

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan pada penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. **Ati Harmoni dan Ade Andriyani (2008)**

Ati Harmoni dan Ade Andriyani (2008) meneliti tentang Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada *Official Website* Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Tujuan penelitian tersebut dilakukan untuk melihat apakah perusahaan telah memanfaatkan *Official Website*-nya untuk mengungkapkan program CSR yang dilakukan, dari sisi tata kelola perusahaan, lingkungan, dan sosial. Pada penelitian ini hanya akan diukur index Publisitas, yaitu kuantitas informasi CSR yang disajikan pada *Official Website* perusahaan.

Hasil pengamatan terhadap *official website* Unilever menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk telah mencoba halaman resminya untuk mengungkapkan program CSR yang dilakukannya, baik dari sisi tata kelola perusahaan, kebijakan lingkungan, dan kebijakan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa index publisitas Unilever adalah 13. Unilever telah mengungkapkan 13 informasi yang relevan dengan CSR kepada publik melalui *official website*-nya.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian Ati Harmoni dan Ade Andriyani, yaitu:

1. Penelitian ini membahas tentang CSR.

2. Menggunakan data *sustainability report*.

Perbedaannya, yaitu:

1. Penelitian ini tidak membahas pengukuran index publisitas CSR yang mengungkapkan oleh Unilever pada *official website*-nya. Index tersebut diperoleh dari tata kelola perusahaan dan pelaporan sebanyak 4 kategori, dari dasar kebijakan terhadap lingkungan yang dilakukan sebanyak 4 kategori, dan dari sisi kebijakan sosial sebanyak 5 kategori. Penelitian ini lebih fokus terhadap penerapan CSR pada perusahaan dalam *sustainability report* tahun penelitian 2010 dengan sampel perusahaan yang berbeda.

2. Fri Medistya Anke Priyono (2008)

Fri Medistya Anke Priyono (2008) meneliti tentang Analisis Penerapan *Sustainability Report* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) pada PT. Semen Gresik (Persero) Tbk. Tujuan penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui penerapan *sustainability report* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) pada PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa PT. Semen Gresik (Persero) Tbk. tidak berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) melainkan Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001:2004, sertifikat No. GB01/19418 dan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER05/MBU2007.

Persamaan penelitian ini dengan Fri Medistya Anke Priyono, yaitu:

1. Menggunakan data *sustainability report* sebagai objek penelitian.
2. Menggunakan indikator GRI dalam mengukur laporan CSR.

Perbedaannya penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan data *sustainability report* tahun 2010, sedangkan Fri Medistya Anke Priyono menggunakan data *sustainability report* tahun 2007.
2. Penelitian ini menggunakan sampel PT. Pembangunan Jawa Bali (PJB), sedangkan Fri Medistya Anke Priyono menggunakan sampel PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.
3. Penelitian ini menganalisis anggaran dana CSR tahun 2010 sedangkan Fri Medistya Anke Priyono tidak menganalisis.

3. Anis Chariri dan Firman Aji Nugroho (2009)

Anis Chariri dan Firman Aji Nugroho (2009) meneliti tentang Retorika dalam Pelaporan *Corporate Social Responsibility* : Analisis Semiotik atas *Sustainability Reporting* PT. Aneka Tambang (Antam) Tbk. Tujuan penelitian tersebut dilakukan untuk menjawab dua pertanyaan utama. Pertanyaan pada penelitian yang pertama adalah bagaimana cara Antam melaporkan CSR dalam *sustainability report*. Pada pertanyaan kedua, mengapa Antam menyajikan *sustainability report* terpisah dari *annual report*.

Hasil penelitian yang pertama menunjukkan, bahwa Antam menggunakan format pelaporan GRI sebagai pedoman dalam melakukan *Sustainability Reporting*. Antam mengungkapkan informasi CSR dalam bentuk cerita retorik untuk membentuk *image* positif bahwa Antam menjalankan kegiatannya dengan tetap menaruh perhatian pada isu sosial dan lingkungan. Hal ini dilakukan untuk mengendalikan *stakeholders* sebagai audien sekaligus untuk memperoleh legitimasi dari *stakeholdersnya*.

