

SUSTAINABILITY REPORTING SEBAGAI MEDIA PERUSAHAAN DALAM MENGEMBANGKAN DAN MELAPORKAN KEBIJAKAN BISNIS BERKELANJUTAN

Satia Nur Maharani
Email : tiamaharani@ymail.com

Abstract: Sustainability is about long-term value creation not only for company but also for employees, customers, the industry sector, investors and the communities where the company does business. The ability of company to create long-term value is based on its understanding of and response to demands of society and on recognizing that environmental, social, economical and ethical factors affect the business strategy. This article identifies drivers for organization to adopt corporate social responsibility and produce corporate sustainability report.

Key words: *Corporate Social Responsibility, Sustainability Reporting*

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu ekonomi sangat dipengaruhi oleh *stake holder* dalam hal ini perusahaan, lembaga keuangan, intitusi pemerintah, dan masyarakat. Universitas sebagai lembaga pencetak sumber daya insani harus menyadari berbagai perkembangan di luar kampus khususnya pemenuhan kebutuhan *stake holder*. Diharapkan universitas dapat mencetak tenaga-tenaga masa depan yang memiliki keahlian baik kedalaman ilmu pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan perkembangan yang dituntut oleh *stake holder*. Sejak 10 tahun terakhir perkembangan ilmu ekonomi baik dalam epistemologis dan ontologis semakin berkembang pesat. Akademisi dan praktisi ekonomi dituntut untuk lebih peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan karena ditangan mereka segala kebijakan ekonomis diambil. *Mindset* atau cara pandang bahwa perusahaan harus mengedepankan *profit oriented* mulai banyak dipertanyakan setelah terjadinya berbagai kerusakan baik sosial maupun lingkungan sebagai *impact* dari aktivitas entitas bisnis dalam meraih *profit*. Kerusakan hutan lewat penebangan liar, eksplorasi minyak bumi dan batu bara, kerusakan cagar budaya oleh industri pariwisata akibat didirikannya pusat-pusat wisata tanpa memperdulikan aspek sosial masyarakat, kerusakan sosial akibat produk industri hiburan yang tidak peduli dengan etika, dan masih banyak lagi semakin dihubungkan oleh kinerja manajemen masing-masing entitas bisnis. Isu lingkungan secara luas seperti pemanasan bumi, ancaman terhadap lapisan ozon, lahan pertanian yang tidak efisien, permukaan laut semakin naik dan sebagainya membawa konsekuensi tersendiri bagi entitas bisnis khususnya yang *high impact* untuk lebih bertanggung

Satia Nur Maharani, adalah Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

jawab tidak hanya dalam jangka pendek melainkan juga masa depan dan harus dituangkan dalam perencanaan bisnis. Pendek kata, perubahan paradigma berfikir bahwa bisnis adalah untuk maksimalisasi keuntungan harus dirubah. Inilah yang dibahas dalam *Corporate Sustainability Management* (CSM) yaitu organisasi bisnis baik manufaktur dan jasa milik pemerintah maupun swasta dalam merencanakan dan melaksanakan kebijakannya harus berorientasi pada aspek sosial dan lingkungan bukan semata-mata keuntungan untuk kelangsungan generasi sekarang dan masa yang akan datang. Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah, industri bisnis, masyarakat dan *non-governmental organization* (NGO) untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sekarang tidak boleh mengganggu kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka atau disebut sebagai *sustainable development*. Oleh karena itu, universitas sebagai ujung tombak pencetak tenaga terampil dituntut membekali mahasiswa ekonomi baik jurusan akuntansi, manajemen, dan ekonomi pembangunan untuk peduli terhadap lingkungan alam dan social. *Worldview* oportunistis dan materialis diubah menjadi paradigma yang lebih humanis dan transedental serta peka terhadap lingkungan sosial dan alam.

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility (CSR)

