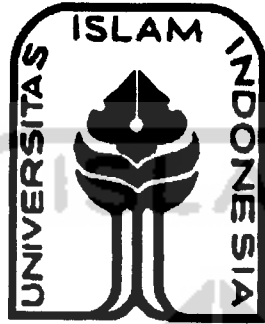


**PERBANDINGAN PENERAPAN *SUSTAINABILITY REPORTING*
ANTARA JEPANG DENGAN BELANDA
(STUDI KASUS ANTARA PANASONIC DENGAN PHILIPS)**



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

SKRIPSI

Oleh:

Nama : Ika Ardiyansari

Nomor Mahasiswa : 02 312 282

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2006

**PERBANDINGAN PENERAPAN *SUSTAINABILITY REPORTING*
ANTARA JEPANG DENGAN BELANDA
(STUDI KASUS ANTARA PANASONIC DENGAN PHILIPS)**

SKRIPSI

disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 jurusan Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:

Nama : Ika Ardiyansari

Nomor Mahasiswa : 02 312 282

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2006**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 22 Mei 2006

Penyusun,

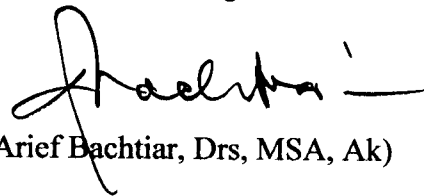
(Ika Ardiyansari)

**PERBANDINGAN PENERAPAN *SUSTAINABILITY REPORTING*
ANTARA JEPANG DENGAN BELANDA
(STUDI KASUS ANTARA PANASONIC DENGAN PHILIPS)**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal 22 Mei 2006

Dosen Pembimbing,



(Arief Bachtiar, Drs, MSA, Ak)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Perbandingan Penerapan Sustainability Reporting Antara Jepang
Dengan Belanda (Studi Kasus Antara Panasonic dengan Philips)**

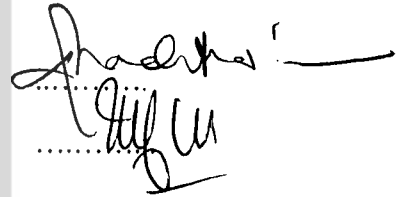
Disusun Oleh: IKA ARDIYANSARI

Nomor mahasiswa: 02312282

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 15 Juni 2006

Pembimbing Skripsi/Penguji : Drs. Arief Bachtiar, MSA, Ak

Penguji : Dra. Noor Endah Cahyawati, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Assalamualaikum Wr Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, skripsi yang berjudul “Perbandingan Penerapan *Sustainability Reporting* antara Jepang dan Belanda (Studi Kasus antara Panasonic dengan Philips)” ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Strata-1 pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sadar bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung, tidak langsung, moril ataupun material. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan kemampuan kepada hambanya, sehingga dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Asmai Ishak, Drs, M.Bus.,Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Arief Bachtiar, Drs, MSA, Ak, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan waktunya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

4. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas pelayanan, sarana dan prasarana yang diberikan dalam belajar selama ini.
5. Bapak dan ibu atas doa restu dan dukungannya, Bayu, Fandi, Cesar “*my little brother*” atas semangatnya.
6. Mas Indra terima kasih banyak atas bantuan, dorongan, semangat dan pengertiannya.
7. Mbak Endah, makasih banget atas bantuannya, Tyas, Indras, Martina dan Chintya terima kasih atas persahabatan yang kalian berikan.
8. Mbak-mbak kos “Puri Teratai” yang selalu memberi semangat dan keceriaan.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca sekalian.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi literatur yang berguna bagi penulis dan juga bagi para pembaca sekalian.

Wassalamualaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 22 Mei 2006

Penyusun,

(Ika Ardiyansari)

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Lampiran.....	x
Abstrak.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Latar Belakang Munculnya <i>Sustainability Reporting</i>	6
2.2 Konsep <i>Sustainability</i> dan <i>Sustainable Development</i>	7
2.3 Pengembangan Indikator-indikator <i>Sustainability</i>	11

2.4 Peran Pelaku Bisnis dalam <i>Sustainable Development</i>	12
2.5 <i>Sustainability Reporting</i>	13
2.6 Tujuan <i>Sustainability Reporting</i>	14

BAB III PROFIL PERUSAHAAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Profil Perusahaan	
3.1.1 Panasonic	16
3.1.2 Philips	19
3.2 Metode Penelitian	
3.2.1 Data dan Sampel Penelitian	20
3.2.2 Metode Analisis Data	22

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 GRI <i>Sustainability Reporting Guidelines</i> 2002	24
4.2 Analisis Isi <i>Sustainability Reporting</i>	36

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran	125

REFERENSI	126
-----------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. GRI <i>Sustainability Reporting Guidelines</i> 2002	129



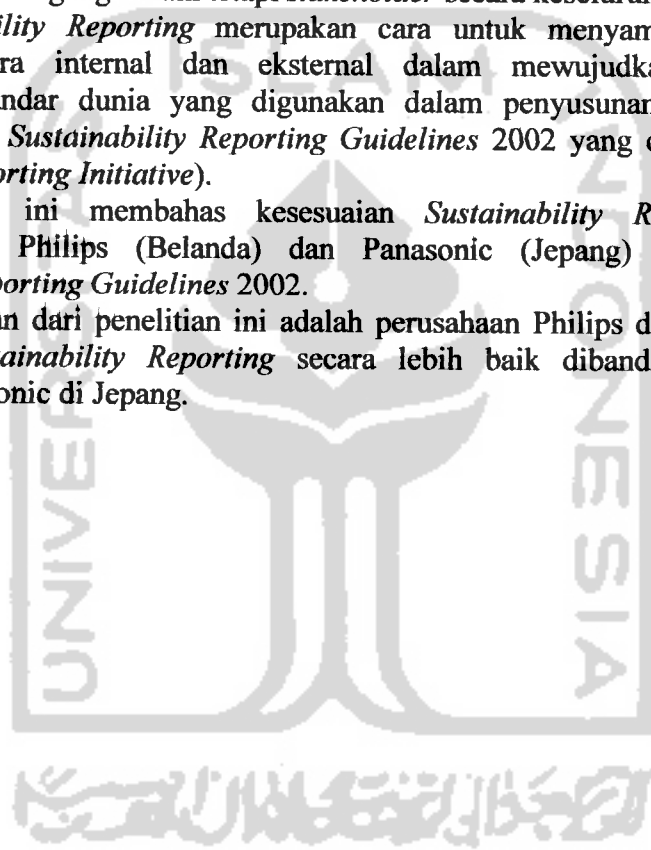
ABSTRAK

Pandangan pemegang saham dan pengguna laporan keuangan pada saat ini telah berubah. Mereka tidak hanya memfokuskan pada perolehan laba perusahaan tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Selain itu, kelangsungan hidup (*sustainability*) perusahaan pun tidak hanya ditentukan oleh pemegang saham tetapi *stakeholder* secara keseluruhan.

Sustainability Reporting merupakan cara untuk menyampaikan kinerja perusahaan secara internal dan eksternal dalam mewujudkan *sustainable development*. Standar dunia yang digunakan dalam penyusunan *Sustainability Reporting* adalah *Sustainability Reporting Guidelines 2002* yang diterbitkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*).

Penelitian ini membahas kesesuaian *Sustainability Reporting* yang diterbitkan oleh Philips (Belanda) dan Panasonic (Jepang) terhadap GRI *Sustainability Reporting Guidelines 2002*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah perusahaan Philips di Belanda telah menerapkan *Sustainability Reporting* secara lebih baik dibandingkan dengan perusahaan Panasonic di Jepang.



BAB I PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Proses globalisasi perdagangan telah meningkatkan kesadaran masyarakat umum tentang dampak perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan hidup. Dampak buruk yang ditimbulkan oleh sebuah perusahaan di suatu belahan dunia, dalam sekejap dapat tersiar ke konsumen dan aktivis lingkungan hidup di belahan dunia lain melalui internet dan media tradisional lainnya.

Bocornya gas beracun dari pabrik Union Carbide di Bhopal (India), tumpahnya minyak bumi milik Exxon Valdez di Alaska yang terjadi beberapa tahun yang lalu merupakan beberapa contoh masalah lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan (Pinnarwan, 2000:44).

Wal-Mart, perusahaan retail Amerika, diprotes karena dianggap menggunakan buruh berupah rendah di pabrik garmennya di Honduras. Nike diprotes karena dianggap menggunakan buruh anak-anak di pabrik-pabrik *franchisee*-nya di Asia. Shell diprotes oleh *Greenpeace* karena mencoba untuk menenggelamkan instalasi minyak Brent Spa ke dalam laut. Shell juga diprotes oleh Amnesty International dan aktivis lingkungan hidup atas kegiatan eksplorasinya di delta Nigeria yang dianggap telah merusak habitat suku Ogoni. Kasus-kasus tersebut merupakan contoh masalah sosial yang dihadapi oleh perusahaan (Pinnarwan, 2000:44).

mendukung hal tersebut, maka diperlukan laporan perusahaan yang tidak hanya sebatas laporan keuangannya saja, namun juga *Sustainability Reporting* sebagai laporan non keuangan.

Penelitian ini sangat menarik karena *Sustainability Reporting* yang merupakan strategi global sebagai kunci sukses perusahaan, belum diterapkan sesuai dengan pedoman internasional bahkan oleh perusahaan-perusahaan besar. Penulis mencoba membandingkan praktek *Sustainability Reporting* antara dua perusahaan elektronik terbesar di dunia, yang berasal dari dua negara industri besar dunia.

1. 2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasar latar belakang diatas, terdapat beberapa permasalahan antara lain:

1. Bagaimanakah standar dunia yang digunakan sebagai pedoman dalam pembuatan *Sustainability Reporting* ?
2. Bagaimanakah perbandingan *Sustainability Reporting* antara perusahaan Jepang dengan perusahaan Belanda ?