Hasil penelitian yang kedua dapat disimpulkan bahwa ada beberapa alasan mengapa Antam mengungkapkan dan melaporkan pelaksanaan *sustainability* secara terpisah dari laporan tahunan. Alasan-alasan tersebut diantaranya *sustainability report* sebagai alat komunikasi manajemen, *sustainability report* sebagai cerita retorik Antam, untuk memperoleh *image* baik dari *stakeholders* dan untuk memperoleh legitimasi dari *stakeholders*.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian Anis Chariri dan Firman Aji Nugroho, yaitu:

1. Menggunakan data *sustainability report* sebagai objek penelitian.

Perbedaannya, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan tahun penelitian 2010 dengan sampel perusahaan yang berbeda, sedangkan Anis Chariri dan Firman Aji Nugroho menggunakan tahun penelitian 2006 dan 2007.

4. Luciana Spica Almilia (2009)

Luciana Spica Almilia (2009) meneliti tentang Analisa Kualitas Isi *Financial And Sustainability Reporting* pada *Website* Perusahaan Go Publik di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur kualitas isi (*content*) informasi *Financial And Sustainability Reporting* pada *Website* Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Isi *financial Reporting* menggunakan index pengungkapan yang dikembangkan oleh of Cheng et al. (2000) dan Lymer et al. (1999). Untuk komponen isi (*content*) *Sustainability Reporting* perusahaan, digunakan item-item yang diterbitkan dalam www.junglerring.com tahun 2005 yang terdiri dari 21 item.

Hasil penelitian tersebut, menunjukkan bahwa banyak perusahaan belum memanfaatkan secara optimal pengungkapan informasi perusahaan melalui *website*, baik untuk informasi keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Temuan lain dalam penelitian ini adalah banyak perusahaan yang tidak dapat memberikan informasi bagi investor, kebanyakan informasi yang disajikan dalam *website* perusahaan adalah tentang produk atau jasa yang dihasilkan serta banyak sekali perusahaan yang tidak mengupdate informasi-informasi yang disajikan.

Persamaan dari penelitian ini dengan Luciana Spica Almilia, yaitu:

1. Penelitian ini membahas tentang CSR.

Perbedaannya, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan *sustainability report* dengan pengukuran berdasarkan GRI, sedangkan Luciana Spica Almilia mengeksplorasi penggunaan *website* pada perusahaan go publik di Indonesia.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Ati Harmoni dan Ade Andriyani (2008), CSR mengandung makna bahwa, seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korup. CSR menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan.

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks Indonesia (terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR untuk kategori *discretionary responsibilities*) dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. *Pertama*, pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary business practice*) artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Republik Indonesia. *Kedua*, pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan *discretionary business practice*, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh undang-undang (bersifat *mandatory*). Sebagai contoh, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki kewajiban untuk menyisihkan sebagian laba yang diperoleh perusahaan untuk menunjang kegiatan sosial seperti pemberian modal bergulir untuk Usaha Kecil dan Menengah (Ismail Solihin, 2008 : 161).

Menurut *Corporate Social Responsibility* PT. Pembangunan Jawa Bali (PJB), 2008 : 17 menjelaskan bahwa CSR merupakan strategi simbiosis antara perusahaan dengan masyarakat dalam mengupayakan kesejahteraan bersama melalui dedikasi dan peran sosial perusahaan sehingga tercipta harmonisasi yang saling menguntungkan. Bagi sebuah perusahaan, CSR akan berdampak pada penguatan citra perusahaan, penguatan dukungan masyarakat, jaminan keamanan perusahaan dan sebagainya. Dampak CSR bagi masyarakat antara lain sebagai sarana pembelajaran masyarakat, kemandirian masyarakat, dan kesejahteraan masyarakat.

Dari semua pengertian diatas tersebut, CSR merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan *stakeholders*, termasuk didalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier*, bahkan juga kompetitor. Pengembangan model CSR mengalami pergeseran dari perspektif *shareholder* ke perspektif *stakeholder*. Artinya, kehadiran perusahaan dilihat dari dan untuk mereka yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, dalam hal ini tidak hanya pemilik bisnis saja, tapi diperluas dalam kelompok yang lebih lebar. CSR juga bukan usaha untuk sekedar mendapatkan izin sosial dari masyarakat untuk mengamankan operasional perusahaan atau untuk mengurangi kerugian lingkungan dari aktivitas usahanya, tetapi lebih jauh CSR adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup dari *stakeholder*. CSR meningkatkan mutu hidup bersama, maju bersama seluruh *stakeholder* (*Corporate Social Responsibility* PT. Pembangunan Jawa Bali (PJB), 2008 : 23).