Penerapan pembangunan yang berkelanjutan atau *sustainable development* dari perspektif dunia usaha disebut sebagai *Corporate sustainability* atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR pertama kali dikembangkan di Inggris sejak 34 tahun yang lalu dan mulai dipopulerkan di Indonesia sejak tahun 2001. CSR adalah kesadaran organisasi bisnis untuk peduli terhadap kepentingan diluar stakeholder internal (*share holder, manajemen, dll*) dengan menerapkan kebijakan yang ramah terhadap alam dan sosial atau seimbang antara kepentingan organisasi bisnis dengan lingkungan diluar organisasi meskipun tidak diatur dalam legal formal atau UU (bersifat sukarela). Lebih jauh menurut Daniri (2008) CSR dapat dimaknai sebagai komitmen dalam menjalankan bisnis dengan memperhatikan aspek social, norma dan etika bukan saja pada lingkungan sekitar tetapi juga pada lingkup internal dan eksternal yang lebih luas. Keuntungan tidak saja didefinisikan sebagai *revenue minus cost* melainkan lebih luas lagi bahwa keuntungan mencakup keseimbangan alam, peningkatan kesejahteraan sosial dan harmonisasi antara organisasi bisnis dengan masyarakat. Beberapa alasan kuat mengapa CSR dirasakan semakin perlu untuk diimplementasikan secara konkrit khususnya perusahaan yang memiliki dampak besar terhadap alam dan social adalah sebagai berikut, *pertama*, untuk menunjukkan kepedulian organisasi bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan. *Kedua*, *stakeholder* eksternal semakin kaya pemikiran dalam menetapkan kepercayaan kepada perusahaan baik dalam hal produk maupun kinerja secara keseluruhan serta kekuatan komunikasi yang dibangun oleh perusahaan dengan *stakeholder* eksternal sangat dipengaruhi oleh kepedulian perusahaan untuk mengakomodasi kepentingan mereka. *Ketiga*, reputasi atau nama baik perusahaan tidak hanya berdasarkan kemampuan dalam menghasilkan laba dan produk yang berkualitas melainkan juga kepedulian

perusahaan terhadap lingkungan alam dan social bahkan investor untuk mengambil keputusan investasi tidak lagi terpusat pada analisis yang bersifat tekhnikal melainkan juga fundamental secara luas yaitu kepedulian perusahaan untuk menerapkan CSR. *Keempat*, dengan menerapkan CSR, perusahaan memiliki kemampuan bersaing lebih tinggi karena memiliki kualitas sumber daya manusia yang mumpuni dan teknologi ramah lingkungan serta menguatkan pasar melalui hubungan yang solid dengan pelanggan, supplier, masyarakat, LSM, dan lembaga-lembaga keuangan penunjang. Suta (2008) menjelaskan CSR adalah *part of strategy* dari perusahaan untuk membangun reputasi, karena reputasi merupakan *intangibile asset* yang penting. Lebih lanjut Suta menjelaskan hasil penelitian menunjukkan 65% perusahaan public yang diambil dari kelompok LQ45 menanggapi CSR merupakan komponen penting dari reputasi. Manfaat CSR bagi perusahaan dikemukakan pula oleh Suharto (2008) yaitu memperkuat kinerja dan keuntungan ekonomi yang lebih efisien, meningkatkan komitmen para pekerja, memantapkan akuntabilitas perusahaan terkait investasi social dan kemasyarakatan, mengurangi kerentanan dan instabilitas operasi perusahaan terkait menguatnya hubungan dengan masyarakat dan terakhir mempertegas citra dan reputasi perusahaan.

Kepedulian CSR di berbagai belahan dunia semakin meningkat ditunjukkan dengan lebih 79% dari 1000 CEO di 33 negara menyatakan bahwa CSR merupakan bentuk lain dari *profit* yang sangat vital bagi perusahaan dan menentukan kemampuan bersaing di pasar. Hal ini ditegaskan oleh Adam dan Zhutshi (2006) "*companies that demonstrate social and environtmental impacts gain specific benefits, although not all can be quantified in dollar terms.*". Lee (2005; 57) mengutarakan bahwa CSR telah mengalami transformasi dari sesuatu yang dianggap beban biaya menjadi sumberdaya yang bernilai tinggi. Lebih lanjut Lee mengajak perusahaan untuk melakukan "*resourcification of CSR*" sebagai cara untuk mendapatkan manfaat penuh Dario CSR menjadi cara untuk meningkatkan keuntungan ekonomi. Kepedulian lain ditunjukkan oleh konsumen khususnya di negara maju lebih memilih produk yang ramah lingkungan meskipun mengeluarkan uang lebih banyak daripada produk lain yang tidak ramah lingkungan, investor melakukan portofolio investasi pada perusahaan yang menggunakan *friendly technology*, bank dalam memberikan persetujuan kredit pada perusahaan melaksanakan *assessment* lingkungan apakah perusahaan tersebut memperhatikan social dan lingkungan dalam aktivitas bisnis mereka (ABN AMRO bank, Manulife, Bank of America, JPMorgan Chase, Rabobank Group, dll.) bahkan New York Stock Exchange menyediakan instrument investasi berupa indeks saham seperti FTSE4Good dan Dow Jones Sustainability Index (DJSI) yang berisikan index saham perusahaan yang telah melaksanakan CSR untuk mengakomodir kepentingan investor yang peduli terhadap CSR.