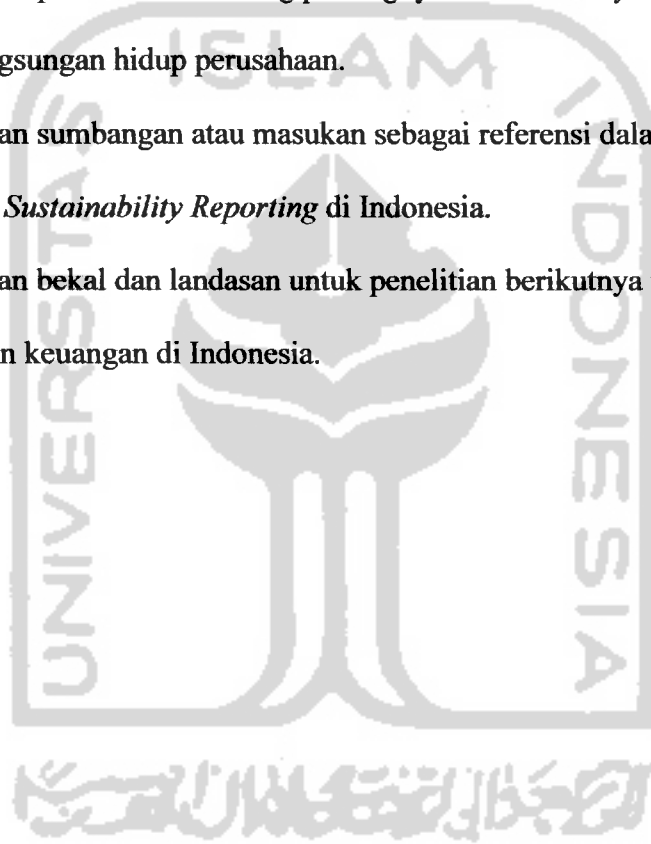
1. 3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui praktek *Sustainability Reporting* antara Jepang dengan Belanda.

1. 4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu :

1. Membantu mensosialisasikan penerapan *Sustainability Reporting* bagi perusahaan-perusahaan di dunia.
2. Memberikan pemahaman tentang pentingnya *Sustainability Reporting* bagi kelangsungan hidup perusahaan.
3. Memberikan sumbangan atau masukan sebagai referensi dalam meneliti penerapan *Sustainability Reporting* di Indonesia.
4. Memberikan bekal dan landasan untuk penelitian berikutnya tentang laporan non keuangan di Indonesia.



BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan disajikan tentang latar belakang munculnya *Sustainability Reporting*, pengertian konsep *sustainability* dan *Sustainable Development*, pengembangan-indikator-indikator *sustainability*, peran pelaku bisnis dalam *Sustainable Development*, pengertian *Sustainability Reporting* dan tujuan *Sustainability Reporting*.

2.1 Latar Belakang Munculnya *Sustainability Reporting*

Sustainability Reporting berakar dari *voluntary reporting* tentang kinerja sosial dan lingkungan perusahaan yang mulai dibuat pada tahun 1970-an. Bentuk pelaporan yang belum memiliki standar tersebut, menimbulkan keraguan karena kurangnya kesepakatan tentang bagaimana cara mengukur dan melaporkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan (Gray & Collison, 1991; Gray & Symon 1992). Pada tahun 1990, terdapat tekanan yang semakin meningkat untuk menyusun standar pelaporan tentang kinerja sosial dan lingkungan perusahaan, khususnya di Eropa. Untaian teknis tentang literatur lingkungan bisnis dibuat oleh praktisi yang berorientasi pada konsultan dan akademisi (Eccles *et al.*, 2001; Elkington, 1987,1998) memberikan dorongan khusus untuk pergerakan ini. Dasar dari pendekatan ini adalah inti dari asumsi manajemen bahwa “*what you don't know about, you can't manage*” (Lowenstein, 1996, lihat Elkington seperti disebutkan

dalam Knight, 1998, p. 46; Welford & Gouldson, 1993) dan pandangan bahwa teknologi yang sesuai, termasuk sistem manajemen dan akuntansi serta pelaporan merupakan kunci untuk membuat praktek organisasi menjadi lebih *sustainable*.

Standar untuk mengukur dan melaporkan kinerja lingkungan dan sosial perusahaan dianggap sebagai langkah pertama. Penelitian *benchmarking* UNEP ditulis oleh John Elkington dan konsultannya dari Inggris, yaitu *Sustain Ability*, juga mengusulkan hasil yang terintegrasi (Spencer-Cooke & Elkington, 1996; *Sustain Ability & UNEP*, 1994, 1997). *Sustainability Reporting* didukung oleh beberapa profesi akuntansi (Deloitte Touche Tohmatsu International, International Institute of Sustainable Development & *Sustain Ability*, 1993; ...dan Wales 1997).

2. 2. Konsep *Sustainability* dan *Sustainable Development*

Meningkatnya perhatian tentang pengaruh aktivitas manusia terhadap lingkungan alam dan cadangan sumber daya alam serta perbedaan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di seluruh dunia, telah menghasilkan pertumbuhan pergerakan-pergerakan yang menghendaki adanya pengambilan tindakan-tindakan yang mengarah kepada masalah-masalah tersebut. Konsep dari *sustainable development* mengalami peningkatan sejak pergerakan ini.

Istilah *sustainable development* mendapatkan pengakuan dunia setelah adanya publikasi di pertengahan tahun 1980 oleh *The World Commission on Environment and Development* dalam laporannya yang berjudul “ *Our Common*

Future” (Grace, 2003). Pada bulan Oktober 1987, sasaran-sasaran dari *sustainable development* disyahkan oleh Majelis Umum PBB.

Komisi dunia tentang lingkungan dan pengembangan mendefinisikan *sustainable development* sebagai “pengembangan yang memenuhi kebutuhan pada masa sekarang tanpa membahayakan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan mereka” (WCED,1990 dalam Grace). Bleder (1996) melengkapi pengakuan konsep *sustainable development* kedalam kenyataan bahwa *sustainable development* menerima status quo dalam masyarakat kapitalis dan tidak menghendaki adanya perubahan yang radikal dalam sistem ekonomi. Pada saat yang sama *sustainable development* menempatkan tanggung jawab untuk bertindak di seluruh anggota masyarakat, yang bernama pemerintah, pelaku bisnis, organisasi non pemerintah, pekerja dan individu (Grace, 2003).

“*Sustainable development* dapat dianggap sebagai pencapaian yang progresif dan seimbang terhadap pengembangan ekonomi, meningkatkan kesetaraan sosial dan *sustainability* lingkungan” (Moldan et al, 1997, p 67).

PBB memprakarsai *The World Summit on Sustainable Development* dalam memberi penekanan untuk menciptakan sebuah kerangka sebagai aksi yang nyata yang ditujukan kepada masalah-masalah dunia. Dalam *World Summit I*, di Rio de Janiero pada tahun 1992, dirumuskan sebuah dokumen yang dikenal sebagai Agenda 21 dan disetujui oleh mayoritas pemerintah negara peserta.

Agenda 21 ini berisi tentang seperangkat prinsip-prinsip dan langkah-langkah yang bertujuan untuk menggerakkan dunia menuju *sustainable development*.

Bab 40 dari Agenda 21 menjelaskan kebutuhan tentang pengembangan indikator-indikator *sustainability* “untuk memberikan landasan yang kuat terhadap pengambilan keputusan diseluruh tingkatan dan untuk memberikan sumbangan terhadap peraturan-peraturan yang berhubungan dengan *sustainability* tentang sistem lingkungan, dan pengembangan yang terintegrasi “ (Grace, 2003).

Berdasarkan pada kerangka Agenda 21, *sustainable development* secara umum dikategorikan ke dalam 3 area perhatian utama yaitu kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Al Dahl (Moldan *et al*, 1997) memberikan usulan bahwa :

- a. *Sustainability* adalah tentang pembangunan suatu keseimbangan atau equilibrium selama beberapa waktu, tetapi pada saat yang sama, hal itu merupakan sebuah konsep yang dinamis.
- b. *Sustainability* juga merupakan sebuah konsep yang relatif, yang bergantung pada kebudayaan, tujuan, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh setiap masyarakat.

Istilah *sustainability* diperkenalkan untuk memberikan suatu alat untuk menangani jenis-jenis masalah tentang perhatian terhadap hubungan yang semakin

memburuk antara ekologi secara global dan pengembangan ekonomi yang sedang berjalan (Chiesa *et al.*, 1999).

Konsep *sustainability* perusahaan didasarkan pada pengertian bahwa perusahaan dihubungkan dengan lingkungan alam dan sosial disekitarnya. Menjadi *sustainable* berarti menerapkan kerangka manajemen yang menggabungkan tidak hanya masalah-masalah ekonomi, tetapi juga masalah-masalah sosial dan lingkungan yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan (Solability, 2004).

Sustainability tidak dapat didefinisikan sebagai tujuan yang telah diterapkan sebelumnya, proses pelaporan kinerja *sustainability* akan berkembang sebagai praktek pelaporan dan kebutuhan pengembangan *stakeholder*. Langkah pertama yang harus diambil sebelum datangnya laporan adalah untuk membangun pemahaman dasar tentang hubungan antara operasi perusahaan dan *sustainable development*. “*Sustainability* yang baik dibangun pada nilai-nilai dasar dan menghasilkan prinsip-prinsip bagi pengambilan keputusan yang konsisten dengan nilai-nilai tersebut” (*Sustainability Reporting Program*, 2000).

Sustainability adalah keseimbangan hubungan antara kebutuhan ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dalam suatu cara yang tidak membahayakan kebutuhan yang akan datang (GRI, 2002). *Sustainability Reporting* oleh perusahaan merupakan hasil yang sering mengacu pada *Triple Bottom Line Reporting*.

Menurut Duphy D *et al* (2000), “*Sustainability* lebih merupakan sebuah simbol daripada sebuah konsep ilmiah. Hal itu menjadi perhatian bagi perdebatan

baru tentang bentuk dari masa depan, sebuah titik penunjuk arah menuju arah umum yang harus kita ambil ketika perdebatan tersebut mengikut sertakan tentang arah jalan yang terbaik ke depan”. *Sustainability* tidak dapat didefinisikan oleh beberapa kekuasaan yang mengabaikan *stakeholder*. Seluruh *stakeholder* perlu untuk dilibatkan dalam pencarian solusi. *Stakeholder* perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk didalamnya adalah karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat, dan lingkungan sekitar, serta pemerintah dan badan pembuat undang-undang (Supomo, 2004).