2.2.2 Anggaran Dana

Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis dalam bentuk angka dan dinyatakan dalam unit moneter yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan untuk jangka waktu (periode) tertentu di masa yang akan datang. Oleh karena rencana yang disusun dinyatakan dalam bentuk unit moneter, maka anggaran sering kali disebut juga dengan rencana keuangan. Dalam anggaran, satuan kegiatan dan satuan uang menempati posisi penting dalam arti segala kegiatan akan dikuantifikasikan dalam satuan uang, sehingga dapat diukur

pencapaian efisiensi dan efektivitas dari kegiatan yang dilakukan (Ellen Christina, M. Fuad, Sugiarto, Edy Sukarno, 2001 : 1).

Menurut Tendi Haruman dan Sri Rahayu, 2007 : 2 menjelaskan bahwa proses penyusunan anggaran merupakan tahap akhir dari proses perencanaan menyeluruh perusahaan (*total bussines planning*). Perencanaan menyeluruh perusahaan ini dilaksanakan melalui empat tahap yaitu penetapan filosofi dan misi, penetapan tujuan (*goals*) dan strategi, penyusunan program (*programming*), dan penyusunan anggaran (*budgeting*). Dalam menyusun anggaran juga harus diperhatikan syarat-syarat sebagai berikut:

1. Realistis, artinya sangat mungkin untuk dicapai
2. Luwes, artinya tidak kaku sehingga terdapat peluang untuk disesuaikan dengan keadaan yang mungkin berubah. Untuk itu pihak manajemen perlu mengamati perubahan lingkungan yang terus-menerus terjadi agar dapat melakukan penyesuaian bilamana diperlukan
3. Kontinyu, artinya bahwa anggaran perusahaan memerlukan perhatian secara terus menerus dan bukan merupakan suatu usaha yang bersifat insidental.

Ellen Christina, M. Fuad, Sugiarto, Edy Sukarno, 2001 : 18 menjelaskan bahwa Penyusunan anggaran yang baik oleh perusahaan dapat memperoleh beberapa keuntungan, diantaranya:

1. Hasil yang diharapkan dari suatu rencana tertentu dapat diproyeksikan sebelum rencana tersebut dilaksanakan. Bagi manajemen, hasil proyeksi ini menciptakan peluang untuk memilih rencana yang paling menguntungkan untuk dilaksanakan.

2. Dalam menyusun anggaran, diperlukan analisis yang sangat teliti terhadap setiap tindakan yang akan dilakukan.
3. Anggaran merupakan penelitian untuk kerja sehingga dapat dijadikan patokan untuk menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.
4. Anggaran memerlukan adanya dukungan organisasi yang baik sehingga setiap manajer mengetahui kekuasaan, kewenangan, dan kewajibannya. Anggaran sekaligus berfungsi sebagai alat pengendalian pola kerja karyawan dalam melakukan suatu tindakan.
5. Mengingat setiap manajer dilibatkan dalam penyusunan anggaran, maka memungkinkan terciptanya perasaan ikut berperan serta (*sense of participation*)

Disamping beberapa keunggulan tersebut diatas, terdapat pula beberapa kelemahan antara lain:

1. Dalam menyusun anggaran, penaksiran yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Sering kali keadaan yang digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran mengalami perkembangan yang jauh berbeda daripada yang direncanakan. Hal ini berarti diperlukan pemikiran untuk penyesuaian. Kemungkinan ini menghendaki agar anggaran disesuaikan secara berkesinambungan dengan kondisi yang berubah-ubah agar data dan informasi yang diperoleh akurat.
3. Karena penyusunan anggaran melibatkan banyak pihak, maka secara potensial dapat menimbulkan persoalan-persoalan hubungan kerja (*human relation*) yang dapat menghambat proses pelaksanaan anggaran.

4. Penganggaran tidak dapat terlepas dari penilaian subyektif pembuat kebijakan (*decision maker*) terutama pada saat data dan informasi tidak lengkap/cukup.

