusi kimia dan BBM, serta perlindungan terhadap *stakeholders* yang telah memberikan nilai dalam perusahaan. Warna biru menggambarkan kepercayaan, loyalitas, maupun kasih sayang seperti ditunjukkan dalam misi yaitu perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan nilai seluruh *stakeholder* serta ditunjukkan dalam program-program yang menunjukkan perhatian perusahaan terhadap karyawan maupun masyarakat. Dari deskripsi di atas menunjukkan bahwa PT.AKR memiliki tujuan khusus yang ingin disampaikan melalui sampul *annual report* tersebut. Tetapi dari ungkapan diatas juga dapat **bermakna negatif**, dimana pada intinya perusahaan hanya ingin mewujudkan kepentingan perusahaan yaitu memperluas skala operasionalnya serta meningkatkan nilai pendapatan. Hal ini dapat dilihat pada *annual report* tahun 2007 halaman 1-44 dan *annual report* tahun 2008 halaman 1-49 dan halaman 85-86 yang hanya menceritakan keberhasilan-keberhasilan yang telah diraih perusahaan.

b. Bagian Pengantar

Bagian ini berisi kata-kata pengantar dari manajemen PT AKR yang berbentuk teks naratif. Yang menarik dari pernyataan tahun 2007 adalah Dewan Komisaris telah melaksanakan program CSR dalam kegiatan operasional perusahaan. Berikut merupakan kutipan dari pernyataan Dewan Komisaris pada *annual report* 2007 halaman 15:

Kami juga memberikan banyak **perhatian** terhadap program pengembangan diri karyawan maupun program kemasyarakatan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat luas yang tinggal di sekitarnya, poliklinik berjalan disediakan bagi masyarakat yang memerlukan untuk memeriksakan kesehatan dan kesehatan gigi dan kami mendukung karyawan kami dengan memberikan beasiswa bagi anak mereka yang berprestasi.

Seakan konsisten dengan pernyataan tahun sebelumnya, Dewan Komisaris juga menyatakan hal yang serupa mengenai perkembangan pengungkapan CSR yang telah

diterapkan perusahaan dan pentingnya lisensi sosial bagi PT. AKR. Hal ini disebutkan dalam *annual report* 2008 halaman 20:

Perhatian perusahaan kepada masyarakat dimana kami beroperasi juga mendapat perhatian beberapa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) lingkungan setempat dan kami juga memberikan kesempatan kerja kepada anggota masyarakat sekitar yang memenuhi persyaratan. Kami sampaikan juga bahwa PT. AKR ikut serta dalam upaya peningkatan kesehatan dan pendidikan di lingkungan masyarakat sekitar kami. Selain itu, standar HSSE yang tinggi juga menjadi **perhatian** kami. **Kami yakin bahwa dengan kepercayaan dan dukungan dari seluruh stakeholder, PT. AKR akan terus mampu mewujudkan pertumbuhan dan meraih keuntungan yang berkelanjutan.**

Dari kedua pernyataan Dewan Komisaris pada tahun 2007 dan 2008 banyak sekali dituliskan mengenai perhatian-perhatian yang telah diberikan perusahaan dalam kegiatan kemasyarakatan dan pengembangan masyarakat. Namun kenyataannya dalam *annual report*, mereka menjelaskan program kemasyarakatan masing-masing dua halaman yaitu halaman 60-61 untuk tahun 2007 dan halaman 104-105 untuk tahun 2008 tetapi perusahaan tidak menjelaskan berapa dana yang telah dikeluarkan untuk masing-masing program kemudian pada penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar juga tidak dijelaskan berapa jumlah masyarakat sekitar yang telah diterima bekerja dan berapa jumlah karyawan yang diprioritaskan dari masyarakat sekitar. Dalam laporan keuangan hanya dimasukkan pada pos beban usaha dengan nama sumbangan dan hadiah tanpa ada rincian untuk program apa saja. Pada tahun 2007 sumbangan yang diberikan perusahaan sebesar Rp. 425.650.000,00 dengan laba bersih perusahaan Rp. 191.208.244.000,00 dan pada tahun 2008 sebesar Rp. 239.624.000,00 dengan laba bersih yang di terima sebesar Rp. 210.032.685.000,00. Berdasarkan data menunjukkan adanya penurunan pada nilai sumbangan padahal laba yang diperoleh pada 2008 lebih tinggi dan program-program kemasyarakatan yang diselenggarakan juga lebih banyak. Nilai sumbangan dibandingkan dengan laba apabila dipersentasekan adalah 0,22% pada tahun 2007 dan 0,11% pada tahun 2008.

