

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat. Perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat dan perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan maksimum kepada masyarakat.

Namun, seiring dengan perjalanan waktu, masyarakat semakin menyadari dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencari laba yang maksimal, yang semakin lama dirasakan semakin besar dan semakin sulit dikendalikan. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan memperhatikan dampak-dampak sosial yang terjadi dan berupaya untuk mengatasinya.

Perusahaan didirikan tidak hanya bertujuan memaksimalkan laba, tetapi mempunyai komitmen untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi bagi semua masyarakat. Kini perusahaan tidak lagi hanya mempertimbangkan catatan keuangan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan (*triple bottom line*). Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan

berkelanjutan (*sustainable development*). Hal ini disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Untuk mencapai CSR, sebuah perusahaan harus meminimalkan dan menghilangkan dampak negatif yang dihasilkan oleh proses bisnisnya seperti polusi udara, air, tanah, kebisingan atau penyakit sosial yang ditimbulkan.

Beberapa kasus seperti kasus PT. Lapindo Brantas menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang kurang mempedulikan dampak aktivitas terhadap lingkungannya. PT. Lapindo Brantas adalah salah satu perusahaan Kontraktor Kontrak Kerja Sama (KKKS) yang ditunjuk BPMIGAS untuk melakukan proses pengeboran minyak dan gas bumi. Pada 29 Mei 2006, lumpur panas menyembur dari sumur Banjar Panji-1 milik PT. Lapindo Brantas di desa Renokenongo, kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo provinsi Jawa Timur, Indonesia. Semburan lumpur yang sampai saat ini belum berhasil dihentikan telah menyebabkan tutupnya tak kurang dari 10 pabrik dan 90 hektar sawah. Banjir Lumpur panas selain mengganggu jadwal perjalanan kereta api dari dan ke Surabaya, juga menyebabkan jalan tol Surabaya-Gempol ditutup untuk ruas Gempol-Sidoarjo. Kasus ini membuat beberapa perusahaan berpikir bahwa mereka harus mulai peduli terhadap aspek lain seperti aspek sosial dan lingkungan apabila perusahaan ingin menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.

Penerapan CSR akan berdampak positif bagi kegiatan bisnis perusahaan. Hubungan perusahaan dengan masyarakat dapat dibangun secara positif dan akan menjadi benteng yang sangat baik bagi perusahaan. Dampak penting lainnya adalah citra perusahaan yang menjadi lebih baik di mata masyarakat.

Kecenderungan terakhir memperlihatkan perusahaan-perusahaan yang mampu melaksanakan CSR dengan baik, produk-produk mereka juga dapat diterima dengan lebih baik oleh masyarakat. Penerapan CSR dapat memberi jaminan terhadap kelangsungan hidup dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Pelaksanaan CSR telah menjadi strategi jangka panjang manajemen perusahaan dalam menciptakan nama baik perusahaan. Hal ini sangat penting dalam kaitannya dengan pemasaran produk, di samping untuk meraih kepercayaan para investor dan masyarakat. Ketidakpedulian terhadap lingkungan sosial dapat menimbulkan rintangan bagi perusahaan berupa tekanan-tekanan sosial dan perilaku sentimen negatif yang akan menghancurkan nama baik perusahaan dan menghambat kegiatan operasional perusahaan.

Namun, faktanya tidak semua perusahaan mau dan mampu melaksanakan CSR. CSR berkaitan erat dengan moral dan etika bisnis. Hal ini hanya dapat diwujudkan dengan menumbuhkan kesadaran para pelaku bisnis bahwa CSR merupakan konsekuensi logis dari adanya wewenang dan dampak sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas usahanya.

Di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, dan lain-lain. Selain itu, dikeluarkannya beberapa peraturan pemerintah juga mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74.

Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan Pasal 74 berisi tentang kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Tujuan dikeluarkannya Undang-Undang tersebut, selain untuk mendorong praktik dan pengungkapan CSR, juga untuk memenuhi tuntutan akan penerapan *Good Corporate Governance* dalam rangka pengelolaan perusahaan yang baik.

Atas dasar latar belakang di atas dapat dilihat betapa pentingnya pelaksanaan CSR bagi sebuah perusahaan dikarenakan menyangkut keberlangsungan hidup perusahaan tersebut (*going concern*) karena pelaksanaan CSR erat kaitannya dengan hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dan masyarakat luas. Bukan hanya perusahaan dalam bidang industri yang langsung bersinggungan dengan eksploitasi sumber daya alam, tetapi perusahaan yang bergerak dalam bidang lain juga seharusnya dapat melaksanakan praktik CSR.

Pada penelitian ini digunakan BUMN yang bergerak di bidang telekomunikasi yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pelaksanaan praktik CSR di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. yang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip GCG. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. merupakan perseroan terbatas yang sudah menjalankan CSR dengan baik.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dalam rangka menyusun tugas akhir untuk mengikuti sidang sarjana jurusan Akuntansi

Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dengan judul: “**Peranan *Good Corporate Governance* dalam Mendorong Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.)**.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat diuraikan menjadi beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Good Corporate Governance* di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.?
2. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.?
3. Bagaimana peranan *Good Corporate Governance* dalam mendorong penerapan *Corporate Social Responsibility* di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengkaji pelaksanaan *Good Corporate Governance* pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
2. Untuk mengkaji pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
3. Untuk mengkaji peranan *Good Corporate Governance* dalam mendorong penerapan *Corporate Social Responsibility* di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat dalam pengembangan pengetahuan dan praktik-praktik bisnis di Indonesia, terutama kepada:

1. **Bagi pihak akademisi**, penelitian ini dapat memberikan inspirasi dan wawasan agar sebuah penelitian di bidang akuntansi tidak hanya terbatas pada penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga memberikan gambaran yang sesungguhnya tentang peranan GCG dalam mendorong praktik CSR. Dalam hal pengembangan teori, hasil tinjauan pustaka dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian-penelitian lainnya.
2. **Bagi perusahaan**, hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk lebih memahami penerapan prinsip-prinsip GCG dalam praktek CSR pada perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih memahami praktik-praktik terbaik CSR. Selain itu hasil penelitian ini dapat dijadikan perbandingan bagi perusahaan dalam menyusun, mengatur, dan mengimplementasi program-program CSR-nya.
3. **Bagi pemerintah, pemegang saham, pelanggan, pesaing, investor dan calon investor serta masyarakat (*stakeholder*)** dapat melihat penelitian ini sebagai bagian keunggulan perusahaan yang membedakan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. dengan perusahaan lain, sehingga memiliki nilai tambah di mata *stakeholder*-nya.