2.2.3 Sustainability Reporting

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. *Sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang. (Nor Hadi, 2011 : 59). Menurut *Global Reporting Initiative (GRI) version 3.0 (2000-2006)* menjelaskan bahwa laporan berkelanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Laporan berkelanjutan juga menggambarkan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya *triple bottom line*, laporan pertanggungjawaban perusahaan, dan lain sebagainya). Selain itu, dalam pelaporan berkelanjutan sangat perlu sekali untuk memperhatikan prinsip pelaporan untuk menetapkan kualitas. Diantaranya:

1. Keseimbangan

Laporan harus menggambarkan aspek positif dan dan negatif dari kinerja perusahaan untuk dapat memungkinkan penilaian yang masuk akal terhadap keseluruhan kinerja.

2. Dapat diperbandingkan

Perbandingan sangat dibutuhkan dalam mengevaluasi kinerja. Pemangku kepentingan yang menggunakan laporan harus dapat membandingkan informasi kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dilaporkan dengan kinerja organisasi sebelumnya, sasarannya, dan apabila memungkinkan dengan kinerja organisasi lainnya.

3. Kecermatan

Informasi yang dilaporkan harus cukup cermat dan detail bagi pemangku kepentingan dalam menilai kinerja organisasi.

4. Ketepatan waktu

Laporan dilakukan berdasarkan jadwal reguler serta informasi kepada pemangku kepentingan tersedia tepat waktu ketika dibutuhkan dalam mengambil kebijakan.

5. Kejelasan

Informasi harus disediakan dalam cara yang dapat dimengerti dan diakses oleh pemangku kepentingan yang menggunakan laporan.

6. Keterandalan

Informasi dan proses yang digunakan dalam penyiapan laporan harus dikumpulkan, direkam, dikompilasi, dianalisis, dan diungkapkan dalam sebuah cara yang dapat diuji dan dapat membentuk kualitas dan materialitas dari laporan.

2.2.4 Bentuk Tanggung Jawab Sosial

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2007,405), tanggung jawab sosial dan etika perusahaan di Indonesia sebenarnya tak perlu diragukan. Hal ini terbukti dari keterlibatan perusahaan, baik langsung maupun melalui jalur pemerintah atau badan-badan sosial dalam mengatasi penyakit sosial, seperti : mensponsori kegiatan olahraga, pembersihan polusi dan air limbah, membantu korban bencana alam, mendirikan sarana pendidikan, kesehatan, membantu/melaksanakan kegiatan keagamaan seperti pengajian, MTQ, Perkabaran injil, beasiswa dan pengembangan karier. Menurut Bradshaw dalam Sofyan Syafri Harahap (2007, 400) dikemukakan ada tiga bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

1. *Corporate Philanthropy*

Di sini tanggung jawab perusahaan itu berada sebatas kedermawanan atau kerelaan belum sampai pada tanggung jawabnya. Bentuk tanggung jawab ini bisa merupakan kegiatan amal, sumbangan atau kegiatan lain yang mungkin saja tidak langsung berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

2. *Corporate Responsibility*

Di sini kegiatan pertanggungjawaban itu sudah merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan bisa karena ketentuan UU atau bagian dari kemauan atau kesediaan perusahaan.

3. *Corporate Policy*

Di sini tanggung jawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakannya.

Menurut *Corporate Social Responsibility* PT. Pembangkitan Jawa Bali (PJB), 2008 : 32-33 menjelaskan bentuk program tanggung jawab sosial, terbagi dua, yaitu berdasarkan jenisnya dan berdasarkan ruang lingkungannya. Program berdasarkan jenis antara lain:

1. *Grants* (Hibah)

Pemberian bantuan untuk membiayai kegiatan tertentu yang dirasakan manfaatnya secara langsung.

2. *Equipment*

Pemberian bantuan sarana untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar.

3. *Staff secondments*

Pemberian bantuan keahlian dengan memperbantukan karyawan yang kompeten dalam kegiatan yang dilakukan masyarakat.

4. *Training*

Pemberian pelatihan keterampilan yang siap pakai.

5. *Projects*

Pemberian bantuan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

6. *Use of facilities*

Pemberian kemudahan dalam memanfaatkan sarana perusahaan, seperti poliklinik, lapangan olahraga dan sebagainya.

7. *Visitor centres*

Membuka diri untuk memenuhi rasa ingin tahu (*curiosity*) masyarakat.

8. *Open house*

Memberikan kesempatan pada publik sebagai tamu untuk mengenal proses bisnis perusahaan.

