

PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM AKUNTANSI SOSIAL EKONOMI DI TINJAU DARI SYARIAH

Naning Fatmawatie

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri

e-mail: naningfat@gmail.com

Abstract: Disclosure through social responsibility report is the output of social and economic accounting will help users of financial statements to analyze the extent to which the attention and corporate social responsibility in running the business. Accountability report covers the financial aspects, social aspects and environmental aspects in the company. Ethical responsibility CSR practices in reporting to the disclosure of CSR activities important to the community once done. This is in accordance with the fundamental principles that form the philosophy of environmental virtue is done holistically by the Prophet Mohammed that belief in interdependence among God's creatures. This shows that Allah created the universe is measured, both quantitative and qualitative as set forth in QS. Al-Qamar: 49 and Al-Hadid: 7.

Keywords: Pengungkapan melalui laporan pertanggungjawaban sosial yang merupakan *output* dari akuntansi sosial ekonomi akan membantu pemakai laporan keuangan untuk menganalisis sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Laporan pertanggungjawaban meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang terjadi di perusahaan. Tanggung jawab etis praktik CSR dalam pelaporan untuk pengungkapan aktivitas-aktivitas CSR kepada masyarakat penting sekali dilakukan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhamad SAW yaitu keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Hal ini menunjukkan bahwa Allah SWT menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif sebagaimana yang tertuang dalam QS. Al Qamar: 49 dan QS. Al hadid:7.

Kata Kunci: *Disclosure CSR, social and economic accounting, Sharia*

Pendahuluan

Pada umumnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai laba atau keuntungan yang optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan selalu berusaha mencari peluang dan kesempatan untuk melakukan sesuatu yang dapat memberikan nilai tambah, agar tujuan perusahaan tercapai. Jika hal itu tidak dapat dikendalikan, kemungkinan dapat muncul dampak-dampak negatif yang dapat merugikan lingkungan dan masyarakat. Hal tersebut dapat terjadi, karena pada umumnya perusahaan masih menjalankan prinsip kapitalis, dalam menjalankan aktivitasnya, yaitu mencapai laba yang maksimal dengan biaya yang minimal dengan menghalalkan segala cara, sehingga tidak sedikit dampak-dampak negatif ditimbulkannya. Dampak-dampak negatif tersebut antara lain yang merugikan lingkungan dan sukar dikendalikan, seperti: polusi udara, polusi suara, polusi tanah, polusi air, keracunan, eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya alam, diskriminasi, kesewenang-wenangan, produk makanan haram sampai penipuan-penipuan terhadap konsumen dan lain sebagainya. Begitu besarnya dampak negatif dalam kehidupan masyarakat, maka masyarakat pun menginginkan agar dampak negatif ini dikendalikan, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan tidak semakin besar. Dampak negatif tersebut dapat menimbulkan *social cost* atau biaya-biaya sosial.

Bila dianalisa keberadaan perusahaan sebenarnya selain menimbulkan *social cost*, juga dapat menimbulkan *social benefit*. *Social benefit* merupakan kontribusi positif atau manfaat keberadaan perusahaan kepada masyarakat. Wujud *social benefit* perusahaan dapat diwujudkan dalam beberapa kegiatan fisik maupun non fisik. *Social benefit* muncul sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility* atau CSR) pada lingkungan atau dikenal *stakeholder*.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup dari *stakeholder*. *Stakeholder* meliputi pernyataan yang melindungi kepentingan sosial, khususnya bagi pendirian atau pembangunan perusahaan baru. Salah satu peraturan tersebut, seperti tercantum pada UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Pasal 22 ayat

(1) Setiap usaha dan/ atau kegiatan yang berdampak penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki amdal. Berdasarkan peraturan tersebut dapatlah dikatakan bahwa setiap perusahaan wajib memiliki tanggungjawab penuh terhadap lingkungan sosialnya.

Ber macam-macam cara perusahaan mewujudkan tanggungjawab sosial pada lingkungan, antara lain: berinvestasi pada sektor ramah lingkungan, pengolahan limbah maupun meningkatkan pengeluaran-pengeluaran sosial (*social cost*) yang tujuannya untuk menjaga keseimbangan eksistensi antara perusahaan dengan lingkungan soialnya.