2.3 Pengembangan Indikator - Indikator *Sustainability*

The Earth Summit membentuk komisi PBB untuk *Sustainable Development* (CSD) dengan tugas utama untuk memantau langkah-langkah yang diambil menuju *sustainability*. Pada pertemuan pertamanya di tahun 1993, CSD memerlukan pengembangan seperangkat indikator-indikator *sustainable development* (ISD) yang sesuai, bersama dengan kumpulan informasi panduan. Indikator-indikator tersebut dibuat sesuai untuk pembuat keputusan di tingkat nasional yang memungkinkan untuk digabungkan kedalam pelaporan nasional masing-masing negara dan proses analisis. Pada tahun 1995, CSD memprakarsai SCOPE (*Scientific Committee on Problems of The Environment*) sebuah proyek pengembangan ISD, “seperangkat indikator-indikator yang disetujui dan dapat dilaksanakan”, (Moldan *et al* 1997).

2. 4. Peran Pelaku Bisnis dalam *Sustainable Development*

Agenda 21 mengakui bahwa pelaku bisnis merupakan salah satu kekuatan utama dalam pengembangan manusia di masa yang akan datang dan kehidupan generasi pada saat ini.

Sejak *The Earth Summit*, peran pelaku bisnis dalam seluruh aspek *sustainable development* menjadi lebih penting, karena (Grace, 2003):

- Globalisasi.
- Jatuhnya negara komunis di Eropa Selatan.
- Menurunnya peran pemerintah dalam mengatur aktivitas bisnis.
- Meningkatkan kesadaran dan perhatian terhadap masalah-masalah *sustainable development*, misalnya masalah-masalah tentang lingkungan.

Perkembangan tersebut menyebabkan diperlukannya kepercayaan yang lebih besar terhadap aktivitas bisnis (*corporate social responsibility*) dan standar-standar yang lebih tinggi mengenai *corporate governance*. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen pelaku bisnis untuk memberikan sumbangan bagi *sustainability*, pengembangan ekonomi, dengan bekerja bersama karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup (*The World Business Council on Sustainable Development*, 2002). Perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan *stakeholder* perusahaan, menciptakan nilai tambah (*value added*) dari produk dan jasa bagi *stakeholder*

perusahaan dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya (Supomo, 2004).

2. 5. Sustainability Reporting

Saat ini perusahaan harus menemukan suatu cara dalam memfokuskan perhatiannya terhadap dua hal, yaitu mendapatkan keuntungan dan memperhatikan masalah-masalah sosial dan lingkungan.

Penyampaian kinerja perusahaan secara internal dan eksternal merupakan cara yang sangat penting bagi perusahaan dalam mewujudkan *sustainable development*. Kinerja perusahaan yang disampaikan tersebut terdiri dari strategi dan tujuan operasional, tingkat inventarisasi data yang dimiliki oleh perusahaan, menterjemahkan data ke dalam indikator dasar *sustainability* disertai dengan evaluasi kinerja perusahaan tentang *sustainability*.

The Global Reporting Initiative (GRI) mengartikan *sustainability reporting* dalam suatu cara yang paling dapat diterima secara luas yaitu mendefinisikan *sustainability* sebagai kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial yang dikenal sebagai *Triple Bottom Line* (*Global Reporting Initiative*, 2002). *Sustainability Reporting* memberikan informasi dalam tiga dimensi yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial yang dihubungkan dengan konsep *sustainable development* perusahaan (Fischer, 2005).

2. 6. Tujuan *Sustainability Reporting*

Menurut Grace (2003), terdapat banyak hal yang mendorong munculnya tuntutan untuk menerbitkan informasi yang tidak hanya mencakup kinerja keuangan, antara lain yaitu:

- Masalah-masalah lingkungan menjadi semakin penting, sehingga *stakeholder* perlu untuk mengetahui secara lebih mendalam tentang sistem manajemen lingkungan suatu unit bisnis.
- Undang-undang yang semakin tegas di sebagian besar negara, telah menciptakan resiko keuangan dan operasional yang lebih banyak bagi pelaku bisnis.
- Pengembangan dana investasi sosial yang menuntut manajer untuk mendapatkan informasi yang lebih menyeluruh tentang manajemen dan operasi perusahaan.
- Adanya undang-undang pelaporan di beberapa negara yang menuntut adanya laporan selain laporan tentang kinerja keuangan.
- Adanya tekanan khususnya bagi perusahaan yang beroperasi di suatu wilayah dan memberikan pengaruh lingkungan yang penting bagi wilayah tersebut, seperti perusahaan pertambangan dan minyak.
- Perubahan harapan terhadap informasi secara umum, dari yang semula “*trust me*”, telah berubah menjadi “*tell me*” atau “*show me*”.

Perusahaan diharapkan untuk bersikap terbuka terhadap nilai-nilai, prinsip-prinsip dan kinerja-kinerja yang berhubungan dengan *sustainable development*.

Terdapat berbagai hal dari sudut pandang pelaku bisnis mengenai alasan perluasan laporan perusahaan kepada publik, yaitu:

- Meningkatkan nama baik perusahaan.
- Identifikasi resiko dan pengendalian.
- Pemahaman yang lebih baik tentang tren.

Menurut Hahn (2005), penelitian empiris tentang hal-hal yang berhubungan dengan lingkungan perusahaan dan kontribusi perusahaan terhadap *sustainability* didominasi oleh penelitian-penelitian yang meneliti hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja yang *sustainable* terhadap kinerja ekonomi yaitu Al-Tuwaijri (2004), Griffin dan Mahon (1997), Mc Williams dan Siegel (2000). Hasilnya adalah terdapat hubungan positif antara *corporate sustainable* dan kinerja ekonomi.

BAB III

PROFIL PERUSAHAAN DAN METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang profil perusahaan dan metode penelitian yang terdiri dari data dan sample yang digunakan dalam penelitian serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.1 Profil Perusahaan

3.1.1 Panasonic

Panasonic merupakan merk global dari Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan elektronik besar dunia. Berpusat di kota Kadoma, Osaka, Jepang. Panasonic didirikan pada tanggal 7 Maret 1918 oleh Konosuke Matsushita dengan nama *Matsushita Electric House Wares Manufacturing Works*.

Panasonic akan melanjutkan dalam melaksanakan tradisi "*Customer First*" dalam menciptakan produk baru yang dapat memecahkan tantangan dalam bisnis dan kehidupan. Nama Panasonic dapat diartikan sebagai inovasi, kualitas, kinerja dan kemudahan untuk digunakan.

Panasonic memiliki slogan "*Panasonic ideas for life*". Slogan tersebut menunjukkan komitmen semua karyawan, dari R&D sampai pemasaran untuk memberikan produk-produk dan jasa-jasa berdasarkan pada gagasan-gagasan bernilai yang mampu meningkatkan kehidupan masyarakat.

Visi perusahaan Panasonic adalah membantu untuk menciptakan jaringan masyarakat yang ada di mana-mana dan hidup berdampingan dengan lingkungan global melalui teknologi tinggi. Panasonic ingin menjadi “*Customer Value Creation Company*” pada tahun 2010.

Misi perusahaan Panasonic dalam mencapai *Sustainable Society* yaitu memberikan kontribusi berupa produk dan pelayanan dengan berfikir dan bertindak berdasarkan sudut pandang konsumen dan kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen antara lain rumah dan gaya hidup (terpenuhi atas makan, pakaian, rumah dan kesehatan, keuangan yang terjamin), komunitas (membuat hubungan dengan komunitas, jaminan keamanan, peningkatan pendidikan generasi muda), sistem sosial (respon terhadap masyarakat yang menua, mendukung cara kerja yang baru, perkembangan industri baru), komunitas internasional (pemberantasan kemiskinan, pertumbuhan yang harmonis bersama-sama dengan masyarakat internasional), lingkungan global (mencegah pemanasan global, melindungi lapisan ozon, pengamanan hutan, mencegah pengurangan sumber-sumber).

Pada periode keuangan 2003, Matsushita meluncurkan “*V Product*” ke pasar, dengan tujuan untuk melakukan pertumbuhan lebih lanjut sehingga dapat meraih peningkatan penjualan dan keuntungan. Pada periode keuangan 2003, *consolidated net sales* sebesar 7.479, 7 milyar yen (US \$ 71,92 milyar) , mengalami peningkatan sebesar 1 % dari periode sebelumnya.

Segmen bisnis dari Matsushita adalah *Components & Devices/ Production Systems, Digital Networks, Home Appliances & Environmental Systems* dan *Service & Solutions*. Matsushita memiliki 4 *brand*, yaitu Panasonic, National, Technics, dan Quasar. Saham Matsushita terdaftar di bursa saham di Tokyo, Osaka, Nagoya, New York, Euronext (Amsterdam) dan Frankfurt.

Jumlah tenaga kerja Matsushita di seluruh dunia sebanyak 290.493 karyawan. Karyawan perusahaan Matsushita di Jepang sebanyak 40%, di Asia sebanyak 30%, di China sebanyak 17%, di Amerika sebanyak 9%, dan di Eropa sebanyak 4%.

Dalam struktur kekuasaan Matsushita terdapat Dewan Direktur, yang bertugas untuk menentukan strategi perusahaan, memantau dan mengawasi kegiatan bisnis utama perusahaan dengan menggunakan sudut pandang investor. Dewan Direktur mengangkat *Executive Officers* yang bertugas untuk melaksanakan kegiatan bisnis perusahaan baik yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri. Seluruh tindakan yang dilakukan oleh *Executive Officers* diawasi oleh Dewan Direktur. Matsushita tetap memiliki Auditor perusahaan dan Dewan Audit perusahaan seperti yang disyaratkan dalam *Commercial Code of Japan* dan peraturan lainnya. Auditor perusahaan dan Dewan Audit yang terpisah dan independen dari direktur perusahaan dan Dewan Direktur, memiliki kewajiban untuk mengawasi direktur perusahaan.

3.1.2 Philips

Royal Philips Electronics merupakan perusahaan elektronik terbesar ketiga di dunia dan perusahaan elektronik yang terbesar di Eropa. Kantor pusat Philips berada di Eindhoven, Belanda. Produk-produk utama Philips yang unggul di dunia adalah televisi berwarna, lampu, alat cukur listrik, *medical diagnostic imaging* dan *patient monitoring*.