9. *Environmental improvement*

Pemberian bantuan untuk pengembangan lingkungan seperti pengadaan air bersih dan sebagainya.

10. *Corporate philanthropy*

Pemberian bantuan untuk pendidikan, pengembangan seni budaya dan sebagainya.

Sedangkan bentuk program berdasarkan ruang lingkupnya, antara lain:

1. *Community relation*

Kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait (konsultasi kegiatan dengan komuniti, sosialisasi, promosi dan sebagainya). Tujuannya, meminimalisasi perbedaan konsepsi dan pikiran antara masyarakat, perusahaan dan pemerintah, dengan harapan terbentuk suatu persepsi yang sejalan antar masing-masing pihak, baik masyarakat sekitar, pemerintah, maupun perusahaan, serta tercipta hubungan baik dan saling mendukung antar *stakeholder*.

2. *Community Service*

Pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat ataupun kepentingan umum serta penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan publik (seperti pelayanan kesehatan Cuma-Cuma, bantuan-bantuan sosial, donasi, penyediaan sarana pendidikan, sarana ibadah dan lainnya). Tujuannya

untuk mengantisipasi timbulnya kecemburuan sosial antar kelompok masyarakat, melengkapi kebutuhan masyarakat akan sarana dan prasarana yang telah disediakan pemerintah bagi pelayanan kebutuhan mereka (pendidikan, kesehatan, ekonomi dan lain sebagainya, serta membantu penyediaan atau perbaikan sarana ibadah. Program ini diharapkan mampu menciptakan suasana yang kondusif antara masyarakat, pemerintah dan perusahaan. Selain itu, masyarakat dapat mengakses sarana dan prasarana pelayanan publik sesuai kebutuhan.

3. *Community Empowering*

Program-program yang diarahkan dalam rangka penguatan kapasitas dan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya (pengembangan usaha kecil, pendidikan dan pelatihan dan sebagainya). Tujuannya, untuk menciptakan masyarakat yang berdaya dan mandiri, baik sosial, ekonomi, maupun kelembagaan. Program ini diharapkan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menemukan alternatif ekonomi jangka panjang, menguatnya kelembagaan lokal yang mampu mempromosikan tumbuhnya prakarsa-prakarsa lokal, serta terciptanya kemandirian masyarakat.

2.2.5 Konsep *Triple Bottom Line*

Menurut Nor Hadi, 2011 : 56-58, konsep *triple bottom line* nampaknya cukup di respon oleh banyak kalangan karena mengandung strategi integral dengan memadukan antara *social motive* dan *economic motive*. *Profit*, merupakan

satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan mainstream ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, *profit* merupakan orientasi utama perusahaan. *People*, merupakan lingkungan masyarakat (*community*) di mana perusahaan itu berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. *Planet*, merupakan lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat di mana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.2.6 Standart Pengungkapan *Sustainability Report*

Laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku berakhir (Nor Hadi, 2011 : 206).

Terdapat 3 jenis pengungkapan di dalam *Global Reporting Initiative* (GRI), diantaranya:

1. Strategi dan Profil

Pengungkapan yang menentukan konteks keseluruhan dalam memahami kinerja organisasi, seperti strategi, profil dan tata kelola.

2. Pendekatan Manajemen

Pengungkapan yang mencakup bagaimana sebuah organisasi mengarahkan seperangkat topik dalam menyediakan konteks untuk memahami kinerja pada wilayah tertentu. Beberapa item aspek yang harus diungkapkan dalam *sustainability report*, yaitu:

1. Ekonomi (*Economic*)
2. Lingkungan (*Environment*)
3. Praktek Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak (*Labour Practices and Decent Work*)
4. Hak Asasi Manusia (*Human Rights*)
5. Masyarakat (*Society*)
6. Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility*)

3. Indikator Kinerja

Indikator yang menghasilkan perbandingan informasi mengenai kinerja organisasi dalam hal ekonomi, lingkungan dan sosial.

Prinsip Pelaporan untuk Menetapkan Isi:

1. Materialitas

Informasi dalam sebuah laporan harus mencakup topik dan indikator yang menggambarkan dampak signifikan dari ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap organisasi atau yang dapat mempengaruhi penilaian dan kebijakan dari pemangku kepentingan secara substantif.

2. Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Organisasi harus mengidentifikasi para pemangku kepentingannya dan menjelaskan dalam laporan bagaimana organisasi telah merespons harapan dan kepentingan yang masuk akal dari pemangku kepentingan.