Sustainability Reporting

Perkembangan seperti yang telah diuraikan di atas mempengaruhi eksistensi pelaporan keuangan atau yang selama ini dikenal sebagai *Accounting Management Report* untuk kepentingan pihak internal dan *Financial Accounting Report* untuk kalangan eksternal. *Kuantitative approach* yang lebih dipergunakan pada laporan keuangan tidak bisa menampung informasi CSR yang lebih banyak membutuhkan

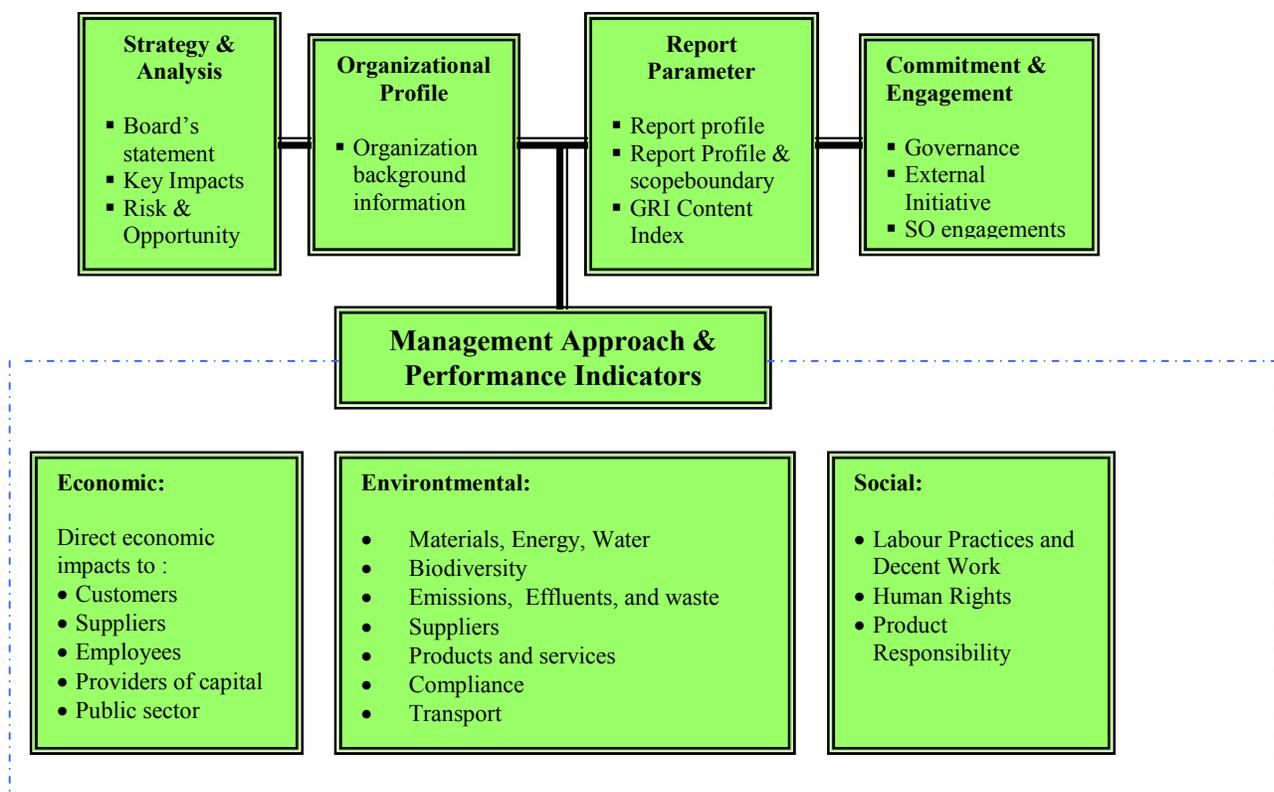
kualitatif approach meskipun unsur-unsur materi masih ada. Sebenarnya PSAK sendiri sudah mengatur untuk menyusun laporan tersendiri bagi informasi yang sifatnya sulit diukur atau memerlukan pendekatan kualitatif sehingga tidak menjadi masalah untuk menyusun laporan yang memuat informasi CSR. PSAK No.1, Paragraph 9 menyatakan bahwa “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting....” Selain itu terdapat pula beberapa bidang pelaporan lain yang diatur dalam PSAK seperti PSAK No 33 Akuntansi Pertambangan Umum (1994), PSAK No. 32 Akuntansi Kehutanan (1994), PSAK No. 29 Akuntansi Gas dan Minyak Bumi (1990), PSAK No 45 Pelaporan Keuangan Organisasi Nirlaba (1997), PSAK No 18 Akuntansi Dana Pensiun (1995), PSAK No 24 Imbalan Kerja (2004), PSAK No 57 Kewajiban diestimasi, Kewajiban Kontijensi, dan aktiva kontijensi (2000) dan ISAC No. 3 Interpretasi tentang Perlakuan Akuntansi atas pemberian sumbangan atau bantuan (1997). Perbedaan antara *Sustainability Reporting* dengan *Financial reporting* dijelaskan pada tabel 1 di bawah ini (Darwin, 2008):