Misi dari Philips adalah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, dengan fokus pada kesehatan, gaya hidup dan teknologi. Tantangan yang dihadapi oleh Philips adalah tantangan dalam memperluas jangkauan kepasar-pasar yang baru dan peluang bisnis baru dengan *sustainability* sebagai kunci pendorong. Hal ini termasuk model bisnis baru yang memberikan kemungkinan dalam memberikan satu jalan berarti dan *sustainable* bagi kualitas hidup dari 4 milyar orang di dunia yang terletak di ranking bawah dalam piramida ekonomi, yaitu yang berpenghasilan kurang dari \$ 1.500 setahun. Visi Philips yaitu akan menjadi penyedia solusi dalam bidang *healthcare*, *lifestyle* dan teknologi, bercita-cita untuk menjadi perusahaan yang paling dikagumi oleh seluruh *stakeholder*.

Tingkat penjualan Philips pada periode keuangan 2004 adalah sebesar 30,319 juta euro, dengan penjualan terbesar yaitu pada segmen bisnis *Consumer Electronics*. Jumlah tenaga kerja Philips diseluruh dunia sebanyak 161.568 karyawan di 60 negara. Divisi utama Philips adalah *Medical Systems*, *Domestic*

Appliances and Personal Care, Consumer Electronics, Lighting, Semikonduktor dan aktivitas lain.

Kekuasaan tertinggi di perusahaan Philips berada di tangan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). Setiap pemegang saham memiliki hak yang sama dalam RUPS ini. Dalam struktur kekuasaannya Philips memiliki dua dewan yaitu dewan manajemen (*Board of management*) dan dewan pengawas (*Supervisory Board*). Tugas dari dewan pengawas ini adalah mengawasi kegiatan dewan manajemen. Kinerja dari dewan manajemen dan dewan pengawas dipertanggungjawabkan di depan RUPS.

3. 2 Metode Penelitian

3.2.1 Data dan Sampel Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data kualitatif, yaitu *The Panasonic Report for Sustainability 2004, Philips Sustainability Report 2004, Sustainability Reporting Guidelines 2002* yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative*, dan artikel-artikel. *The Panasonic Report for Sustainability 2004, Philips Sustainability Report 2004* dan *Sustainability Reporting Guidelines 2002* diperoleh dari internet. Artikel-artikel yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jurnal-jurnal akuntansi, majalah-majalah akuntansi dan internet.

Dalam penelitian ini, penulis membandingkan praktek *Sustainability Reporting* antara perusahaan Jepang dengan perusahaan Belanda. Penulis memilih

negara Jepang dan Belanda, karena dua negara ini merupakan negara industri besar dunia. Jepang merupakan negara industri yang terletak di Asia Timur, sehingga dengan mengetahui perkembangan penerapan *Sustainability Reporting* di Jepang, dapat dilihat pula perkembangan penerapan *Sustainability Reporting* di Asia. Belanda merupakan negara yang memiliki program yang besar dalam *Sustainability Reporting* dan sangat *concern* *Sustainability Reporting* (Basyit dalam Media akuntansi, 2005: 19). *Sustainability Reporting* di Eropa telah bersifat *obligatory report* bukan lagi *voluntary report*.

Penulis memilih perusahaan yang berbasis teknologi sebagai obyek penelitian karena perusahaan-perusahaan yang berbasis teknologi menunjukkan komitmen yang paling besar terhadap *Corporate Social Responsibility* baik di Eropa maupun di US. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh GlobeScan Inc., pada tahun 2003 menunjukkan bahwa publik secara umum menyetujui bahwa perusahaan teknologi memimpin dalam melakukan usaha-usaha yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dibandingkan dengan industri-industri lainnya (E. Hurst, 2004: 3). Sampel penelitian ini adalah Panasonic dan Philips. Panasonic merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia dan telah menerbitkan *Sustainability Reporting*. Philips merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia yang telah menerbitkan *Sustainability Reporting* menggunakan *Sustainability Reporting Guidelines 2002* yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative*. Penulis ingin mengetahui sejauh mana masing-masing

perusahaan tersebut menyusun *Sustainability Reporting*-nya masing-masing dan sejauh mana mereka menerapkan *Sustainability Reporting Guidelines*

Standar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sustainability Reporting Guidelines* 2002 yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative*. Pada saat ini, perusahaan-perusahaan di dunia dituntut untuk menerbitkan *Sustainability Reporting* berdasarkan *Sustainability Reporting Guidelines* 2002.

3.2.2 Metode Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan, metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif komparatif. Penelitian ini diawali dengan menjelaskan *Sustainability Reporting* Panasonic dan Philips. Penjelasan ini meliputi unsur-unsur yang diungkapkan dalam *Sustainability Reporting* masing-masing perusahaan dan sistematika penyajiannya. Pedoman yang digunakan dalam penyusunan *Sustainability Reporting* juga dijelaskan pada bagian selanjutnya. Sistematika dan unsur-unsur yang diungkapkan dalam *Sustainability Reporting* di masing-masing perusahaan, kemudian dibandingkan kesesuaiannya dengan *Sustainability Reporting Guidelines* 2002. *Sustainability Reporting Guidelines* 2002 merupakan pedoman yang digunakan dalam penelitian ini. *Sustainability Reporting Guidelines* 2002 terdiri dari empat bagian, yaitu pengantar, penjelasan mengenai *Sustainability Reporting Guidelines*, prinsip-prinsip pelaporan dan isi pelaporan. Dalam penelitian ini penulis akan membandingkan isi *Sustainability Reporting*. Isi *Sustainability*

Reporting terdiri dari lima elemen, yaitu: visi dan strategi perusahaan, profil perusahaan, sistem manajemen dan struktur pengelolaan, *Global Reporting Initiative Index* dan indikator kinerja. Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis isi *Sustainability Reporting* masing-masing perusahaan untuk dibandingkan dengan pedoman tersebut, sehingga dapat diketahui sejauh mana penerapan *Sustainability Reporting Guidelines 2002* pada *Sustainability Reporting* masing-masing perusahaan. Hasil perbandingan tersebut digunakan untuk membuat kesimpulan.

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah : 1). Memilih sampel penelitian, 2). Mengumpulkan data-data yang terdiri dari *The Panasonic Report for Sustainability 2004*, *Philips Sustainability Report 2004*, *Sustainability Reporting Guidelines 2002* yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative*, dan artikel-artikel. Data-data tersebut diperoleh dari jurnal-jurnal akuntansi, majalah-majalah akuntansi dan internet, 3). Menganalisis unsur-unsur yang disajikan dan sistematika penyusunan *Sustainability Reporting The Panasonic Report for Sustainability 2004* dan *Philips Sustainability Report 2004* 4). Membandingkan hasil analisis *The Panasonic Report for Sustainability 2004* dengan *Sustainability Reporting Guidelines 2002*, kemudian membuat kesimpulan, 5). Membandingkan analisis *Philips Sustainability Report 2004* dengan *Sustainability Reporting Guidelines 2002*, kemudian membuat kesimpulan.

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang GRI *Sustainability Reporting Guidelines* 2002, dan hasil analisis kesesuaian *Sustainability Reporting* perusahaan Philips dan Panasonic terhadap GRI *Sustainability Reporting Guidelines* 2002.

4. 1. GRI *Sustainability Reporting Guidelines* 2002

Standar dunia yang digunakan dalam menyusun *Sustainability Reporting* adalah *Sustainability Reporting Guidelines* 2002 yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative*. Pedoman GRI mengatur tentang penyusunan *Sustainability Reporting* yang mencakup tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial yang dikenal sebagai *triple bottom line*. *Triple bottom line* merupakan pendekatan yang dapat diterima secara luas untuk menjelaskan *sustainability*. GRI didirikan pada akhir tahun 1997 oleh CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economics*) dan UNEP (*United Nation Environment Programme*) sebagai gagasan dari para multi *stakeholder* untuk mengembangkan, mempromosikan dan menyebarkan suatu kerangka yang dapat diterima secara umum dan menyeluruh bagi pelaporan sukarela tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial sebuah organisasi. Pelaporan tersebut seringkali disebut sebagai *Sustainability Reporting*. GRI berusaha untuk membuat *Sustainability Reporting* sebagai pelaporan yang

rutin dan dapat dipercaya seperti halnya laporan keuangan yang dapat diperbandingkan, teliti dan dapat dibuktikan.

Pedoman GRI terdiri dari lima bagian. Bagian pertama adalah pengantar, bagian kedua menjelaskan penggunaan pedoman GRI, bagian ketiga berisi tentang prinsip-prinsip pelaporan, bagian keempat menjelaskan isi *Sustainability Reporting* dan bagian kelima terdiri dari *Glossary* dan *Annex*.

Penggunaan pedoman GRI merupakan suatu hal yang bersifat sukarela. Pedoman tersebut dapat diterapkan di berbagai ukuran organisasi dan berbagai macam tipe organisasi di berbagai lokasi. GRI menganjurkan agar setiap organisasi menggunakan pedoman GRI baik bagi organisasi yang masih pemula maupun yang telah berpengalaman dalam membuat *Sustainability Reporting*. Dalam memberikan kemudahan bagi penggunaannya, GRI memberikan fleksibilitas dalam menggunakan pedoman. Fleksibilitas tersebut berupa pilihan pendekatan yang digunakan yaitu menerapkan *Sustainability Reporting* yang sesuai dengan pedoman GRI (*"according to GRI Guidelines"*) dan menggunakan pendekatan informal dengan perbaikan dari waktu ke waktu. Organisasi yang memilih untuk membuat *Sustainability Reporting* sesuai dengan pedoman GRI dalam prinsip maupun isinya adalah organisasi yang telah berpengalaman dalam membuat *Sustainability Reporting* sehingga telah siap untuk menerbitkan laporan tingkat atas, begitu juga bagi organisasi yang ingin tampil beda dari pesaingnya karena organisasi tersebut memimpin dalam suatu bidang tertentu. Organisasi yang memilih untuk

menggunakan pendekatan informal adalah organisasi yang masih baru dalam membuat *Sustainability Reporting*. Laporan yang menggunakan pendekatan informal pada awalnya tidak menampilkan seluruh isi laporan sesuai dengan pedoman GRI, tetapi laporan tersebut mengalami perbaikan cakupan isi laporan, transparansi, dan struktur yang terus bertambah dari waktu ke waktu.

Prinsip-prinsip pelaporan dalam *Sustainability Reporting* dapat dibagi menjadi empat kelompok, pertama adalah bentuk rerangka pelaporan yang berupa transparansi, inklusif dan dapat diaudit, kedua adalah informasi yang akan dilaporkan yang terdiri dari kelengkapan informasi, relevansi informasi yang disajikan, dan keterkaitannya dengan konteks *sustainability*. Ketiga, berhubungan dengan kualitas dan keandalan informasi atau data yang terdiri dari *accuracy* (ketepatan), netralitas dan dapat dibandingkan, dan yang keempat adalah akses atas informasi yang dilaporkan yang terdiri dari kejelasan (*clarity*) dan tepat waktu.