Akuntansi sosial ekonomi atau akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan alat yang sangat berguna bagi perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas sosialnya di dalam laporan keuangan. Pengungkapan melalui *social reporting disclosure* akan membantu pemakai laporan keuangan untuk menganalisis sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis.

Tanggung jawab etis praktik CSR dalam pelaporan untuk pengungkapan aktivitas-aktivitas CSR kepada masyarakat penting sekali dilakukan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhamad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Karena Allah SWT menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif

Coporate social responsibility (CSR)

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang mementingkan diri sendiri, alienasi dan atau eksklusifitas dari lingkungan masyarakat, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosial. Untuk itu CSR harus dimaknai bukan lagi hanya sekedar *responsibility karena bersifat voluntary, tetapi harus dilakukan sebagai*

mandatory dalam makna liability karena disertai dengan sanksi. Karena dalam undang-undang telah dinyatakan bahwa perusahaan yang berstatus perseroan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam UU PT, disebutkan pada Ayat 1 pasal 74 berbunyi; "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan".

*Peran hukum sebagai produk kebijakan politik tidak selamanya merupakan *conditio sine qua non* bagi tujuan yang hendak dicapai. Hal ini menunjukkan hukum mempunyai batas-batas kemampuan tertentu untuk mengakomodasi nilai-nilai yang tumbuh dan hidup dalam komunitas masyarakat, oleh karena itu Roscoe Pound menyatakan bahwa tugas hukum yang utama adalah "social engineering". Dalam hal ini konteks tanggung jawab sosial (CSR) adalah kewajiban bertanggung jawab atas perintah undang-undang, dan memperbaiki atau sebaliknya memberi ganti rugi atas kerusakan apa pun yang telah ditimbulkan. Ruang lingkup tanggung jawab sosial berada pada ranah moral, sehingga posisinya tidak sama dengan hukum. Moral dalam tanggung jawab sosial lebih mengarah pada tindakan lahiriah yang didasarkan sepenuhnya dari sikap batiniah, sikap inilah yang dikenal dengan "moralitas" yaitu sikap dan perbuatan baik yang betul-betul tanpa pamrih. Sedangkan tanggung jawab hukum lebih menekankan pada kesesuaian sikap lahiriah dengan aturan, meskipun tindakan tersebut secara obyektif tidak salah, barangkali baik dan sesuai dengan pandangan moral, hukum, dan nilai-nilai budaya masyarakat.*

Bila ditelaah CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Untuk itu pengertian CSR menjadi sangat beragam. Intinya, CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan.

Pada hakekatnya tanggung jawab ekonomi merupakan

tanggung jawab utama perusahaan dari sisi prinsip bisnis yaitu mencapai laba. Karena dengan dicapainya kondisi laba, perusahaan dapat menjalankan tanggung jawabnya agar dapat menghidupi karyawan, membayar pajak, membayar tanggungan kepada debitur dan kewajiban perusahaan yang lainnya. Bila kondisi perusahaan tidak mencapai laba, berarti perusahaan tidak akan eksis, tidak dapat memberi kontribusi apapun terhadap masyarakat. Artinya, CSR dapat dilaksanakan perusahaan jika perusahaan berhasil melaksanakan tanggungjawab ekonomi. Untuk itu dapatlah dikatakan bahwa CSR merupakan motivator perusahaan untuk selalu dapat mencapai kondisi makmur secara berkelanjutan.

Perkembangannya penerapan CSR ada empat model, yaitu: (1) Keterlibatan langsung, (2) Melalui organisasi sosial perusahaan, (3) Bermitra dengan pihak lain, antara lain: lembaga pengelola ZISWAF (4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Hasil survey penelitian yang dilakukan oleh mereka menunjukkan bahwa model yang paling banyak digunakan perusahaan sebagai suatu sarana penerapan CSR adalah dengan bermitra dengan pihak lain atau lembaga sosial.