Tabel 1. Perbedaan *Sustainability Reporting* dengan *Financial reporting*

	Produk	Pedoman	Referensi
<i>Financial Reporting</i>	Balance Sheet Income Statement	PSAK oleh IAI	International Accounting Financial Standard oleh IFAC
<i>Sustainability Reporting</i>	Ekonomi, Lingkungan dan Sosial	Sustainability Reporting Guidelines oleh NCS	Sustainability Reporting Guidelines oleh GRI

Daniri (2009) mengemukakan pentingnya standar atau pedoman umum menerapkan CSR karena adanya ketidakseragaman dalam penerapan CSR di berbagai Negara menimbulkan kecenderungan yang berbeda dalam pelaksanaan CSR yang mempengaruhi laporan CSR. Pada tingkat global, sejak tahun 2002 telah dikembangkan bentuk Laporan Keberkelanjutan oleh *Global Reporting Initiative*. Laporan perusahaan berkaitan dengan kebijakan bisnis yang berorientasi pada CSR disusun dalam *Sustainability Reporting* berdasarkan *Sustainability Reporting Guidelines* (RG). RG selama ini merupakan satu-satunya pedoman bagi perusahaan baik dalam dan luar negeri untuk membuat *Sustainability Reporting* dimana RG ini disusun oleh *National Centre for Sustainability Reporting* (NSC) dengan referensi dari institusi independen dunia yaitu *Global Reporting Initiative* yang berkedudukan di Belanda. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah lembaga independen yang didirikan pada tahun 1997 di Boston, AS dengan keanggotaan multi profesional seperti akuntan, pengusaha, investor, organisasi lingkungan hidup, organisasi HAM, lembaga riset dan organisasi buruh berbagai Negara. GRI berdiri karena semakin mendesaknya transparansi pengaruh aktivitas bisnis perusahaan baik ekonomi, lingkungan dan sosial sehingga dibutuhkan pedoman atau *framework* untuk menyusun *sustainability report* bagi perusahaan dalam berbagai ukuran dan sector usaha di seluruh dunia. Tujuannya antara lain meningkatkan harmonisasi perusahaan terhadap *stakeholder* baik itu *shareholder*,

manajemen, karyawan atau buruh, investor, pemerintah, organisasi non pemerintah, masyarakat, membantu investor memiliki analisis secara utuh baik teknikal maupun fundamental dalam menagmbil keputusan investasi, dan lain-lain. Dengan menyusun *Suistainability Reporting* maka pemakai informasi mengetahui apakah perusahaan transparan dalam menyusun kebijakan yang berorientasi pada lingkungan, stakeholder tidak hanya manajemen, karyawan melainkan juga masyarakat dan alam, pengaruh proses produksi atau aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan sejauh mana perusahaan mengkomunikasikan hal tersebut kepada public dan terakhir apakah perusahaan jujur terhadap diri mereka sendiri dan lingkungan terhadap “*impact*” perusahaan terhadap lingkungan. Secara garis besar Darwin (2008) menjabarkan beberapa Diagram dibawah ini menjelaskan komponen apa saja yang dilaporkan dalam *Sustainability Report* berdasarkan *Sustainability Reporting Guidelines*:



Gambar 1. *Sustainability Reporting Guidelines*

Komponen yang dilaporkan pada *Sustainability Report* menurut GRI dapat dijabarkan sebagai berikut, *pertama, strategy and Analysis* memberikan informasi secara umum strategi perusahaan yang bersifat berkelanjutan. Penjelasan secara terperinci dijelaskan pada bagian lain sehingga tahap ini hanya bersifat umum baik dalam pemberian informasi startegi perusahaan dan inisatif strategis perusahaan yang bersifat *susstainability development* termasuk pernyataan oleh pengambil keputusan tingkat atas seperti Komisaris Utama, Direktur Utama (CEO), dan