Pada pernyataan Dewan Komisaris di kalimat terakhir yang dicetak tebal (penebalan dilakukan oleh penulis), dimana kalimat tersebut dapat diasumsikan bahwa perusahaan berupaya mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari *stakeholders* **hanya untuk mendapat keuntungan**. Pada tahun 2007 halaman 22 juga disebutkan bahwa dengan kemajuan yang berhasil dicapai dapat **meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham**. Kemudian masih di tahun yang sama halaman 53 disebutkan pelatihan-pelatihan bagi karyawan bertujuan untuk mendukung perusahaan dalam **mewujudkan visi perusahaan yaitu menjadi perusahaan yang terbesar dalam distribusi bahan kimia, tanpa memperhatikan efeknya bagi lingkungan**.

Melalui pernyataan-pernyataan Dewan Komisaris, PT. AKR ingin memberitahukan kepada *audien* bahwa seakan PT. AKR merupakan perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sehingga melalui pernyataan-pernyataan tersebut, *image* positif dapat terbentuk di mata *audien*.

c. Profil Perusahaan

Pada *annual report* 2007, profil PT. AKR hanya dijelaskan dalam bentuk teks naratif. Sedangkan pada tahun 2008, profil PT. AKR dijelaskan dalam bentuk teks naratif dan grafik. Gambar-gambar yang ada dalam PT. AKR baik *annual report* 2007 (gambar 2) maupun 2008 (gambar 3) meliputi gambar seluruh penghargaan atau sertifikasi yang telah diraih selama tahun-tahun berjalan dan gambar peta Indonesia yang menunjukkan wilayah-wilayah operasional PT. AKR yang tersebar di seluruh Indonesia maupun China.

Dalam *annual report* PT. AKR, tingkah laku dapat dianalogikan dengan identitas singkat perusahaan, operasional perusahaan, perkembangan bisnisnya pada tahun-tahun berjalan, dan penghargaan-penghargaan yang telah diraih. Pengungkapan yang dapat menimbulkan *image* negatif cenderung dihindari perusahaan dan tidak dimasukkan dalam *annual report*. Perhatikan

kutipan dari Gubernur Kalimantan Selatan mengenai larangan kendaraan perusahaan tambang memakai jalan nasional di provinsi tersebut berikut dari <http://web.bisnis.com/umum/sosial> :

Beroperasinya kendaraan perusahaan tambang akan membuat jalan cepat rusak, selain itu juga membahayakan masyarakat sebagai pemakai jalan. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan membangun jalan khusus untuk pengangkutan hasil tambang.

“Larangan itu agar masyarakat tidak terganggu”, kata Rudy dalam peresmian Terminal BBM PT. AKR di pelabuhan Stagen, Pulau Laut, Kabupaten Kalimantan Selatan, Kamis (4/12/2008).

Dari pernyataan Gubernur Kalimantan Selatan diatas dapat disimpulkan dari dua sisi. Satu sisi menimbulkan *image* negatif bagi perusahaan karena sudah jelas dari pernyataan tersebut bahwa kendaraan perusahaan tambang yang dilarang melintasi jalan nasional karena dapat membuat jalan cepat rusak dan membahayakan masyarakat. Tetapi disisi lain juga ada *image* positif yang terbentuk, dimana PT. AKR langsung merespon larangan tersebut dengan pembangunan Terminal BBM.

d. Tata Kelola Perusahaan

Bagian ini berisi bagaimana PT. AKR menjelaskan hubungan antara perusahaan dan *stakeholders*. Pada *annual report* 2007, perusahaan menjelaskannya dalam bentuk teks naratif. PT. AKR menyebutkan dua prinsip penting yang diterapkan perusahaan dalam tata kelola perusahaan. Berikut kutipan dari *annual report* 2007 halaman 80:

Dua prinsip penting yang diterapkan AKR dalam tata kelola perusahaan adalah adil dan bertanggung jawab. Berkaitan dengan ini, semua masukan dari *stakeholders* akan mendapat perhatian sebagaimana mestinya.

Dalam *annual report* 2008, hubungan dengan *stakeholder* dijelaskan pada kutipan berikut:

Telah selaras dengan misi perusahaan dalam rangka mengoptimalkan potensi perusahaan dalam mengembangkan nilai *stakeholder* melalui penyediaan akses informasi perusahaan yang jernih dan terkini.