Dalam menerapkan prinsip transparansi, perusahaan harus mengungkapkan secara penuh tentang proses, prosedur dan asumsi yang digunakan oleh perusahaan. Hal-hal tersebut penting bagi perusahaan untuk mendapatkan kredibilitas. Sebagai contoh, laporan harus meliputi informasi mengenai metode pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan audit internal serta asumsi ilmiah yang menjadi dasar penyajian informasi (Satyo, 2005: 12-13). Inklusif berarti, organisasi yang membuat laporan harus secara sistematis melibatkan para *stakeholder* untuk membantu fokus perusahaan dan meningkatkan kualitas laporan secara

berkelanjutan (GRI, 2002). Hal-hal yang perlu untuk melibatkan *stakeholder* adalah pemilihan indikator, format pelaporan, dan pendekatan yang diambil untuk meningkatkan kredibilitas pelaporan. Auditabilitas maksudnya data dan informasi harus dilaporkan, dicatat, dan dikumpulkan, dianalisis dan diungkap dalam sebuah cara yang memungkinkan untuk dibuktikan keandalannya oleh auditor internal atau penyedia jaminan eksternal (GRI, 2002).

Kelengkapan informasi artinya laporan harus menyajikan seluruh informasi yang material tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial organisasi dengan menggunakan ruang lingkup dan kerangka waktu yang jelas. Relevan maksudnya adalah tingkatan pentingnya untuk mengangkat suatu aspek tertentu, indikator atau potongan informasi dan menggambarkan alasan mengapa informasi tersebut menjadi cukup penting untuk dilaporkan. Informasi yang penting dapat ditentukan berdasarkan dari sejumlah perspektif, namun perspektif kunci terletak pada pemakai informasi. *Sustainability context* artinya laporan harus menyajikan kinerja organisasi yang meliputi tantangan, resiko dan peluang yang dihadapi perusahaan dalam konteks *sustainability* (Satyo, 2005:13).

Penerapan prinsip *accuracy* yaitu informasi yang dilaporkan harus memiliki tingkat ketelitian yang tinggi dan kemungkinan adanya kesalahan yang rendah, sehingga pemakai informasi dapat membuat keputusan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Netralitas maksudnya, laporan disajikan secara wajar dan berdasarkan pada fakta-fakta yang sesungguhnya serta penyajian kinerja ekonomi, lingkungan

dan sosial harus dilakukan secara seimbang. Dalam menerapkan prinsip *comparability*, organisasi pembuat laporan sebaiknya mempertahankan konsistensi batas dan lingkup laporan, mengungkapkan adanya perubahan dan menuliskan kembali informasi yang dilaporkan sebelumnya (GRI, 2002). Hal ini dimaksudkan supaya laporan tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial suatu organisasi dapat dibandingkan dengan kinerja organisasi tersebut pada tahun sebelumnya dan dapat dibandingkan dengan kinerja organisasi lainnya.

Clarity maksudnya, informasi tersebut harus jelas, dapat dipahami dan dapat digunakan oleh kelompok pemakai yang berbeda-beda sesuai dengan keahlian dan pengalamannya. Tepat waktu maksudnya laporan harus diterbitkan dengan jadwal yang teratur. Beberapa laporan dapat diterbitkan setiap tahun dan lainnya diterbitkan setiap tiga bulan.

Isi dari *Sustainability Report* menurut pedoman GRI terdiri dari lima bagian, yaitu visi dan strategi, profil perusahaan, *Governance Structure* dan *Management System*, *GRI Content Index* dan Indikator kinerja. Visi dan strategi menggambarkan laporan tentang strategi organisasi mengenai *sustainability*, termasuk pernyataan CEO. Bagian profil perusahaan memberikan suatu ringkasan mengenai organisasi pembuat laporan dan menggambarkan lingkup laporan. Pada bagian *Governance Structure* diberikan suatu ringkasan tentang struktur kekuasaan, kebijakan-kebijakan, dan sistem manajemen, yang merupakan penerapan dari visi untuk perkembangan yang berkelanjutan dari organisasi yang membuat laporan dan untuk

mengelola kinerjanya. *GRI Content Index* merupakan suatu tabel yang digunakan untuk mengidentifikasi letak dari masing-masing elemen *GRI Report Content*, tiap-tiap bagiannya dan juga indikator-indikator yang digunakan. Tujuan dari bagian ini adalah untuk memungkinkan pengguna laporan dapat dengan cepat mengidentifikasi letak organisasi pembuat laporan memasukkan informasi-informasi dan indikator-indikator yang terdapat pada *GRI Guidelines*. Indikator kinerja terdiri dari tiga bagian, yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan dan indikator kinerja sosial.

Indikator-indikator ekonomi yang terdapat dalam pedoman GRI mempunyai lingkup dan tujuan-tujuan yang melebihi indikator-indikator keuangan tradisional. Indikator-indikator keuangan tradisional secara utama berfokus pada profitabilitas suatu organisasi dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada pihak manajemen dan *shareholders*. Berlawanan dengan hal tersebut, indikator-indikator ekonomi pada konteks *Sustainability Reporting* berfokus pada cara suatu organisasi mempengaruhi *stakeholder*. Indikator kinerja ekonomi terdiri dari lima aspek yaitu *customers*, *suppliers*, karyawan, *providers of capital* dan sektor publik. Pada aspek *customers*, indikator yang digunakan terdiri dari *net sales* dan perincian pasar menurut geografis. Pada aspek *suppliers*, perusahaan harus melaporkan biaya semua barang-barang, material-material dan pelayanan-pelayanan yang dibeli dan persentase kontrak yang dibayar sesuai dengan kerangka perjanjian, tidak termasuk persetujuan *penalty*. Aspek karyawan indikatornya adalah total daftar gaji dan

keuntungan-keuntungan (termasuk upah, pensiun, keuntungan-keuntungan lainnya, dan *redundancy payments* yang diperinci menurut negara atau wilayah). Aspek *providers of capital* terdiri dari indikator yang berupa distribusi untuk penyedia modal, diperinci menurut *interest on debt* dan pinjaman, serta dividen pada semua tingkatan saham, dengan menunjukkan semua tunggakan *preffered dividend*; dan peningkatan atau penurunan *retained earnings* pada akhir periode. Aspek sektor publik terdiri dari jumlah dari semua tipe pajak yang dibayarkan, diperinci menurut negara, subsidi-subsidi yang diterima, diperinci menurut negara atau wilayah, dan bantuan untuk komunitas, masyarakat sosial, dan kelompok-kelompok lainnya yang diperinci dalam kerangka kas dan jenis jenis bantuan menurut tipe kelompok.

Dimensi lingkungan merupakan dimensi tertinggi diantara tiga dimensi dalam *sustainability reporting*. Indikator kinerja lingkungan terdiri dari sepuluh aspek, yaitu material; energi; air; *biodiversity*; *emissions*, *effluents*, dan limbah; produk dan jasa, ketaatan terhadap peraturan (*compliance*), transportasi dan keseluruhan lingkungan. Namun transportasi dan keseluruhan lingkungan (*overall*) hanya terdiri dari indikator tambahan. Aspek material berisi tentang jumlah keseluruhan material yang digunakan selain bahan bakar dan air dan persentase material yang digunakan yang dibuang (yang sudah diproses maupun yang belum diproses) dari sumber-sumber eksternal untuk organisasi pelapor. Aspek energi terdiri dari penggunaan energi secara langsung yang dibagi berdasarkan sumber-sumber utama dan penggunaan energi secara tidak langsung. Aspek air terdiri dari

total pemakaian air. Aspek *biodiversity* berisi tentang letak dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa atau dikelola dalam *biodiversity-rich habitat* dan gambaran tentang dampak-dampak utama pada *biodiversity* yang dihubungkan dengan aktivitas-aktivitas dan/atau produk-produk pelayanan yang berhubungan dengan bumi, *fresh water*, dan lingkungan laut. Aspek *emissions, effluents* dan limbah terdiri dari enam indikator inti yaitu, emisi gas *greenhouse*; penggunaan dan emisi zat-zat yang merusak lapisan ozon; NO₂, SO_x dan emisi udara yang penting lainnya menurut tipenya; jumlah total pembuangan menurut tipenya dan tempat tujuan pembuangan; aliran bahan-bahan yang penting ke air menurut tipenya serta bahan-bahan kimia, minyak dan gas yang tumpah dalam jumlah total dan volume total. Aspek produk dan jasa terdiri dari indikator-indikator berupa dampak-dampak lingkungan yang penting dari produk-produk utama dan pelayanan utama dan persentase dari bobot produk terjual yang *reclaimable* pada umur produk dan presentase yang benar-benar *reclaimable*. *Reclaimable* mengacu pada daur ulang atau penggunaan kembali materi-materi produk atau komponen-komponen produk. Kinerja sosial dapat diukur melalui suatu analisis terhadap dampak-dampak kegiatan organisasi bagi *stakeholder* pada tingkat lokal, nasional dan global. GRI memilih indikator-indikator dengan mengidentifikasi aspek-aspek kunci kinerja yang berhubungan dengan praktek perburuhan, hak asasi manusia dan masalah-masalah yang mempengaruhi konsumen, komunitas dan *stakeholder* lainnya dalam masyarakat (GRI, 2002). Indikator kinerja sosial terdiri dari empat kategori yaitu praktek