posisi lain yang setingkat. Selain itu pada bagian ini dijelaskan pula secara naratif pengaruh signifikan *sustainability development* terhadap *stakeholder* eksternal (masyarakat, lingkungan alam, dll.), komitmen jangka panjang perusahaan dalam memenuhi tuntutan untuk merencanakan dan menerapkan strategi ekonomis yang bersifat *sustainability development* sesuai dengan karakteristik usaha untuk meningkatkan kemampuan bersaing, menguatkan pasar, dan menguatkan kepercayaan melalui peningkatan mutu produk yang ramah lingkungan dengan daya pengaruh negatif yang rendah terhadap social masyarakat. *Kedua, Organizational Profile* memberikan informasi secara menyeluruh mengenai sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, lokasi perusahaan, segmen pasar, lingkup perusahaan dalam hal jumlah karyawan, jumlah penjualan dan pendapatan, jenis produk dan kapasitas produksi, total asset, perubahan yang signifikan dalam jangka waktu periode tertentu misalnya penambahan unit perusahaan karena ekspansi, bertambahnya kepemilikan karena *go public*, dan sebagainya. *Ketiga, Report Parameter* pada bagian ini memuat *pertama, report profile* seperti periode tahun tertentu, laporan tahunan atau tengah tahun. *Kedua, report scope and boundary* yang memuat lingkup material dan non material, identifikasi stakeholder langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan perusahaan sekaligus pemakai informasi potensial. *Ketiga, GRI content index* berupa tabel daftar isi kategori laporan untuk memperlihatkan keselarasan laporan dengan GRI serta memudahkan pemakai informasi dalam membaca dan menganalisis informasi yang dilaporkan. *Keempat, Governance, Commitments and Engagment*. Tahap ini menjelaskan hasil masing-masing departemen atau divisi dalam melaksanakan *sustainability development* dan program-program yang telah dilaksanakan oleh perusahaan untuk mencegah pengaruh negatif aktivitas bisnis mereka sebagai komitmen perusahaan dalam melaksanakan CSR. *Kelima, Management Approach and Performance Indicators*. Tahap ini merupakan substansi dari pelaporan *Sustainability Reporting* dimana melaporkan secara terperinci kebijakan perusahaan beserta hasil yang telah dicapai dalam menerapkan CSR yang terbagi dalam tiga kategori dengan indikator yang berbeda-beda. Berikut ini tabel tiga kategori dan indikator masing-masing:

ECONOMIC PERFORMANCE INDICATOR

- ≈ Hasil yang bersifat ekonomis beserta distribusinya kepada pemegang saham dan pemerintah termasuk pendapatan, biaya, modal, dll (laporan keuangan).
 - ≈ Pengaruh keuangan baik positif maupun negatif terhadap organisasi bisnis.
 - ≈ Rencana keuangan kedepan atau periode berikutnya.
 - ≈ Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah.
 - ≈ Gaji yang diterima masing-masing pekerja sesuai fungsi dan tanggung jawab dan dibandingkan dengan UMR.
 - ≈ Eksistensi pemasok lokal atau masyarakat dilingkungan sekitar organisasi bisnis
 - ≈ Kebijakan perusahaan merekrut masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja.
-

ENVIRONMENT PERFORMANCE INDICATOR

- ≈ **Bahan baku langsung maupun penunjang yang dipergunakan**
- ≈ **Pengelolaan limbah**
- ≈ **Inisiatif untuk menggunakan teknologi yang ramah lingkungan**
- ≈ **Penggunaan air dan pemeliharaannya**
- ≈ **Pengaruh aktivitas organisasi bisnis terhadap lingkungan**
- ≈ **Inisiatif yang dilakukan untuk menjaga lingkungan alam**
- ≈ **Habitat yang dilindungi**
- ≈ **Strategi maupun komitmen ke depan untuk menjaga keragaman hayati.**
- ≈ **Penjelasan efek negatif berupa polusi udara yang dihasilkan (NO,SO,dll.)**
- ≈ **Penjelasan beban limbah beserta ambang batas yang telah diatur dalam perjanjian Basel Annex I, II, III dan VIII.**
- ≈ **Inisiatif untuk mengurangi efek negatif dari gas buang yang dihasilkan.**
- ≈ **Penjelasan bahan pembungkus produk.**
- ≈ **Jumlah pengeluaran yang dipergunakan untuk penelolan limbah dan melindungi alam.**

SOCIAL PERFORMANCE INDICATOR

- ≈ **Jumlah pekerja dari tingkat atas sampai bawah, tugas & tanggung jawab, jenis kelamin, umur, dll.**
- ≈ **Jaminan kesejahteraan bagi karyawan tetap dan tidak tetap**
- ≈ **Organisasi karyawan untuk menyalurkan aspirasi karyawan.**
- ≈ **Kecelakaan, penyakit dan kematian yang mungkin terjadi dalam melaksanakan tugas.**
- ≈ **Pendidikan dan pelatihan bagi karyawan untuk mencegah kecelakaan kerja.**
- ≈ **Jam kerja baik sebagai karyawan tetap, kontrak atau yang masih dalam masa training.**
- ≈ **Kepedulian perusahaan terhadap hari tua seluruh pekerja.**
- ≈ **Perbandingan upah minimum antara pekerja laki-laki dan perempuan sesuai dengan jenis pekerjaan.**

