

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Isu utama di berbagai perusahaan dan organisasi di dunia termasuk di Indonesia saat ini tentang kepedulian terhadap lingkungan dan dampak sosialnya terhadap bisnis, serta meningkatnya kesadaran konsumen dalam menginginkan produk yang ramah lingkungan. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk sebagai salah satu BUMN di Indonesia menyadari pentingnya tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata. Adanya penerapan program tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, bisa membawa perubahan bagi perusahaan dalam bentuk rencana strategis mempertahankan kelangsungan bisnisnya sampai dimasa mendatang. Melalui *Sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan sebagai pola baru terdapat pergeseran dalam berbisnis yang beretika.

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) tidak hanya mensinergikan aspek ekonomi bagi perusahaan dengan aspek lingkungan saja, juga harus mensinergikannya dengan aspek-aspek sosial, seperti pemberdayaan masyarakat. Tanggung jawab perusahaan dalam mensinergikan aspek-aspek itu dilakukan dengan kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Disemadi & Prananingtyas, 2020).

Semua aspek usaha dari tingkat teratas sampai tingkat yang terendah sangat terpengaruh akibat dari pandemi Covid-19. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sebagai usaha yang banyak digeluti oleh masyarakat menengah ke bawah mengalami penurunan pendapatan akibat dari pandemi Covid-19. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk tetap berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada para nasabah dan juga lingkungan masyarakat walaupun dihadapkan dengan pandemi Covid-19. Menurut Latifah (2021) bahwa media untuk mendapatkan *legitimacy* atau pengakuan dari *stakeholders* (pemangku kepentingan) atas keberlangsungan perusahaan yaitu pengungkapan CSR, karena perusahaan tidak akan bisa melaksanakan kegiatan usahanya tanpa dukungan yang berasal dari *stakeholders*. *Sustainability report* sebagai bentuk pemberitahuan yang diadakan

oleh perusahaan menjadi gambaran kinerja yang meliputi kinerja ekonomi, lingkungan serta sosial (Sari et al., 2017). *Sustainability report* dapat mengidentifikasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan hingga dapat menarik minat usaha global (Suharyani et al., 2019).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk sebagai lembaga finansial yang memasarkan kepercayaan serta dihadapkan berbagai macam resiko sehingga harus mengaturnya secara baik serta dituntut untuk transparan dalam penyampaian laporan keuangannya. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk harus memiliki kinerja keuangan dan tata kelola perusahaan yang baik karena akan menjadi bahan pertimbangan para investor yang berniat menginvestasikan dananya ke PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk tersebut yang terlihat melalui nilai perusahaan. Praktik tata kelola menjadi sangat penting dengan semakin bertambahnya resiko yang dihadapi PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Memperoleh laba sebagai tujuan utama dari kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan sebagai syarat perusahaan untuk dapat terus hidup dan berkembang sesuai dengan prinsip *going concern* (bertahan hidup). Memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosial sebagai salah satu cara agar perusahaan dapat mencapai suatu tingkat laba yang memuaskan lebih dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Bisnis dibangun pada awalnya dengan pola lama berupa single P alias Profit saja. Saat ini perusahaan tidak lagi berpedoman pada konsep *Single Bottom Line*, tapi telah beralih pada konsep yang diperkenalkan oleh John Elkington (1998) yaitu *Tripple Bottom Line* yang berfokus pada 3P yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet* yang menjelaskan bahwa perusahaan tak hanya fokus pada laba atau keuntungan (*profit*) saja, tapi perusahaan juga wajib berperan dan berpartisipasi dalam kesejahteraan masyarakat sekitar (*people*) serta ikut berkontribusi aktif dalam pelestarian lingkungan (*planet*) yang informasi-informasi tersebut disajikan dalam bentuk sebuah laporan terpisah dari laporan keuangan perusahaan, yaitu Laporan Keberlanjutan atau *Sustainability Report*.

Sustainability report menurut Global Reporting Initiative (2017) diartikan sebagai praktek pengukuran, pengungkapan dan usaha akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam meraih tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan di lingkungan internal maupun eksternal. Konsep *Sustainable Development* sebagai suatu konsep pembangunan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sekarang (*current*) tidak boleh mengganggu kemampuan generasi berikutnya (*next generation*) dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka yang akan datang.