Gambar dan pernyataan yang ada dalam *annual report* menunjukkan bahwa PT. AKR menunjukkan bahwa perusahaan berusaha **mengidentifikasi stakeholder terutama para pemegang saham sebagai fokus pelaporan**. Dari ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan lebih mengutamakan para pemegang saham karena dianggap mempunyai kontribusi yang besar dalam memperoleh keuntungan. Penjelasan mengenai kebijakan, tata kelola, dan sistem manajemen PT. AKR hingga hubungannya dengan *stakeholder* dapat dikategorikan sebagai cerita retorik. Retorika secara umum dipahami sebagai proses di mana pembicara (*speaker*) berusaha mempengaruhi *audien*. Berperan sebagai *speaker* adalah PT. AKR dalam hal ini adalah manajemen sedangkan *audien* dari *annual report* PT. AKR adalah para *stakeholder*.

e. Pengungkapan dan Pelaporan CSR

Berbeda dengan laporan keuangan, laporan *annual report* ditujukan kepada pihak yang lebih luas yaitu *stakeholder*. Laporan ini menyebutkan bahwa tujuan laporan ini adalah untuk memberikan nilai bagi para *stakeholder*-nya. Berikut kutipan pernyataan dari *annual report* PT. AKR 2007 dan 2008:

Perusahaan untuk terus menerus meningkatkan kinerja dan memberikan nilai yang terbaik bagi seluruh *stakeholders* yang terkait.

Lebih lanjut, *stakeholder* yang dimaksud meliputi semua karyawan, para pelanggan, seluruh pemasok, komunitas perbankan, semua penanam modal, dan seluruh masyarakat.

Beberapa pernyataan dalam *annual report* PT. AKR merupakan kalimat persuasif yang dapat mempengaruhi pendapat *audien* dalam menilai kinerja CSR PT. AKR. Misalnya, dua pernyataan di bawah ini:

Dengan lokasi usaha di berbagai wilayah, AKR menjadi perusahaan yang ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitarnya. (*annual report* tahun 2007, halaman 22).

Keselamatan bukanlah sesuatu hal yang dapat ditawar-tawar dan perusahaan menjadikan faktor keselamatan sebagai prioritas utama mengingat **produk-produk yang ditangani oleh perusahaan memiliki potensi yang berbahaya bagi manusia maupun lingkungan**. (*annual report* tahun 2008, halaman 100)

Apa yang disampaikan oleh PT. AKR menunjukkan bahwa *annual report* merupakan retorika yang digunakan untuk menyampaikan pesan perusahaan kepada *audien* yang dipandang berpengaruh terhadap legitimasi perusahaan. Mereka dapat mengatakan dengan hadirnya perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang dibuktikan dengan foto-foto dalam *annual report*, tetapi dalam membicarakan masalah bahaya yang ditimbulkan hanya ditulis dalam satu paragraf pada halaman 100 dan **mereka tidak menjelaskan** potensi bahaya apa saja yang dialami masyarakat sekitar sebagai dampak operasional perusahaan.

Ada alasan yang mendasari pelaporan CSR yang dilakukan PT. AKR dalam *annual report*. Laporan ini sebagai alat manajemen dan komunikasi yang menyediakan informasi bagi para *stakeholder*.

Perelman dalam Chariri (2006) mengatakan bahwa keberhasilan dalam retorika sangat tergantung pada sikap audien yang dituju dan argumen yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Retorika dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeda-beda, dari bahasa yang bombastis dan menyesatkan hingga bahasa yang *argumentative*. Pandangan negatif mengenai retorika bahwa retorika merupakan bahasa yang digunakan untuk mempengaruhi audien dengan menggunakan bahasa dan kata-kata “manis” sebagai alat untuk menutupi kenyataan. Namun demikian, retorika juga memiliki nuansa positif jika diterapkan dengan baik. Dalam *annual report* PT. AKR merupakan contoh retorika yang dapat bernuansa positif bila perusahaan benar-benar menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik dan tidak hanya digunakan sebagai

“pemanis” dalam *annual report* sebagai pendongkrak reputasi untuk mencari keuntungan semata.

Dalam *annual report*, isi pelaporan dapat dianggap sebagai argumentasi PT. AKR untuk mempengaruhi audien bahwa PT. AKR telah melaksanakan tata kelola, operasional, dan kinerja CSR dengan baik. Beberapa pernyataan dalam *annual report* PT. AKR merupakan kalimat persuasif yang dapat mempengaruhi pendapat *audien* dalam menilai kinerja tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Indeks Pengungkapan Sosial

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengungkapan tanggung jawab sosial dalam *annual report* PT. AKR selama periode 2 tahun yaitu 2007 dan 2008, selain itu juga sebagai pembuktian dari retorika yang diungkapkan perusahaan. Indeks pengungkapan yang diukur merupakan tingkat pengungkapan informasi baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan. Pengukuran untuk mengetahui tingkat kelengkapan informasi yang disajikan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya adalah dengan melakukan *checklist* (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Hasil pengungkapan perusahaan pada tahun 2007 dan 2008 dapat dilihat pada lampiran 1.