perburuhan dan pekerjaan yang layak; hak asasi manusia; masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kategori praktek perburuhan dan pekerjaan yang layak terdiri dari lima aspek yaitu pekerjaan atau jabatan, hubungan buruh dengan manajemen, kesehatan dan keselamatan, pelatihan dan pendidikan serta penyebaran dan kesempatan tenaga kerja. Aspek pekerjaan atau jabatan terdiri dari beberapa indikator inti yaitu perincian mengenai tenaga kerja menurut wilayah/negara, status (karyawan/non karyawan), tipe pekerjaan (*full time/part time*) dan menurut kontrak pekerjaan (tidak tertentu atau permanen/ tetap atau *temporary*), *net employment creation* dan *average turnover* yang dibagi menurut wilayah atau negara. Aspek hubungan buruh dengan manajemen terdiri dari persentase karyawan yang ditunjukkan oleh organisasi perkumpulan perdagangan independen atau perwakilan karyawan yang bisa dipercaya dibagi secara geografis atau persentase karyawan yang dicakup dengan persetujuan-persetujuan kolektif dibagi menurut wilayah/negara, serta kebijakan dan prosedur yang melibatkan informasi, konsultasi, dan negosiasi dengan karyawan selama melakukan perubahan dalam pelaporan operasi dan organisasi (misalnya *restructuring*). Aspek kesehatan dan keselamatan terdiri dari praktek dalam pencatatan dan pelaporan yang berhubungan dengan kecelakaan serta penyakit-penyakit (dalam hubungannya dengan ILO); gambaran tentang komite formal kesehatan dan keselamatan yang terdiri dari perwakilan manajemen dan pekerja, serta proporsi perwakilan tenaga kerja dalam komite tersebut; standar terjadinya kecelakaan, *lost days*, rata-rata ketidakhadiran

serta pekerjaan yang berhubungan dengan sesuatu yang fatal; serta gambaran tentang kebijakan atau program-program (di tempat kerja dan di luar tempat kerja) tentang HIV/AIDS. Aspek pelatihan dan pendidikan terdiri dari rata-rata jam pelatihan setiap karyawan per tahun menurut kategori karyawan. Aspek penyebaran dan kesempatan tenaga kerja terdiri dari gambaran tentang peluang kebijakan dan program-program yang seimbang; serta komposisi manajemen senior dan badan-badan yang memiliki kekuasaan dalam perusahaan (termasuk dewan direktur).

Kategori hak asasi manusia, terdiri dari delapan aspek yang terdiri dari strategi dan manajemen; non diskriminasi; kebebasan berkumpul dan persetujuan kolektif; tenaga kerja anak-anak; tuntutan dan kewajiban buruh; praktek-praktek disiplin, praktek keamanan; dan *indigenous rights*. Praktek-praktek disiplin, praktek keamanan, dan *indigenous rights* hanya terdiri dari indikator tambahan. Aspek strategi dan manajemen terdiri dari gambaran tentang kebijakan-kebijakan, pedoman-pedoman, struktur perusahaan dan prosedur-prosedur untuk menghadapi semua aspek-aspek tentang hak asasi manusia dengan hasil-hasilnya; bukti-bukti pertimbangan dari dampak-dampak hak asasi manusia sebagai bagian dari investasi dan usaha untuk memperoleh keputusan-keputusan, termasuk pemilihan *suppliers/kontraktor*; dan gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk mengevaluasi dan mengarahkan kinerja hak asasi manusia di dalam *supply chain* dan kontraktor, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil dari monitoring. Aspek non diskriminasi terdiri dari gambaran tentang kebijakan global

dan prosedur-prosedur untuk program-program yang mencegah semua bentuk-bentuk diskriminasi dalam operasional, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring. Aspek kebebasan berkumpul dan persetujuan kolektif terdiri dari gambaran mengenai kebebasan berkumpul dan mengusahakan dimana kebijakan ini secara universal diterapkan secara independen pada hukum lokal, juga deskripsi tentang prosedur-prosedur/ program-program untuk menunjukkan masalah ini. Aspek pekerja anak-anak terdiri dari gambaran tentang kebijakan bagi pekerja seperti dijelaskan pada konversi ILO 138 dan mengusahakan dimana kebijakan ini secara jelas dinyatakan dan diterapkan dan juga deskripsi tentang prosedur-prosedur dan program-program untuk menunjukkan masalah ini, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil dari monitoring. Aspek tuntutan dan kewajiban buruh terdiri dari gambaran tentang kebijakan untuk mencegah adanya tekanan dan kewajiban buruh serta mengusahakan agar kebijakan ini dinyatakan dan diterapkan secara nyata dan juga gambaran mengenai prosedur-prosedur/program-program untuk menunjukkan masalah ini, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring.

Kategori masyarakat terdiri dari empat aspek yaitu komunitas, penyuapan dan korupsi, kontribusi politik dan persaingan dan penentuan harga. Aspek persaingan dan penentuan harga hanya terdiri dari indikator tambahan. Aspek komunitas terdiri dari gambaran tentang kebijakan-kebijakan untuk mengelola dampak-dampak pada komunitas yang dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas seperti gambaran mengenai prosedur-prosedur/program-program yang menunjukkan

masalah ini, termasuk sistem monitoring dan hasil monitoring. Aspek penyusunan dan korupsi terdiri dari gambaran mengenai kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan bagi organisasi dan karyawan yang menunjukkan adanya penyusunan dan korupsi. Aspek kontribusi politik terdiri dari gambaran mengenai kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan bagi pengelolaan lobi politik dan kontribusi politik.

Kategori tanggung jawab produk terdiri dari empat aspek yaitu kesehatan konsumen dan keselamatan, produk-produk dan pelayanan-pelayanan, iklan dan tanggung jawab terhadap privasi. Aspek iklan hanya terdiri dari indikator tambahan. Aspek kesehatan konsumen dan keselamatan terdiri dari gambaran tentang kebijakan menjaga kesehatan konsumen dan keselamatan konsumen selama pemakaian produk-produk dan pelayanan-pelayanan dan mengusahakan agar kebijakan ini dapat dinyatakan dan diterapkan secara jelas termasuk gambaran tentang prosedur-prosedur/program-program untuk menunjukkan masalah ini, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring. Aspek produk-produk dan pelayanan-pelayanan terdiri dari gambaran tentang kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan yang dihubungkan dengan informasi produk serta labeling. Aspek tanggung jawab terhadap privasi terdiri dari gambaran tentang kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan untuk privasi konsumen.

Bagian kelima yaitu berupa *Glossary* dan *Annex* yang berisi tentang daftar istilah dan tambahan tentang Pedoman GRI.

4.2. Analisis Isi *Sustainability Reporting*

1. Visi dan Strategi

1.1 Pernyataan tentang visi dan strategi perusahaan mengenai kontribusinya terhadap *sustainable development*.

Panasonic:

Visi perusahaan Panasonic adalah membantu untuk menciptakan jaringan masyarakat yang ada di mana-mana dan hidup berdampingan dengan lingkungan global melalui teknologi tinggi. Panasonic ingin menjadi “*Customer Value Creation Company*” pada tahun 2010.

Misi perusahaan Panasonic dalam mencapai *Sustainable Society* yaitu memberikan kontribusi berupa produk dan pelayanan dengan berfikir dan bertindak berdasarkan sudut pandang konsumen dan kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen antara lain rumah dan gaya hidup (terpenuhi atas makan, pakaian, rumah dan kesehatan, keuangan yang terjamin), komunitas (membuat hubungan dengan komunitas, jaminan keamanan, peningkatan pendidikan generasi muda), sistem sosial (respon terhadap masyarakat yang menua, mendukung cara kerja yang baru, perkembangan industri baru), komunitas internasional (pemberantasan kemiskinan, pertumbuhan yang harmonis bersama-sama dengan masyarakat internasional), lingkungan global

(mencegah pemanasan global, melindungi lapisan ozon, pengamanan hutan, mencegah pengurangan sumber-sumber).

Solusi dari Matsushita atas berbagai macam kebutuhan tersebut antara lain dengan menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan gaya hidup manusia yang berbeda-beda, menggunakan jaringan teknologi yang mendukung aktivitas-aktivitas komunitas, memberikan gaya pekerjaan abad 21 dan pertumbuhan industri, menghasilkan bisnis-bisnis yang membantu kesejahteraan nasional, mewujudkan “*creating value for a new life style*” yang menyeimbangkan kualitas dari kehidupan sehari-hari dengan kesadaran akan lingkungan.

Strategi Matsushita untuk mewujudkan *Sustainable Society* yaitu memberikan kontribusi pada masyarakat dengan menjadikan *customer* sebagai landasan bagi perilaku perusahaan. Oleh karena itu, manfaat dari pendekatan tersebut adalah untuk mereview masalah-masalah dan berfokus pada sudut pandang *customer* dan untuk meberikan pemecahan dengan tujuan akhir pengembangan *sustainable society*.

Philips:

Misi dari Philips adalah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, dengan fokus pada kesehatan, gaya hidup dan teknologi. Tantangan yang dihadapi oleh Philips adalah tantangan dalam memperluas jangkauan ke pasar-pasar yang baru dan peluang bisnis baru dengan *sustainability* sebagai kunci pendorong. Hal ini termasuk model bisnis baru yang memungkinkan dalam memberikan satu jalan

berarti dan *sustainable* bagi kualitas hidup dari 4 milyar orang didunia yang terletak di ranking bawah dalam piramida ekonomi, yaitu yang berpenghasilan kurang dari \$ 1.500 setahun.

Visi Philips yaitu akan menjadi penyedia solusi dalam bidang *healthcare, lifestyle* dan teknologi, bercita-cita untuk menjadi perusahaan yang paling dikagumi oleh seluruh *stakeholder*.

Strategi Philips yaitu

- Meningkatkan profitabilitas melalui re-alokasi dari sumber-sumber, melalui peluang-peluang yang lebih konsisten dan memberikan *return* yang lebih tinggi.
- Mendongkrak merk Philips dan *core competence* dalam bidang kesehatan, *lifestyle* dan teknologi untuk meningkatkan kategori-kategori pada daerah-daerah tertentu.
- Membangun *partnership* dengan *customer-customer* kunci dan *supplier-supplier* kunci dalam *business to business* dan bidang *business to customer*.
- Melanjutkan investasi dalam pengelolaan *world class innovation*.
- Memperkuat kemampuan *leadership* Philips.
- Mendorong produktivitas melalui *business transformation* dan *operational excellence*

Nilai- nilai Philips yaitu :

- Menyenangkan konsumen

- Menghantarkan komitmen
- Mengembangkan masyarakat
- Bergantung satu sama lain

1.2 Pernyataan dari CEO yang menjelaskan tentang elemen-elemen kunci laporan.

Panasonic:

Pernyataan Kunio Nakamura sebagai pimpinan Panasonic lebih menitik beratkan pada visi Panasonic dalam mewujudkan *Customer Value Creation Company* pada tahun 2010. Bagian awal, menyatakan tentang tantangan-tantangan yang dihadapi Panasonic. Komitmen Panasonic untuk tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial yang *sustainable*, dinyatakan dalam visi Panasonic untuk abad 21 yaitu membantu mendapatkan suatu jaringan masyarakat yang ada dimana-mana dan hidup berdampingan dengan lingkungan global melalui teknologi tinggi. Panasonic ingin menjadi *Customer Value Creation Company* pada tahun 2010. Pada tahun 2004, Panasonic mengganti nama laporannya menjadi "*The Panasonic Report for Sustainability*" yang menunjukkan kebulatan tekad Panasonic untuk maju ke depan bersama para *stakeholder*-nya untuk menjadi pelopor menuju kemakmuran masa depan yang *sustainable*.