Konsep *sustainability management* hadir pada bulan September 2004 yaitu *International Organization for Standardization* (ISO) sebagai induk dari organisasi standar internasional mengajak banyak pihak untuk membuat panduan (*guidelines*) dan standarisasi atas tanggung jawab sosial yang diberi nama *ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility*. Manfaat perusahaan menerapkan *sustainability management*, yaitu:

- 1) Meningkatkan rasa peduli perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar dalam pembangunan komunitas (*community development*) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- 2) Perusahaan tak sekedar mencari untung bagi pemilik semata, namun juga wajib menjaga dan memberi nilai tambah (*value added*) pada masyarakat dan lingkungannya.
- 3) Meningkatkan reputasi perusahaan, sehingga terjaga citra yang positif.
- 4) Mengurangi resiko yang buruk bagi perusahaan.
- 5) Meningkatkan persaingan perusahaan (*competitive advantage*).
- 6) Bertambahnya kepercayaan para pemegang saham dan pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya.
- 7) Sebagai bahan analisis investasi bagi para investor (*Socially Responsible Investment/SRI*).

Definisi CSR menurut *United Nations Industrial Development Organization* (UNIDO) dalam website resminya www.unido.org bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sebagai konsep manajemen perusahaan untuk menggabungkan persoalan sosial, lingkungan pada operasi usaha mereka serta hubungan dengan pemangku kepentingan mereka, dengan kata lain CSR diartikan sebagai cara

perusahaan memperoleh keseimbangan ekonomi, lingkungan serta sosial sedangkan di saat yang bersamaan menangani harapan pemegang saham serta pemangku kepentingan.

Hubungan harmonis antara pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta pihak perusahaan itu sendiri (*shareholders*) sebagai isu penting sehingga memunculkan CSR. *Stakeholders* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan atas perusahaan yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan yang akan dilaksanakan serta pihak-pihak yang berkaitan dengan akibat operasional perusahaan yaitu pekerja, pemasok, pengguna, pemerintah sebagai pembuat peraturan, masyarakat, serta pemilik perusahaan itu sendiri. Menurut Deegan (2000) bahwa perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi serta mematuhi peraturan dan cara-cara yang berlaku pada masyarakat maka akibatnya kegiatan perusahaan dapat dilihat legitimat. Menurut McOliver-EA Marshal dalam Yahya Harahap bahwa CSR bertujuan antara lain: (1). Memberi sebagian laba perseroan kepada masyarakat dan lingkungan; (2). Melibatkan sumber serta personal perseroan mengadakan pelatihan khusus (*special training*) dan kegiatan non laba (*non-profit*) kepada masyarakat sekitarnya; (3). Bertanggung jawab melindungi lingkungan (*environmental protection*) di sekitarnya. CSR jika diartikan sebagai anugerah sebagian laba korporasi yang diperuntukkan bagi kepentingan masyarakat serta lingkungan. Selain itu, pada prinsipnya yang menjadi target CSR adalah bagaimana kepentingan masyarakat dan lingkungan tercapai, dan bukan pada proses penyalurannya (Moga, 2019). *Agency conflict* dapat terjadi akibat dana CSR berasal dari keuntungan perusahaan yang disisihkan perlu diungkapkan kepada para *stakeholder* perusahaan menggunakan pelaporan akuntansi yang andal dan diaudit untuk memberikan kepastian informasi pada *stakeholder* perusahaan (Rudakova, Pashentsev et al., 2019). Saat perusahaan menghasilkan aliran kas bersih/*free cash flow* maka konflik keagenan (*agency conflict*) muncul antara pemilik, karyawan dan manajer perusahaan karena ada kecenderungan manajer lebih memposisikan kepentingan pribadi di atas kepentingan perusahaan (Ardiyos, 2006, p: 26).

Hambatan berupa gejolak sosial akan muncul jika masyarakat menilai suatu perusahaan tidak memperhatikan keberlangsungan lingkungan dan sosial secara

langsung (Marthin et al., 2017). Pada perusahaan besar umumnya memiliki risiko untuk merusak dan mencemarkan lingkungan, karena itu melalui CSR perusahaan diminta untuk dapat membantu mengurangi bahaya tersebut sekecil mungkin dan membantu untuk menjaga kelestarian lingkungan (Irfansyah et al., 2020). Strategi pencegahan korupsi dapat dimasukkan menjadi bagian praktek tanggung jawab sosial perusahaan serta dikomunikasikan kepada seluruh bagian perusahaan oleh karena itu perusahaan didorong dalam menerapkan pemberantasan kegiatan korupsi (Hills et al., 2009), karenanya CSR yang berimplikasi tindak pidana korupsi menurut Saidi Zaim dan Hamid Abidin dalam Moga (2019) mengatakan bahwa 4 (empat) model pola pelaksanaan CSR yang oleh perusahaan di Indonesia umum digunakan, yaitu:

- 1) Terlibat langsung yaitu perusahaan secara langsung menjalankan CSR dengan menyelenggarakan sendiri aktivitas sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat secara langsung tanpa perantara. Sebuah perusahaan umumnya menugaskan salah satu pejabat seniornya, mirip *corporate secretary* atau *public affair manager* atau sebagai bagian dari tugas pejabat *public relation* untuk menjalankan tugas ini.
- 2) Memakai organisasi sosial perusahaan sendiri atau yayasan sendiri yaitu perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. contoh ini ialah adopsi dari model yang lazim diterapkan pada perusahaan-perusahaan pada negara maju, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang bisa dipergunakan secara teratur bagi aktivitas yayasan. Beberapa contoh seperti Yayasan Coca-Cola Company, Yayasan Rio Tinto (perusahaan pertambangan), Yayasan Dharma Bhakti Astra, Yayasan Sahabat Aqua, GE Fund.
- 3) Berkolaborasi dengan pihak lain. CSR dilakukan oleh perusahaan melalui kolaborasi menggunakan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan aktivitas sosialnya seperti Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa, instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan

Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), universitas (UI, ITB, IPB), media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).

- 4) Konsorsium. Perusahaan ikut mendirikan, sebagai anggota suatu lembaga sosial yang didirikan dengan tujuan sosial tertentu yang berorientasi pada pemberian bantuan gratis perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan” dibandingkan menggunakan model lainnya. Perusahaan-perusahaan yang mendukung secara pro aktif pihak konsorsium atau lembaga semacam itu mencari mitra kolaborasi dari kalangan lembaga operasional kemudian membuat program yang disepakati bersama.

Menurut Disemadi & Prananingtyas (2020) bahwa tumbuhnya kepedulian kualitas kehidupan, lingkungan, dan harmonisasi sosial dapat mempengaruhi kegiatan dunia bisnis serta peningkatan hidup masyarakat. Tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan wajib dilaksanakan pada sistem manajemen yang adil (Hidayah et al., 2019). Atas dasar hal tersebut, lahirlah tuntutan terhadap peran perusahaan agar mempunyai CSR melalui peraturan perundang-undangan yang ada. Kemudian muncul pertanyaan apakah CSR yang telah diatur oleh undang-undang ini dalam pelaksanaannya telah berjalan sesuai aturannya, ataukah kegiatan CSR hanya sekedar kewajiban saja bagi perusahaan untuk dilaksanakan berdasarkan kesadaran. Kenyataan yang terjadi, pelaksanaan CSR masih sekedar memberi bantuan dan secara maksimal belum menyentuh kepentingan masyarakat. Banyaknya permasalahan sosial yang terjadi dan dihadapi oleh perusahaan di Indonesia disebabkan oleh penegakan peraturan yang lemah mengenai tanggung jawab sosial perusahaan seperti peraturan tentang ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri di masa otonomi daerah (Putra, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR timbul sejak kesadaran akan keberlanjutan perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar keuntungan. Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk di Masa Pandemi Covid-19.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka rumusan masalah disajikan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana implementasi CSR pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk?
- 2) Apakah CSR yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk sudah berjalan sesuai dengan Undang-Undang?
- 3) Kegiatan apa saja yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk dalam menjalankan CSR pada masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Menjelaskan penerapan CSR pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.
- 2) Menjelaskan prinsip-prinsip dan dasar hukum CSR yang diterapkan dalam praktik PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.
- 3) Menjelaskan program-program CSR PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih atas ilmu akuntansi, terutama untuk menambah referensi literature yang berkaitan dengan fenomena *Sustainability Report*, serta dapat digunakan sebagai masukan bagi kalangan akademisi untuk berkontribusi dalam pengembangan model dari penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan.
- 2) Bagi Penulis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat tambahan atas pengungkapan CSR dalam laporan tahunan di Indonesia dan memberikan pengetahuan yang lebih mendalam tentang CSR.

2. Praktis

- 1) Bagi Pemerintah dan lembaga-lembaga regulator lainnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan serta pertimbangan dalam peningkatan kualitas standar peraturan yang sudah ada.

- 2) Bagi masyarakat, dapat berfungsi sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
- 3) Bagi Investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar masukan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