Dari hasil penelitian secara umum yang paling banyak diungkapkan oleh PT. AKR adalah tema ketenagakerjaan. Tema ketenagakerjaan diungkapkan pada tahun 2007 dan 2008 masing-masing sebanyak sembilan item dari limabelas item yang ada. Perusahaan menyadari bahwa tenaga kerja merupakan ujung tombak perusahaan. Bila tema pengungkapan di rangking maka tema pengungkapan yang menjadi urutan pertama dalam periode penelitian adalah tema ketenagakerjaan, kemudian yang menjadi urutan kedua adalah tema kemasyarakatan.

Sedangkan tema produk dan konsumen serta tema lingkungan hidup menjadi urutan selanjutnya.

Item yang diungkap pada tema ketenagakerjaan pada kedua periode 2007 dan 2008 adalah keselamatan dan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menyadari keselamatan dan kesehatan bagi seluruh karyawan merupakan hal yang penting untuk dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Item lain yang diungkap dalam tema ketenagakerjaan meliputi gaji, tunjangan, pensiun, cuti, kesejahteraan keluarga dengan beasiswa bagi anak karyawan hal ini dilakukan karena perusahaan senantiasa berupaya mensejahterakan karyawan beserta keluarganya.

Tema yang menjadi perhatian selanjutnya adalah tema kemasyarakatan. Item yang diungkapkan dalam *annual report* 2007 dan 2008 adalah partisipasi pada masyarakat sekitar kantor atau pabrik. Partisipasi ini salah satunya diwujudkan dalam bentuk pemberian peluang usaha mikro untuk pemuda karang taruna, penyediaan infrastruktur bagi penduduk sekitar dengan penyediaan air bersih dan pembangunan jalan. Item pendidikan juga diungkapkan, hal ini dibuktikan dengan menjalin kerjasama dengan beberapa sekolah dalam penyaluran beasiswa bagi siswa berprestasi yang datang dari keluarga yang secara ekonomi tidak mampu dan berada dilingkungan sekitar. Dukungan ke lembaga sosial lain dengan memberikan sumbangan kepada sebuah yayasan prostat. Fasilitas sosial dan fasilitas umum juga di ungkapkan dalam item ini, dengan menyumbangkan mobil klinik dilengkapi fasilitas perawatan gigi. Dalam tema ini ada dua item yang pada tahun 2007 tidak diungkapkan, tetapi diungkapkan pada tahun 2008 yaitu mengenai dukungan kelembaga kerohanian dengan membagikan bingkisan pada saat perayaan-perayaan agama, serta mengenai prioritas lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Selain ingin mendapat legitimasi atau pengakuan masyarakat sekitar, hal ini menunjukkan konsistensi

perusahaan dalam upayanya menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat yang berada dilingkungan sekitar tempat perusahaan beroperasi.

Tema produk dan konsumen dalam *annual report* tahun 2007 dan 2008 didominasi oleh pengungkapan mutu produk dan kepuasan konsumen. Perusahaan mengungkapkan mutu produk untuk meyakinkan dan menjamin bahwa produk yang mereka hasilkan merupakan produk-produk terbaik. Sedangkan perusahaan menjamin kepuasan pelanggan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen lain yang belum menjadi pelanggan.

Pada tema lingkungan hidup, item dukungan pada kebijakan lingkungan diungkapkan pada dua periode penelitian ini. Kebijakan lingkungan pada tahun 2007 diwujudkan dengan pemberdayaan pemuda-pemuda setempat untuk mengurangi limbah yang dibuang ke lokasi pembuangan sampah dengan cara menjual limbah *filter aid* dari pabrik kepada pihak ketiga sebagai campuran pakan ternak, dan mengumpulkan sak bekas dari pabrik untuk dijual kembali. Sedangkan pada tahun 2008, kebijakan lingkungan diwujudkan dengan pengolahan limbah cair yang aman efisien sehingga limbah pabrik dapat dibuang dengan cara yang benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Item lain yang juga diungkap dalam dua periode penelitian ini adalah dengan penerapan program keselamatan dan kesehatan kerja (HSSE). Hal ini dilakukan dengan tujuan agar kegiatan operasional perusahaan tidak menimbulkan bahaya bagi karyawan maupun lingkungan hidup. Tetapi ada satu item dalam tema lingkungan hidup yang hanya diungkap pada tahun 2008 yaitu dukungan pada pencegahan atau pengolahan polusi yang diwujudkan dengan pelaksanaan kebijakan *International Safety Management* (ISM). ISM mengatur keselamatan operasional atas pengoperasian kapal laut dan pencegahan polusi yang timbul dari kegiatan operasional. Tema lingkungan hidup bisa dikatakan masih jarang diungkapkan oleh perusahaan. Padahal tema ini adalah tema yang memerlukan perhatian