Philips:

Menurut Presiden Philips Gerard Kleisterlee, 2004 merupakan tahun kemajuan bagi Philips, tidak hanya dalam kerangka keuangan tetapi juga perkembangan yang telah dicapai dalam menanamkan *sustainability* di seluruh perusahaan.

Selama tahun 2004, Philips telah menyelesaikan versi baru dari *General Business Principles*. Prinsip-prinsip tersebut telah diterjemahkan ke dalam bahasa lokal ke seluruh dunia.

Pada tahun 2004, Philips mengeluarkan dana bagi lebih dari 200 proyek investasi sosial dari 47 negara di 4 wilayah. Kurang lebih 75% dari proyek tersebut diarahkan pada 2 fokus bidang yaitu memberikan akses pada kesehatan dan pendidikan.

Dalam bidang lingkungan, Philips telah melanjutkan program *EcoVision* 2002-2005 dan juga telah memulai proses untuk program 4 tahun selanjutnya, yaitu *Eco Vision* 2006-2009.

Didorong untuk berfokus pada *operational performance* dan *cost management*, hasil keuangan Philips menunjukkan peningkatan yang cukup besar di tahun 2004.

2. Profil

Profil Organisasi

2.1 Nama organisasi pelapor

Royal Philips Electronics dan Matsushita Electric Industrial Co., Ltd

2.2 Produk dan atau pelayanan termasuk merk jika ada

Panasonic:

Komponen-komponen dan peralatan/ sistem produksi, jaringan digital, peralatan rumah tangga dan sistem lingkungan, pelayanan-pelayanan dan solusi.

Brand: Panasonic, National, Technics, Quasar.

Philips:

Medical systems terdiri dari *X-ray, Computed tomography, magnetic resonance, ultrasound, Nuclear medicine, Medical IT, Cardiac & monitoring systems, Dictation & speech Recognition systems, Remote Patient care, customer financing, document management systems* dan *Asset Management service*. *Domestic appliances* dan *personal care* terdiri dari *Shaving and beauty, Oral Healthcare, makanan dan minuman, home environment care, consumer health and wellness*. *Consumer Electronics* terdiri dari *Home entertainment networks, connected displays, mobile infotainment* dan lisensi. *Lighting* terdiri dari lampu, *luminaries, Lighting electronics, automotive, special lighting*, dan UHP, serta *Solid state Lighting*. *Semikonduktor* terdiri dari *consumer, communications, computing, automotive, Multi market semiconductors, Foundries, assembly and test, mobile display systems, dan speaker systems*. *Other activities* terdiri dari *research, intellectual property dan standards, system integration services, emerging business, optical storage, Corporate investments, global service units, dan design*.

2.3 Struktur operasional organisasi

Panasonic: Tidak terdapat penjelasan tentang struktur operasional organisasi.

Philips: Aktivitas Philips dilaksanakan dalam 6 divisi produk yaitu *Medical System*, *Domestic Appliances* dan *Personal Care*, *Consumer Electronics*, *Lighting*, *Semiconductor* dan Aktivitas lainnya. Masing-masing divisi bertanggungjawab kepada manajemen. Aktivitas lainnya meliputi berbagai aktivitas dan kegiatan bisnis yang tidak termasuk dalam sektor produk lainnya. Terdiri dari empat kelompok aktivitas utama, yaitu *Technology Cluster* (seperti *Philips Research*, *Intellectual Property and Standards* dan *Philips Centre for Industrial Technology*), *Corporate Investment* (seperti *Assembleon* dan *Philips Enabling Technologies Group*) dan *Global Service Units* dan *Miscellaneous* (contohnya *Optical Storage*).

2.4 Gambaran tentang divisi-divisi utama, operasi perusahaan, cabang-cabang dan *join venture*

Panasonic: Tidak ada

Philips : Terdapat 6 divisi produk utama yaitu *medical system*, *domestic appliances and personal Care*, *Consumer Electronics*, *Lighting*, *Semiconductor* dan *Other activities*.

Join venture kunci dan partisipan adalah : L.G Philips LCD (44,6%), L.G Philips Displays (50%), Atos Origin (15,4%), Lumileds Lighting (48%), TSMC (Taiwan Semiconductor Manufacturing Co, Ltd) (19%), NAVTEQ (34,8%), FEI Company

(26%), Inter Trust Technologies Corporation (49,5%) dan Philips Medical Capital (40%).

2.5. Negara-negara tempat beroperasinya perusahaan

Panasonic : Tidak menyebutkan negara-negara tempat beroperasinya perusahaan, hanya menyebutkan wilayah geografis, yaitu Asia, China, Eropa, Jepang dan Amerika.

Philips : Philips tidak menyebutkan seluruh negara tempat perusahaan Philips berada, namun hanya menyebutkan jumlah perusahaannya. Philips memiliki 141 pabrik di 32 negara.

2.6. Corak dari pemilik, bentuk legal.

Panasonic: Hanya menyebutkan tempat sahamnya terdaftar, yaitu di Tokyo, Osaka, Nagoya, New York, Euronext (Amsterdam), dan Frankfurt.

Philips : Saham Royal Philips Electronics (1.316.070.000 lembar) terdaftar di Euronext Amsterdam dan New York Stock Exchange. Pada akhir tahun 2004, 10 saham prioritas disyahkan dan diterbitkan oleh Dr. A.F.Philips Foundational dan 3.249.975.000 lembar saham preferen disyahkan dan tidak ada yang diterbitkan.

2.7 Corak pasar yang dilayani

Panasonic: Tidak ada

Philips:

Divisi Produk	Tipe <i>Customer</i>
<i>Medical System</i>	Pengecer khusus, pengecer umum, pedagang besar, organisasi pemerintah, rumah sakit dan klinik.
DAP	Konsumen, pengecer khusus, pengecer umum dan pedagang besar.
<i>Consumer Electronics</i>	Konsumen, pengecer khusus, pengecer umum, pedagang besar dan industri IT.
<i>Lighting</i>	Konsumen, pengecer khusus, pengecer umum, pedagang besar, <i>building industry</i> , organisasi pemerintah, industri otomotif, industri lain, rumah sakit dan klinik.
<i>Semiconductors</i>	Industri IT, <i>consumer electronics industry</i> , industri telekomunikasi,

	<i>building industry, industri otomotif dan industri lain.</i>
<i>Other activities</i>	<i>Industri IT, consumer electronics industry, industri otomotif dan industri lain.</i>

2.8 Skala pelaporan

Panasonic :

Jumlah karyawan Panasonic sebesar 290.493 karyawan.

Net sales sebesar 7.479,7 milyar yen.

Segmen bisnisnya dalam *Component & Devices/Production systems, jaringan Digital, Home Appliances & Environmental System, Service and Solutions.*

Philips:

Jumlah karyawan Philips sebesar 161.586 karyawan.

Produk yang dihasilkan adalah *Lighting, Consumer Electronics (audio/video), layer monitor, DVD Recorder, setrika listrik, dental care (sikat gigi listrik), semikonduktor, dan medical imaging equipment.*

Net sales sebesar 30.319 juta Euro

Net income sebesar 2.836 juta euro atau 2,22 euro /saham.

2.9 Daftar *stakeholder*, atribut kunci masing-masing dan hubungan dengan organisasi pembuat laporan

Panasonic: Tidak memberikan penjelasan tentang *stakeholder*-nya.

Philips:

Stakeholder ekonomi :

- *Customer:* Frost & Sullivan memberikan lima penghargaan untuk *Philips Medical System* atas inovasi teknologi dan pelayanan serta kepemimpinannya dalam industri.
- *Tenaga Kerja:* Honeycomb dari Philips di India menghubungkan lebih dari 4000 karyawan yang tersebar di 35 lokasi dan 10 bidang bisnis. Atas prestasinya tersebut, Honeycomb memenangkan juara pertama kategori *Internal Communication* dalam *Asia Pasific PR Award Competition*. “*Let’s Chat*” suatu komponen inti dari Honeycomb dipilih diantara 6 program komunikasi yang terbaik menurut *UK’s Institute of PR Excellence Awards*.
- *Supplier:* Pada tahun 2004, Philips mengadakan *Global Supplier Forum* yang pertama. Selama pertemuan yang dilakukan di Amsterdam tersebut, Presiden Gerard Kleisterlee dan *Chief Technology Officer*, Ad Huijser memaparkan arah strategi Philips dan rencana R&D Philips selanjutnya.
- *Investor:* Perusahaan secara terus-menerus berusaha keras untuk meningkatkan hubungan dengan *shareholders*-nya. Philips selalu

menguraikan secara terperinci hasil-hasil keuangan kepada *shareholder*-nya pada Rapat Umum Pemegang Saham.

- **Penyedia jasa keuangan.**

Stakeholder sosial :

Komunitas, badan-badan pembuat undang-undang pada tingkat lokal, nasional maupun internasional, organisasi non pemerintah, sekolah-sekolah dan media-media.

2.10 Contact person untuk laporan, termasuk e-mail dan alamat web

Panasonic:

Corporate Enviromental Affairs Division

Matsushita Electric Industrial Co., Ltd

1006 Kadoma, Kadoma City, Osaka 571-8501

Japan

Tel: +81-6-6908-1243

Fax: +81-6-6909-1163

E-mail: eco@gg.jp.panasonic.com

CSR Office, Matsushita Electric Industrial Co., Ltd

1-1-2 Shiba Koen, Minato-ku, Tokyo

105-8581, Japan

Tel: +81-3-6403-3126

Fax:+81-3-6403-3427

Philips:

Philips menyediakan *contact person* mengenai informasi lebih lanjut tentang laporannya pada halaman tersendiri. Alamat yang diberikan oleh Philips yaitu:

Philips Corporate Sustainability Office

Building VO-1-045

P.O. Box 218

5600 MD Eindhoven, The Netherlands

Tel: +31 (0)40 27 37285

Fax: +31 (0)40 27 35357

E-mail : Philips.sustainability@philips.com

Alamat web : www.philips.com dan www.philips.com/sustainability

2.11 Periode pelaporan

Panasonic: Data yang digunakan adalah data tahun keuangan 2003 (1 April 2003-31 Maret 2004).