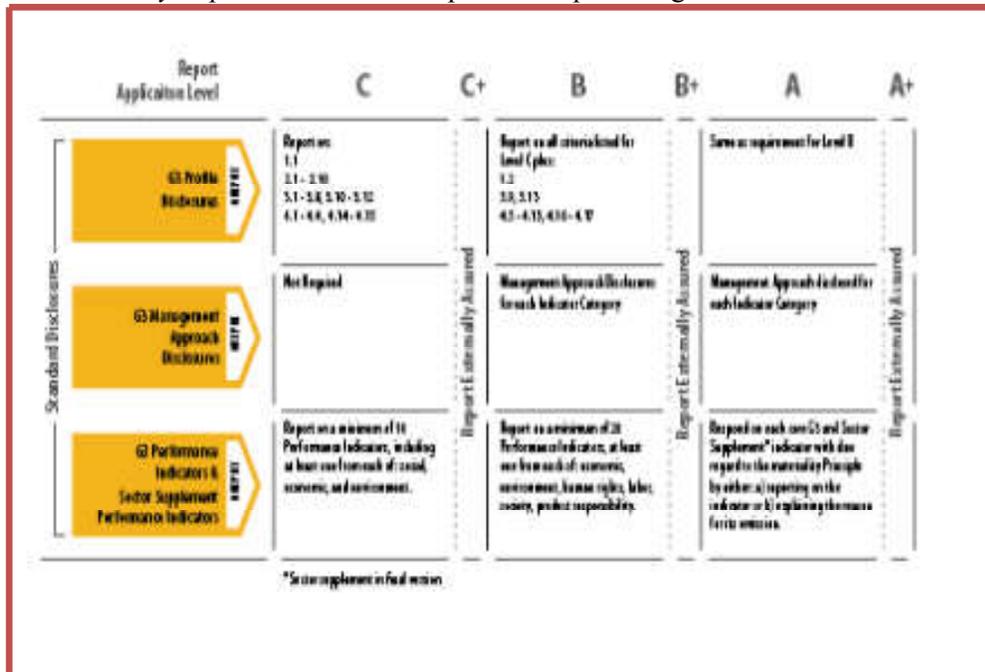
Untuk mengetahui bahwa perusahaan memiliki komitmen dan prinsip yang tangguh dalam menjalankan kebijakan yang berorientasi pada CSR, maka diperlukan system yang menjamin seluruh pemangku kepentingan mengetahui dampak perusahaan baik positif maupun negative. Laporan CSR yang disusun dan diterbitkan setiap tahun merupakan salah satu cara untuk mengetahui hal tersebut. Manfaat publikasi laporan CSR menurut Jalal (2008) adalah untuk menjamin dan memastikan bahwa ada sebuah system yang menjamin seluruh pemangku kepentingan mengetahui dampak perusahaan baik positif maupun negative. Lebih lanjut Darwin (2008) menjelaskan fungsi dari laporan CSR adalah untuk menjawab beberapa pertanyaan, *pertama*, apakah tingkat keterbukaan perusahaan sudah satu level dengan harapan dan permintaan masyarakat? *Kedua*, apakah perusahaan tahu

atau sadar siapa pemangku kepentingannya?, Apa hyang menjadi perhatian mereka?Dan bagaimana perusahaan harus menyikapinya? *Ketiga*, tahu dansadarkah manajemen tentang apa yang dimaksud dengan dampak social dan lingkungan?Apakah manajemen telah berkomunikasi dengan pemangku kepentingan? Bagaimana perusahaan mengambil tanggung jawab atas dampak lingkungan dan social? *Keempat*, apakah perusahaan sudah melaporkan semua dampak yang berkaitan dengan masalah lingkungan dan pengembangan masyarakat setempat?

PEMBAHASAN

Application Level Criteria

Seberapa jauh perusahaan dalam menerapkan CSR dapat dinilai melalui informasi yang terkandung di dalam *Sustainability Report*. Semakin lengkap semua indikator yang ditetapkan *Reporting Guidelines* (RG) dilaksanakan dan dilaporkan dalam *Sustainability Report* maka dapat dikatakan perusahaan tersebut semakin menerapkan *sustainability development* dalam setiap kebijakan bisnis. Selain itu, semakin lengkap indikator dilaksanakan dan dilaporkan maka perusahaan semakin berada di level atau peringkat yang semakin baik. RG selain memberikan pedoman atau petunjuk penyusunan *Sustainability Report* juga menetapkan peringkat sebagai dasar penilaian pelaksanaan dan pelaporan kebijakan bisnis yang berorientasi pada *sustainability development*. Selain itu, penetapan peringkat memberikan motivasi bagi perusahaan dalam penyusunan *Sustainability Report* berikutnya. Adapun peringkat untuk menilai kualitas dari *Sustainability Report* menurut RG dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Sustainability Reporting untuk menunjukkan level mana yang diraih oleh perusahaan beserta institusi yang mensahkan peringkat tersebut. Pembuat *Sustainability Reporting* dalam hal ini eksternal auditor harus menyesuaikan antara peringkat yang diharapkan dan ditetapkan untuk perusahaan dengan seluruh indikator yang dimuat dalam RG. Peringkat tersebut digambarkan dengan penilaian terendah huruf C sampai yang peringkat maksimal yaitu A+. Semakin tinggi peringkat yang diterima oleh perusahaan maka semakin sempurna pelaksanaan kebijakan bisnis mereka berorientasi pada *sustainability development*. PT Timah misalnya mengeluarkan laporan keberlanjutan atau *Sustainability Reporting* dengan *Level Criteria* B. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Self Declaration of GRI G3 Application Level by PT Timah (Persero) Tbk
GRI Application Level Criteria For
 Reports intended to qualify for level C, C+, B, B+, A or A+ must contain each of the criteria that are presented in the column for the relevant level.