3. Konteks Keberlanjutan

Laporan harus memperlihatkan kinerja organisasi dalam konteks keberlanjutan yang lebih luas.

4. Kelengkapan

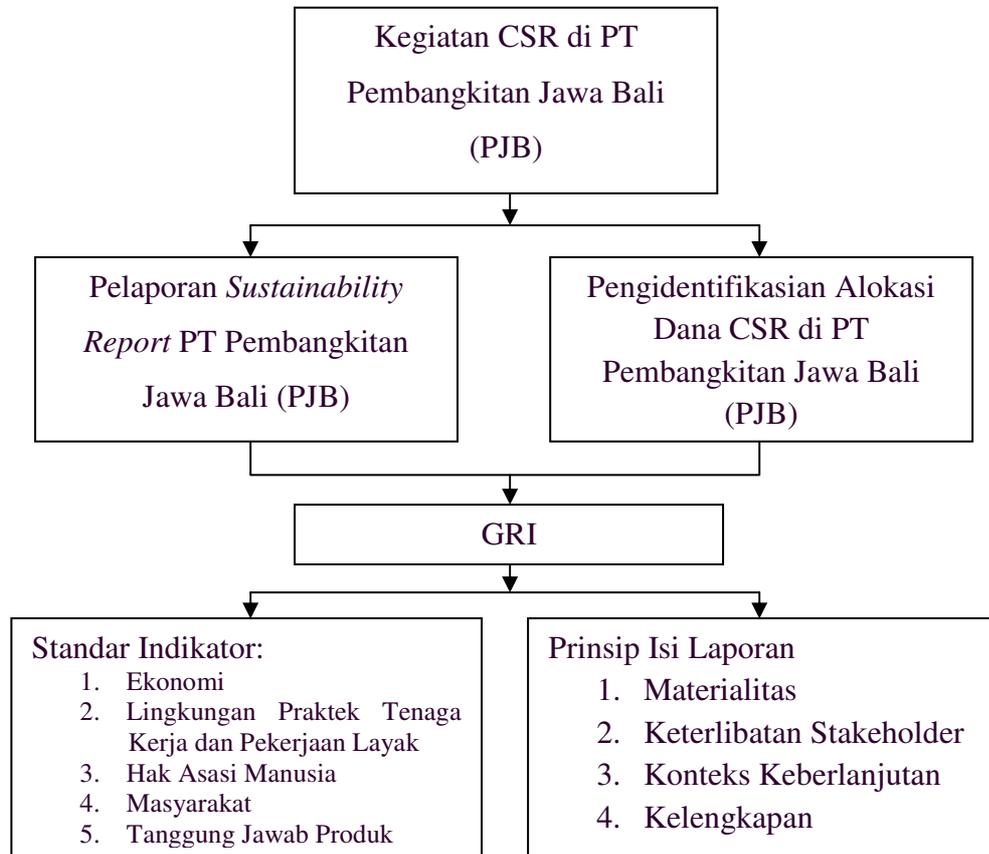
Cakupan topik dan indikator material serta definisi batasan laporan harus dapat menggambarkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan dan memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai kinerja organisasi dalam periode laporan berjalan.

2.3 **Preposisi Penelitian**

Preposisi penelitian adalah teori yang dijadikan untuk dasar penelitian, serta bagian yang mengarahkan peneliti kepada sesuatu yang harus diteliti dalam ruang lingkup penelitiannya. Preposisi dalam penelitian ini yaitu :

1. Anggaran dana pada kegiatan CSR dalam Khitanan massal oleh PT Pembangkitan Jawa Bali (PJB).
2. Implementasi *sustainability report* berdasarkan GRI pada PT Pembangkitan Jawa Bali (PJB).

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Penjelasan Kerangka Pemikiran:

Maksud dari kerangka pemikiran tersebut adalah peneliti akan meneliti kegiatan CSR yang ada di PT. Pembangkitan Jawa Bali (PJB). Selain itu juga, peneliti mengidentifikasi sumber alokasi dana CSR kegiatan CSR yang ada di perusahaan dan menganalisis pelaporan CSR yang dibuat setelah kegiatan CSR berlangsung, apakah sudah memenuhi standar indikator dan prinsip isi laporan yang ada dalam *Global Reporting Initiative (GRI)*.