Beberapa teori yang melatarbelakangi pelaksanaan CSR dalam perusahaan, yaitu: pertama, Teori Kapitalisme. Menurut teori ini apabila perusahaan melakukan aktivitas CSR di luar kepentingan para pemegang sahamnya, maka itu menyalahi tujuan perusahaan. Satu-satunya kewajiban perusahaan dan termasuk CSR didalamnya adalah memberikan kemakmuran kepada pemegang saham. Kedua, Teori Kontrak Sosial. Dalam teori ini diyakini bahwa perusahaan hanya dapat berusaha dengan baik jika ia didukung oleh masyarakat sekitarnya. Untuk itu, akan dianggap sebagai institusi sosial yang harus berkontribusi kepada lingkungan sosialnya. Ketiga, Teori Instrumen. Menurut teori ini CSR dipandang sebagai alat strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehingga menurut teori ini perusahaan dalam melakukan aktivitas CSRnya memiliki tujuan tertentu seperti menciptakan reputasi positif, kehumasan atau manfaat sejenis lainnya. Keempat, Teori Legitimasi. Menurut teori ini, perusahaan akan melakukan aktivitas CSR dikarenakan adanya tekanan sosial, politik dan ekonomi dari luar perusahaan. Sehingga perusahaan akan menyeimbangkan tuntutan tersebut

dengan melakukan apa yang diinginkan oleh masyarakat dan apa yang diharuskan oleh peraturan Kelima, Teori Stakeholder. Aktivitas CSR menurut teori ini dilakukan untuk mengakomodasi keinginan dan kebutuhan pemangku kepentingan (stakeholder) sehingga perusahaan dapat beraktivitas dengan baik dengan seluruh dukungan pemangku kepentingan tersebut.

Idealnya CSR yang baik adalah memadukan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility*, secara harmonis. aplikasinya *fairness* dalam bentuk perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas; *transparency* dalam penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu; sedangkan *accountability* diwujudkan dalam bentuk fungsi dan kewenangan RUPS, komisaris, dan direksi yang harus dipertanggung jawabkan. Dan *responsibility* terhadap *stakeholders* karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Stakeholders perusahaan bisa mencakup karyawan beserta keluarganya, pelanggan, pemasok, komunitas setempat, dan masyarakat luas, termasuk pemerintah selaku regulator.

Aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan CSR dapat dikelompokkan dalam 6 kegiatan, antara lain: *promotion*, *marketing*, *corporate social marketing*, *corporate philanthropy*, *community volunteering*, dan *social responsibility business practices*. *Promotion* adalah aktivitas sosial yang dilakukan melalui *persuasive communications* dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang. *Marketing*, dilakukan melalui *commitment* perusahaan untuk menyumbangkan sebesar persentase tertentu hasil penjualannya untuk kegiatan sosial. *Corporate Sosial Marketing*, dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan atau penerapan suatu *behavior change* dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat. *Corporate Philantropy*, merujuk pada kegiatan yang diberikan langsung *Community Volunteering* merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Dukungan tersebut dapat diberikan berupa keahlian, talenta, ide, dan atau fasilitas laboratorium. *Social Responsibility Business Practices*. *Social Responsibility Business*

Practices merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik-praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan melindungi atau menjaga lingkungan, misalnya membangun fasilitas pengolahan limbah, memilih supplier dan atau kemasan yang ramah lingkungan, dan lain-lain (Kolter, 2005).

Sedangkan menurut *the committee on Accounting for Corporate Social Performance of Nation Association of Accountants* bentuk kegiatan sosial perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Yuniati Gunawan, 2000);

1. Keterlibatan komunitas (*Community Involvement*), mencakup aktivitas berbentuk donasi atau bantuan untuk kegiatan rohani, olahraga, bantuan bagi pengusaha kecil, pelayanan kesehatan masyarakat, bantuan penelitian dan sebagainya.
2. Sumberdaya manusia (*Human Resources*), meliputi program pendidikan dan pelatihan karyawan, fasilitas keselamatan kerja, kesehatan, kerohanian, serta tunjangan karyawan.
3. Lingkungan Hidup dan Sumberdaya Fisik (*Environmental and Physical Resources*) terdiri dari antara lain keterlibatan perusahaan dalam pengolahan limbah, program penghijauan, pengendalian polusi, dan pelestarian lingkungan hidup.
4. Kontribusi produk atau jasa (*Product or services contribution*), mencakup keamanan dan kualitas produk, kepuasan konsumen, dan sebagainya.

Partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, antara lain (Kolter, 2005);

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*,
2. Memperkuat *brand positioning*,
3. Meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan,
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan mempertahankan (*retain*) karyawan
5. Menurunkan biaya operasional, dan
6. Meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi.

Akuntansi sosial ekonomi atau akuntansi pertanggungjawaban sosial

Sejarah perkembangan akuntansi telah berkembang pesat setelah diwarnai adanya revolusi industri (Belkaoui, 1993:

339). Pada revolusi industri ini merupakan fase perkembangan akuntansi manajemen. Pada fase ini pembuat laporan keuangan akan melaporkan informasi keuangannya kepada pemilik modal kaitannya dengan kepentingan manajemen dalam mengelola perusahaan. Karena kepentingan manajemen inilah maka laporan keuangan dibuat sebaik mungkin guna menggambarkan kondisi perusahaan yang terus membaik dengan cara memaksimalkan profit. Profit yang maksimal mengakibatkan manajemen mempunyai *award* dari pemilik modal. Oleh karena itu segala upaya dilakukan agar profit terus meningkat meskipun tanpa memperhatikan kondisi lingkungan kerja (internal perusahaan) maupun lingkungan sekitar (eksternal perusahaan). Hal inilah yang menjadi pangkal kesalahan menurut pandangan Islam dalam hal pengelolaan perusahaan/ berbisnis yang berorientasi finansial semata, karena dampak buruk atas aktivitas perusahaan yang tidak memperhatikan sosial akan dirasakan oleh masyarakat sekitar.

Pada perkembangannya, saat ini orientasi perusahaan sudah mulai memasukkan tujuan lain yaitu bagaimana membangun kesejahteraan sosial di lingkungan perusahaan atau disebut membangun tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Secara umum *corporate social responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis dan memenuhi seluruh aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dengan baik demi pembangunan yang berkelanjutan. Dengan demikian informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan, tetapi informasi lain yaitu mengenai dampak sosial (*externalities*) dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Walaupun pengungkapan tanggung jawab sosial dalam

laporan keuangan masih belum ada pedoman pasti, namun pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan dapat mengacu pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan, khususnya paragraf kesembilan. Pada PSAK tersebut tidak secara tegas mengharuskan perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab sosial mereka. Pengelompokan, pengukuran dan pelaporan juga belum diatur, jadi untuk pelaporan tanggung jawab sosial diserahkan pada masing-masing perusahaan. Akibatnya terdapat multitafsir dalam menyikapi PSAK No 1, sehingga kemungkinan akan berdampak pada tidak seriusnya perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang berakibat pula pada berbedanya tingkat pengungkapan sosial antar bank.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Global Reporting Initiative (2008) trend Pelaporan CSR di Dunia dan di Indonesia terdapat peningkatan yang signifikan atas jumlah perusahaan yang membuat laporan CSR yang dikenal sebagai laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*), yaitu dari sekitar 300 di tahun 1996 menjadi 3.100 di tahun 2008. Selain itu survey tersebut juga memperlihatkan bahwa pelaporan CSR tersebut kebanyakan dilakukan sebagai pelaporan yang bersifat sukarela dan bukan bersifat wajib. Oleh karenanya bentuk dan format sustainability reporting sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Hal ini menjadi wajar mengingat banyaknya organisasi internasional yang telah memberikan panduan untuk menyajikan pelaporan CSR seperti : Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (diterbitkan oleh Global Reporting Initiative (GRI)), Organization for Economic Cooperation and Development guidelines for multinational enterprise (diterbitkan oleh Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)), Social Accountability 8000 (diterbitkan oleh Social Accountability International), AA 1000 for auditing and assurance process (ditebitkan oleh Accountability, sebuah organisasi membership internasional), Sistem manajemen lingkungan (ISO 14001, EMAS), Global Compact dan United Nation Norms, (diterbitkan oleh United Nations), serta Greenhouse gas Protocol (diterbitkan oleh World Business Council for Sustainable Development (WBCSD))

dan World Resources Institute). Di antara berbagai reporting standard tersebut GRI G3 Sustainability Reporting Guidelines adalah standar pelaporan yang diterima secara umum dan paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di dunia.