terutama bagi PT. AKR yang termasuk perusahaan yang memiliki potensi bahaya bagi lingkungan.

Annual report ini dianalisa dari dua sudut pandang yaitu dilihat dari sudut pandang semiotika dan melalui indeks pengungkapan tanggung jawab sosial. Informasi *Corporate Social Responsibility* yang berupa cerita retorik diharapkan memperoleh pencitraan yang baik, sedangkan informasi *Corporate Social Responsibility* yang berupa indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dapat bermanfaat sebagai pembuktian dalam mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan pengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial baik didalam maupun diluar perusahaan. Keduanya sama-sama berujung pada legitimasi atau pengakuan dari para *stakeholder* dan cerminan dalam perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan pada tahun-tahun berikutnya, dengan tanpa mengesampingkan kebenaran.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari indeks pengungkapan sosial dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengungkapan sosial dalam dua periode penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang dilakukan PT. AKR berdasarkan prinsip yang berkelanjutan untuk meyakinkan *stakeholdernya* bahwa PT. AKR merupakan perusahaan yang peduli dan peka terhadap isu sosial dan lingkungan.

Pengungkapan kinerja sosial perusahaan dan pengkomunikasikan informasi sama-sama berujung pada legitimasi atau pengakuan dari para *stakeholder* dan cerminan dalam perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan pada tahun-tahun berikutnya. Karena penelitian ini adalah sebuah studi kasus maka terdapat beberapa keterbatasan dalam pembuatannya. Yaitu data yang dikumpulkan terbatas hanya berasal dari *annual report* yang

diambil melalui media internet. Hasil dari narasi dalam *annual report* dan gambar akan dapat diinterpretasikan secara lebih baik apabila ada konfirmasi dari pihak ketiga.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dalam mengambil sampel periode pengamatan lebih panjang sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran kondisi perusahaan dalam berbagai kondisi ekonomi yaitu krisis ekonomi maupun dalam kondisi ekonomi yang baik. Bagi pemerintah, pemerintah sebagai *regulator* diharapkan mampu mengoptimalkan perannya dalam mendukung dan mengawasi tumbuh kembang penerapan *corporate social responsibility* di Indonesia. Sedangkan bagi perusahaan, *profit* merupakan tujuan utama namun memberikan kontribusi bagi masyarakat dan lingkungan merupakan aspek yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Belkaoui, A. Riahi. 2000. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, Anis dan Firman. 2009. *Retorika Dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility*. Palembang : Simposium Nasional Akuntansi XII.
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kamayanti, Ari dan Nurmala Ahmar. 2010. Unmasking the Corporate Social Responsibility Reporting. Dipresentasikan pada *The First International Conference in Business and Banking, 23-24 Feb 2010*.
- Kartikasari, Ananias. 2008. *Analisis Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Volume Perdagangan Saham Pada Industri Makanan Minuman*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
- Rahmawani dan Hartanti. 2010. *Pengaruh Budaya dan Sosial Politik Terhadap Tampilan Situs Laporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan*. Purwokerto: Simposium Nasional Akuntansi XIII.
- Sayekti dan Wondabio. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient*. Makasar : Simposium Nasional Akuntansi X.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Solo : Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Sugiono, Prof. Dr. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto. 2007. *A Strategic Management Approach Corporate Social Responsibility*. Jakarta : The Jakarta Consulting Group.
- Utomo, Muslim. 2000. *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia*. Depok : Simposium Nasional Akuntansi III.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik : Fascho Publishing.

Zuhroh dan Sukmawati. 2003. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor*. Surabaya : Simposium Nasional Akuntansi VI.

http://202.155.2.90/corporate_actions/new_info_jsx/jenis_informasi/01laporan_keuangan/04_Annual%20Report/2007/

http://202.155.2.90/corporate_actions/new_info_jsx/jenis_informasi/01laporan_keuangan/04_Annual%20Report/2008/

<http://web.bisnis.com/umum/sosial>