Report Application Level	C	C+	B	B+	A	A+
G1 Profile Disclosure MUTU	Report on: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.4, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.16 - 4.17		Report on all criteria listed for Level C plus: 1.2 2.9, 2.13 4.5 - 4.12, 4.15 - 4.17		Same as requirement for Level B	
G2 Management Approach Disclosure MUTU	Not Required	Report Externally Assured	Management Approach Disclosure for each Indicator Category	Report Externally Assured	Management Approach Disclosure for each Indicator Category	Report Externally Assured
G3 Performance Indicators & Sector Supplement Performance Indicators MUTU	Report on a minimum of 10 Performance Indicators, including at least one from each of social, economic, and environment.		Report on a minimum of 20 Performance Indicators, at least one from each of economic, environment, human rights, labor, society, product responsibility.		Report on each core G3 and Sector Supplement* indicator with due regard to the materiality Principle by either: a) reporting on the indicator or b) explaining the reasons for its omission.	
Self Declared	*Sector requirements in full section		✓			

PT. Timah sebagai perusahaan tambang kelas dunia, dituntut bukan saja mampu menghasilkan produk berkualitas dengan standar mutu internasional. Timah juga diharuskan memiliki kebijakan mengelola lingkungan yang dilaksanakan terpadu di semua kegiatan. Tidak sebatas pada saat berlangsungnya kegiatan produksi penambangan, tetapi juga kegiatan-kegiatan lain baik sebelum maupun pasca penambangan. Dalam Laporanannya PT Timah masuk dalam level kriteria B dimana pada level tersebut laporan telah memuat aktivitas kebijakan yang berkelanjutan melalui Strategi dan analisis , Profil Organisasi, Parameter Laporan serta komitmen dan Tata Hubungan yang sesuai dengan pendekatan manajemen dan indikator kinerja yang berkelanjutan yang ditetapkan dalam GRI

G3 berupa kebijakan tentang manajemen lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja, Pengembangan SDM berkelanjutan, Pertambangan Rakyat, pengembangan Masyarakat, Implementasi tata kelola Berkelanjutan dan Kinerja Ekonomi yang berkelanjutan. Untuk menjaga konsistensi penerapan kebijakan yang berkelanjutan maka PT Timah secara periodik mengeluarkan laporan *Sustainability Reporting* sehingga setiap manajemen dituntut untuk bertanggung jawab meningkatkan kepedulian dan menjaga kesadaran serta kepatuhan semua karyawan. Manajemen juga memastikan seluruh jajaran perusahaan menerima tanggung jawab bersama, atas penerapan kebijakan pelestarian lingkungan yang sudah ditentukan.

Astra merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang menyusun *Sustainability Report* tepatnya dimulai tahun 2004 disusul kemudian Antam, Timah, Telkom, Kaltim Prima Coal dan lain-lain. Total sampai dengan tahun 2008 sudah 20 perusahaan besar di Indonesia menyusun *Sustainability Reporting* disamping *Financial Report*. Diharapkan kedepan semakin banyak perusahaan lain yang menyusul sehingga diperoleh keseimbangan antara kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial (*triple bottom line*) untuk mewujudkan *sustainability development* bagi generasi mendatang. Karena sifat penyusunan *Sustainability Reporting* adalah sukarela, maka untuk memotivasi perusahaan melakukan *corporate sustainability management* diberikan semacam penghargaan bagi perusahaan yang telah melaksanakan CSR dengan baik berupa *Indonesia Sustainability Reporting Award* sebagai bentuk apresiasi terhadap perusahaan. Namun disadari terdapat kendala dalam menyusun *Sustainability Report* khususnya pada sumber daya manusia. Profesi akuntan yang tersedia selama ini tidak cukup memiliki keahlian untuk menyusun *Sustainability Reporting* karena terdapat perbedaan karakteristik mendasar dengan *Financial Reporting*. Oleh karena itu untuk mendapatkan ijin menyusun *Sustainability Report*, akademisi yang bergelar akuntan dan praktisi membutuhkan pelatihan spesialisasi tingkat lanjut. Sedangkan pada lingkup universitas, mahasiswa fakultas ekonomi harus dibekali mata kuliah yang terkait dengan CSR. Di beberapa negara maju seperti Amerika dan Belanda, CSR sudah tidak lagi berbentuk mata kuliah melainkan program studi tersendiri baik S1, S2 dan S3, ini membuktikan bahwa pasar sudah tidak mau menunggu lebih lama lagi tersedianya *fresh graduate* yang paham dengan CSR. Seminar, *short course*, riset maupun kegiatan ilmiah lain diperlukan bagi peningkatan kualitas mahasiswa untuk memenuhi tuntutan "stakeholder" mereka yaitu perusahaan baik swasta maupun pemerintah. Berikut ini perusahaan yang telah membuat Laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) pada tahun 2007:

<i>NAMA PERUSAHAAN</i>	<i>SEKTOR</i>
PT. Kaltim Prima Coal	Pertambangan batubara
PT. Astra International Tbk	Otomotif
PT. Riau Andalan Pulp & Paper	Pupl dan Kertas
PT. Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	Pertambangan batubara
PT. Aneka Tambang Tbk	Pertambangan mas dan logam
PT Telkom Indonesia Tbk	Telekomunikasi
PT. Timah Tbk	Pertambangan timah
PT. International Nickel Indonesia	Pertambangan nikel

Tbk	
PT. Kiat Indah Pulp & paper Tbk	Pulp dan Kertas
PT. Unilever Indonesia Tbk	Produk konsumen
PT. Medco Energi International Tbk	Minyak dan gas
PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk	Properti

KESIMPULAN

Kepedulian entitas bisnis diimplementasikan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), CSR diartikan sebagai "... *business commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community, and society at large to improve their quality of life.*". Dengan melaksanakan CSR akan diperoleh keseimbangan antara kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai syarat menuju *sustainability development*.

Kebijakan perusahaan yang berkelanjutan pada saat ini sudah menjadi salah satu tolak ukur penting dalam penilaian kinerja perusahaan. Investor dalam mengambil keputusan investasi maupun perbankan dalam meyalurkan kreditnya tidak lagi hanya menjadikan laba sebagai satu-satunya indikator untuk menilai prospek usaha melainkan juga kepedulian perusahaan pada masyarakat dan alam. Oleh karena itu dalam menuangkan informasi yang lebih banyak bersifat kualitatif perusahaan menyusun *Sustainability Reporting* berdasarkan *Sustainability Reporting Guidelines (RG)*. RG ini disusun oleh *National Centre for Sustainability Reporting (NSC)* dengan referensi dari institusi independen dunia yaitu *Global Reporting Initiative* yang berkedudukan di Belanda. *Global Reporting Initiative* berdiri karena semakin mendesaknya transparansi pengaruh aktivitas bisnis perusahaan baik ekonomi, lingkungan dan sosial sehingga dibutuhkan pedoman atau *framework* untuk menyusun *sustainability report* bagi perusahaan dalam berbagai ukuran dan sector usaha di seluruh dunia. Tujuannya antara lain meningkatkan harmonisasi perusahaan terhadap *stakeholder* baik itu *shareholder*, manajemen, karyawan atau buruh, investor, pemerintah, organisasi non pemerintah, masyarakat, membantu investor memiliki analisis secara utuh baik teknikal maupun fundamental dalam mengambil keputusan investasi, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Carol dan Zutshi, Ambika, 2006, *Why Businesses Should Act Responsibly and Be Accountable*, Accountants Today Vol 32, pp. 25 – 28
- Darwin, 2008, *Membuat Laporan Bohong Nama Baik Akan Hancur*, Majalah Bisnis & CSR Reference For Decision Maker, Vol. 1, No. 6, pp. 18 – 33
- _____, 2008, *Corporate Sustainability /Corporate Social Responsibility (CSR)*, Training for Trainers on Corporate Sustainability Management Course 11 – 13 November, Universitas Indonesia, Jakarta.

Daniri,A. Mas, 2008, *Standarisasi CSR*, Majalah Bisnis & CSR Reference For Decision Maker, Vol. 1,No. 6, pp. 52 – 61

Jalal, 2008, *Membedah Laporan CSR.*, Majalah Bisnis & CSR Reference For Decision Maker, Vol. 1,No. 6, pp. 80 – 99

Lee, P. Min-Dong, 2005, *Review of Theories of Corporate Social Responcibility: Its Evolutionary Path and the Road A Head*, International journal of Management Reviews Vol. 10/1, pp. 53 - 73

PT. Timah Tbk., 2007, *Laporan Keberlanjutan 2007*,Jakarta