“Ilmu *Socio Economic Accounting (SEA)* merupakan bidang ilmu akuntansi yang berfungsi dan mencoba mengidentifikasi, mengukur, menilai, melaporkan aspek-aspek *Social Benefit* dan *Social Cost* yang ditimbulkan lembaga mereka” (Harahap, 2002: 184).

Ada beberapa metode pengukuran akuntansi sosial, yaitu (Harahap, 2002: 369);

1. Menggunakan *Opportunity Cost Approach*, misalnya atas pembuangan limbah suatu perusahaan, dapat dihitung *social cost* dengan cara menghitung kerusakan wilayah rekreasi sebagai akibat pembuangan limbah tersebut, kerugian manusia dalam hidupnya, berapa berkurang kekayaannya.
2. Menggunakan daftar kuesioner, *survey*, lelang, dimana mereka yang merasa dirugikan ditanyai berapa besar jumlah kerugian yang ditimbulkannya atau berapa biaya yang harus dibayar kepada mereka sebagai kompensasi kerugian yang dideritanya.
3. Menggunakan hubungan antara kerugian massal dengan permintaan untuk barang perorangan dalam menghitung jumlah kerugian masyarakat.
4. Menggunakan reaksi pasar dalam menentukan harga. Misalnya vonis hakim akibat pengaduan masyarakat akan kerusakan lingkungan dapat juga dianggap sebagai dasar perhitungan.

Ada tiga tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial yaitu (Usmansyah, 1989: 21-22);

1. Untuk mengidentifikasi dan mengukur sumbangan sosial netto periodik dari suatu perusahaan, yang meliputi bukan hanya biaya dan manfaat yang diinternalisasikan ke dalam perusahaan, namun juga yang timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi bagian-bagian sosial yang berbeda.
2. Untuk membantu menentukan apakah praktek dan strategi perusahaan yang secara langsung mempengaruhi sumber daya relative dan keadaan sosial adalah konsisten dengan prioritas-prioritas sosial pada satu sisi dan aspirasi-aspirasi individu pada sisi lainnya.

3. Untuk menyediakan dengan cara yang optimal bagi semua kelompok sosial, informasi yang relevan mengenai tujuan, kebijakan, program, kinerja dan sumbangan perusahaan pada tujuan-tujuan sosial.

Ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk pedoman pengukuran dalam pelaporan akuntansi pertanggungjawaban sosial, yaitu (Glautir dan Underdown, 1986: 3-8);

1. Pendekatan Deskriptif (*the descriptive approach*)
Pendekatan deskriptif dipandang sebagai pendekatan yang umum digunakan. Dalam laporan sosial deskriptif, informasi mengenai semua aktivitas sosial perusahaan dilaporkan dalam bentuk uraian (deskriptif). Jadi pada pendekatan ini, aktifitas-aktifitas sosial perusahaan dalam pelaporannya tidak dikuantifikasikan dalam satuan uang.
2. Pendekatan biaya yang dikeluarkan (*the cost of outlay approach*)
Pendekatan biaya yang dikeluarkan menggambarkan semua aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dikuantifikasikan dalam satuan uang dan menjadi hal yang sebaliknya dari pendekatan deskriptif. Sehingga laporan yang dihasilkan oleh pendekatan biaya yang dikeluarkan mempunyai kemampuan untuk diperbandingkan antara laporan suatu tahun tertentu, dengan laporan tahun yang lain. Sedangkan kelemahannya adalah tidak disajikannya manfaat yang diperoleh sehubungan dengan telah dikeluarkannya biaya untuk suatu kegiatan.
3. Pendekatan biaya manfaat (*the cost benefit approach*)
Pendekatan biaya manfaat mengungkapkan baik biaya maupun manfaat dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Pendekatan biaya manfaat mungkin merupakan pendekatan yang paling ideal. Namun, dalam kenyatannya sulit untuk menerapkannya, antara lain karena tidak adanya alat ukur manfaat dari yang dihasilkan atas biaya yang telah dikeluarkan untuk aktivitas-aktivitas sosial perusahaan.

Bentuk laporan tanggung jawab sosial sampai saat ini belum ada yang baku. Di Amerika, yang merupakan kiblat akuntansi di negara kita, praktek pelaporannya masih dilaksanakan dengan tidak seragam antara satu perusahaan dengan yang lainnya. Ada yang hanya menyajikan informasi

sosial yang bersifat kualitatif sebagai catatan kaki atau keterangan tambahan pada penjelasan laporan keuangan. Ada yang menjalankannya dengan sederhana dan ada yang menjalankannya dengan kompleks.

Ada beberapa teknik pelaporan akuntansi pertanggungjawaban sosial yaitu (Harahap, 2002: 371);

1. Pengungkapan dalam syarat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.
2. Pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan
3. Dibuat dalam perkiraan tambahan misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi, biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

Akuntansi sosial ekonomi dan CSR ditinjau dari syariah

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam syariah sebagai *way of life* memberikan panduan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang pada eranya. Islam memungkinkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah, namun tidak dalam akidah, ibadah dan akhlaq (Kamali, 1989). Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar al-Qur'an dan Sunah (Ahmad, 2002). Sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Implikasinya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat daripada dalam konsep konvensional. Hal ini terjadi karena pada sistem syariah didasarkan pada dasar-dasar religius. Dimana tolak ukur pertanggungjawaban atas segala aktivitasnya adalah untuk mencapai ridha Allah semata. Pada akhirnya hubungan dan tanggungjawab antara manusia dengan Allah ini akan melahirkan kontrak religius yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial.

Konsep CSR dijalankan sesuai dengan firman Allah yang artinya; *"bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba*

sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa". (QS. Al Baqarah: 177)

Makna dalam ayat tersebut bila dikaitkan dengan CSR adalah bahwa praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan diharuskan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Pada akhirnya, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suhartono, 2010). CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan discretionary responsibilities sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi (Rizkiningsih, 2002).

Menurut Syariah, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati . Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah mahdhah. Rasulullah SAW bersabda, *"Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar"*. Dalam hadis lain, Rasulullah SAW juga bersabda, *"Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesama muslim, itu lebih baik baginya daripada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah."*

Selain itu, pelaksanaan CSR dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada

semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang (Yusanto dan Yunus, 2009: 165-169). Allah SWT berfirman: *"....supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu."* (QS. Al-Hasyr: 7)

Tanggungjawab etis praktik CSR dalam pelaporan untuk pengungkapan aktivitas-aktivitas CSR kepada masyarakat penting sekali dilakukan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Karena Allah SWT menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif. Hal ini sesuai dengan QS. Al-Qamar: 49 dan dalam kondisi yang seimbang. Hal ini sesuai dengan QS. Al-Hadid: 7. Pada ayat ini tampak nyata terdapat sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah SWT. Berdasarkan prinsip ini maka konsekuensinya adalah jika manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah SWT, maka alam secara keseluruhan akan mengalami penderitaan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia.

Hal itu sesuai dengan firman Allah SWT yang artinya: *"Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusi, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)." (QS. Ar-Rum: 41)*

Kebutuhan perlunya pelaporan CSR (*Islamic Social Reporting* atau CSR) sesuai dengan syariah pada perkembangannya makin meningkat. Dalam hal ini ada dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Syariah, yaitu: pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*socialaccountability*). Konsep akuntabilitas sosial berkaitan dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Syariah, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Baydoun dan Willet, 1997). Namun belum ada standar CSR secara syariah

menjadikan pelaporan CSR perusahaan. Adanya standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar pengungkapan CSR karena tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait CSR yang harus diungkapkan suatu perusahaan.

Pada umumnya penelitian dalam CSR syariah menggunakan model indeks *Islamic Social Reporting* yang dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya (Hanifa, 2002). Secara khusus indeks ISR adalah perluasan dari social reporting yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.

Simpulan

Pengungkapan melalui laporan pertanggungjawaban sosial yang merupakan *output* dari akuntansi sosial ekonomi akan membantu pemakai laporan keuangan untuk menganalisis sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Laporan pertanggungjawaban meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang terjadi di perusahaan. Tanggung jawab etis praktik CSR dalam pelaporan untuk pengungkapan aktivitas-aktivitas CSR kepada masyarakat penting sekali dilakukan. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW yaitu keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Hal ini menunjukkan bahwa Allah SWT menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif sebagaimana yang tertuang dalam ayat 49 surat al-Qamar dan juga ayat 7 surat al-Hadid.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Bagraff. 1997. *Penerapan Akuntansi Sosio Ekonomi dengan Menggunakan Pendekatan Biaya yang Dikeluarkan dan Laporan Nilai Tambah (Studi Kasus pada PT. Jaya Pari Steel Corp. Ltd. Surabaya)*. Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya.
- Alam, Solihin Makmur. 2003. *Value Added Statement: Salah Satu Wujud Pertanggungjawaban Perusahaan Kepada Stakeholders*. Media Akuntansi. *Media Akuntansi*, No.34 (Juni-Juli) : 50-53
- Belkaoui, Ahmed R. 1999. *Teori Akuntansi*. Terjemahan. Yogyakarta : AK Group.
- Ghozali, Imam. 1989. Pentingnya Laporan Nilai Tambah sebagai Pelengkap Laporan Keuangan. *Akuntansi*, No.10 (Oktober).
- Glautier, MWE., B. Underdown. 1986. *Accounting Theory and Practice*. Third Edition. London : Pitman Publishing Ltd.
- Gunawan, Yuniarti. 2000. *Analisis Pengungkapan Informasi laporan Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi III.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2002. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- IAI. 2002. *Standar akuntansi Keuangan*. Salemba empat.
- Indah. 2003. Pengguna Laporan Pertanggungjawaban Sosial dengan Laporan Nilai Tambah dengan Pendekatan Bruto untuk Menilai Kinerja Sosial PT. (PERSERO) Pelabuhan Indonesia III. Fakultas ekonomi Universitas Airlangga Surabaya.
- Jogiyanto. 2001. *Analisis dan Desain, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Edisi Kedua.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam ...

Yogyakarta : ANDI.

Kam, Vernon. 1990. *Accounting Theory*. Third Edition. New York : John Willey & Sons Inc.

Kottler, Philip and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.

Kumalahadi. 2000. *Prespektif Pragmatik, Lingkungan dan Sosial dalam Laporan Keuangan : Peningkatan Keuangan dan Pertanggungjawaban*. Jurnal Akuntansi dan Audit Indonesia, Vol.4, No. 1 (Juni).

Kusmanadji. 1989. Laporan Nilai Tambah Dalam Praktek Pelaporan Keuangan. *Akuntansi*, No.10 (Oktober).

Ramanathan dikutip oleh Usmansyah. 1982: 21-22. *Telaah Alternatif Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial di Indonesia*.

Sonhadji, Achmad. 1989. Akuntansi sosial : Peranannya dalam Mengukur Tanggung Jawab sosial Perusahaan, Suatu tinjauan Analitis. *Akuntansi*, No.10 (Oktober).

Suwardjono. 1989. *Teori Akuntansi : Perencanaan akuntansi Keuangan*. Edisi Kedua. Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.

Suwaldiman. 2000. Pentingnya Pertimbangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Penetapan Tujuan Pelaporan Keuangan Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Audit Indonesia*, Vol.4, No.1 (Juni) : 68.

Usmansyah. 1989. Telaah alternatif Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial di Indonesia. *Akuntansi*, No.10 (Oktober).

Yin, Robert K. 1996. Studi Kasus : *Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.