Philips: Laporan ini memberikan informasi tentang aktivitas *sustainability* perusahaan untuk tahun keuangan 2004 yang dimulai tanggal 1 Januari 2004 sampai 31 Desember 2004.

2.12 Tanggal laporan tahun sebelumnya

Panasonic: Tidak ada

Philips: Philips *Sustainability Report* tahun 2003.

2.13 Batas-batas dari laporan (negara atau wilayah, produk atau jasa, divisi-divisi atau fasilitas-fasilitas atau join ventura atau cabang-cabang) dan pembatasan khusus apapun.

Panasonic:

Laporan ini berisi tentang kinerja *sustainability* Matsushita Electric Industrial Co., Ltd dan perusahaan gabungannya yang ada di Jepang & di luar Jepang (Matsushita Electric Group).

Philips:

Laporan ini berisi tentang kinerja Philips yang berhubungan dengan *sustainability*. Laporan ini mencakup aktivitas seluruh perusahaan Philips yang dikonsolidasi. Perusahaan yang tidak dikonsolidasi, termasuk join ventura dengan kepemilikan 50%, tidak dilaporkan dalam laporan ini. Laporan ini meliputi laporan tentang kinerja *sustainability* di sektor-sektor produksi yaitu *medical system, domestic Appliances and Personal Care, Consumer Electronics, Lighting, Semiconductor*, dan aktivitas-aktivitas lainnya. Laporan ini juga menyajikan informasi terpilih tentang kinerja keuangan di Philips Group.

2.14 Perubahan yang penting dalam ukuran, struktur dan kepemilikan.

Panasonic : Tidak ada

Philips: Perubahan-perubahan pada tahun 2004:

Semikonduktor

- Philips mengkonsolidasi SSMC yang terletak di Singapura pada tanggal 1 Februari 2004
- Organisasi baru yang membuat laporan tentang divisi semikonduktor adalah Suzhou dan unit bisnis baru dari divisi semikonduktor adalah PSS.
- Seluruh kegiatan produksi di Caen dihentikan pada akhir tahun 2003 karena kebakaran.

Consumer Electronics: penutupan pabrik di Beijing dan penjualan TV Kwidzyn ke Jabil pada bulan November 2004.

Lighting: menutup *Calcutta Lamps, La Garriga, Monroe, Taoyuan* dan mendirikan pabrik di kota Ho Chi Min.

Medical Systems : unit baru dari divisi ini adalah *Best LRS* dan *Veidhoven PMRS*.

Aktivitas-aktivitas lain: *Philips Optical Storage Wetzlar* dijual pada tanggal 1 April 2004, BU. RF Solutions dan Tuners melakukan merger dan sekarang bernama *Solutions*.

2.15 Dasar mengenai pelaporan pada *Join venture*, yang dapat mempengaruhi perbandingan dari periode ke periode.

Panasonic: Tidak ada

Philips: Laporan mengenai *join venture* tidak dilaporkan dalam laporan ini.

2.16. Penjelasan atau pernyataan kembali tentang hal-hal yang dilaporkan pada bagian sebelumnya.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Philips memberikan penjelasan-penjelasan pada halaman tersendiri yang ditempatkan setelah isi laporan. Bagian ini berisi tentang penjelasan mengenai tanggung jawab lingkungan perusahaan dan pelaporan kesehatan dan keselamatan. Hal-hal yang dijelaskan pada bagian ini adalah standar pelaporan, dasar pelaporan, penjelasan tentang perubahan perbandingan, perhitungan tentang fluktuasi produksi, perhitungan untuk perubahan dalam organisasi, perubahan-perubahan yang terjadi dalam organisasi selama tahun 2004, ketepatan, kelengkapan, daya banding laporan, dan produk-produk *Green Flagship*.

2.17 Keputusan untuk tidak menerapkan prinsip-prinsip GRI dalam mempersiapkan laporan.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Disajikan dalam *GRI Content Index*.

2.18 Kriteria/definisi yang digunakan dalam perhitungan biaya/ keuntungan.

Panasonic: Dalam pelaporan kinerja ekonominya terdapat perhitungan tentang *sales, profit, capital investment, R&D expenditures, Stockholders equity*, dan jumlah deviden yang dibayarkan.

Philips:

Dalam pelaporan kinerja ekonominya terdapat perhitungan tentang penjualan total pada tahun 2004, gaji yang dibayarkan kepada tenaga kerja selama tahun 2004, biaya bunga yang dibayarkan pada tahun 2004, dividen yang dibayarkan pada tahun 2004, *Net Income* tahun 2004 dan *Income tax* pada tahun 2004.

2.19 Perubahan penting dalam metode pelaporan

Panasonic: Tidak ada penjelasan mengenai perubahan penting dalam metode pelaporan.

Philips:

Philips menjelaskan prinsip-prinsip yang harus dilakukan jika terdapat dua data atau lebih data yang menggunakan metode yang berbeda, agar dapat diperbandingkan.

Tanggung jawab lingkungan

Untuk menghitung perubahan suatu data pada laporan tahun tertentu dibandingkan pada tahun sebelumnya, maka data tersebut harus diubah ke dalam metode yang sama. Philips menerapkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- Data absolut dari suatu organisasi yang baru saja membuat laporan, akan dilaporkan berdasarkan data pada tahun laporan tersebut diterbitkan. Untuk selanjutnya, dalam membandingkan data tersebut dengan data tahun sebelumnya, maka penambahan data ke jumlah data disetiap divisi dan jumlah total perusahaan harus menggunakan parameter yang sama seperti parameter yang digunakan pada laporan tahun ini.
- Data absolut dari organisasi pembuat laporan yang telah diinvestasi/dijual, harus dihilangkan dari jumlah tingkat divisi dan dihilangkan dari jumlah total perusahaan pada laporan tahun sebelumnya, dengan menggunakan parameter yang digunakan pada laporan saat ini.
- Data absolut tahun sebelumnya untuk organisasi pembuat laporan yang memindahkan divisinya dari satu divisi ke divisi lainnya, dalam laporan tahun ini dipindahkan datanya dari divisi lama dan ditambahkan ke divisi baru. Hal ini dimaksudkan agar kinerja masing-masing divisi dapat diperbandingkan. Peralihan divisi tersebut tidak berpengaruh terhadap jumlah total data perusahaan.

Pelaporan kesehatan dan keselamatan

- Data organisasi yang baru membuat laporan, menambahkan data ke setiap divisi dan jumlah total perusahaan pada pertengahan tahun pertama setelah konsolidasi.

- Data untuk organisasi pembuat laporan yang dijual , dikeluarkan dari jumlah total masing-masing divisi dan jumlah total perusahaan pada pertengahan tahun pertama setelah dilakukan konsolidasi.

2.20 Kebijakan-kebijakan dan praktek-praktek internal untuk meningkatkan accuracy, completeness dan reliability.

Panasonic: Dalam memastikan kredibilitas pernyataan /isi dalam *annual report* perusahaan (*Form 20-F*), Matsushita mendirikan *Internal Control and Disclosure Committee* pada bulan Juni 2003. Komite tersebut bertanggung jawab untuk menegaskan kelayakan isi dan menegaskan kelayakan fungsi dan keefektifan yang berkaitan dengan pengendalian pengungkapan dan prosedur laporan. Selanjutnya, Matsushita menetapkan “*internal auditing managers*” di masing-masing bisnis utama perusahaan yang bertugas memeriksa kembali keefektifan pengendalian internal untuk memastikan keandalan laporan keuangan perusahaan.

Philips: Philips menjelaskan masalah ini dalam *Assurance Assignment* dan *Explanatory Notes*. Dalam *Assurance Assigment*, Philips menyatakan untuk tidak meminta KPMG dalam memberikan jaminan tentang keandalan data laporan, kecuali untuk data tentang konsumsi energi total dan emisi CO₂ secara langsung untuk tahun 2001 sampai dengan tahun 2004. Dalam *Explanatory Notes*, Philips menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan keakuratan, kelengkapan, dan kemampuan data yang disajikan untuk dibandingkan (*comparability*). Penjelasan

yang berkaitan dengan keakuratan pada pelaporan tanggung jawab lingkungan antara lain adalah data-data tentang lingkungan yang memiliki sifat sulit diukur dengan tepat sehingga perlu untuk diestimasi dan pelaporan tentang PFC dalam sistem data *Eco Vision* yang disajikan lebih detail, untuk menghitung *Global Warming Potential* secara lebih akurat. Dalam pelaporan kesehatan dan keselamatan, kualitas data yang dilaporkan membutuhkan peningkatan secara lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan definisi yang diberikan oleh perusahaan, serta berdasarkan pada data tahun 2004, diperkirakan bahwa rata-rata *lost work time* yang dilaporkan lebih rendah dari yang sebenarnya, disebabkan karena kemungkinan jam kerja yang dilaporkan lebih besar dan lamanya karyawan yang sakit (dalam jam) yang dilaporkan terlalu kecil.

Keterangan-keterangan yang berhubungan dengan kelengkapan pada pelaporan tanggung jawab lingkungan adalah pernyataan bahwa Philips menerbitkan laporan secara tepat waktu, dan Philips menerima usulan perubahan data dari laporan tahun sebelumnya untuk meningkatkan kualitas dari data yang disajikan. Pada pelaporan tentang kesehatan dan keselamatan, Philips menyebutkan bahwa data yang disajikan selama tahun 2004 mencakup 92% dari jumlah total FTE Philips.

Keterangan-keterangan yang berhubungan dengan *comparability* dalam melaporkan tanggung jawab lingkungan adalah Philips berusaha untuk mencari pilihan lain yang lebih baik dalam memperlihatkan fluktuasi produksi. Pada laporan tentang kesehatan dan keselamatan dijelaskan bahwa tahun 2004 merupakan tahun pertama

pelaporan kesehatan dan keselamatan, sehingga tidak dapat diperbandingkan dengan tahun sebelumnya.

2.21 Kebijakan dan praktek-praktek yang dilakukan pada saat ini tentang jaminan dari pihak yang independen.

Panasonic: *Panasonic Report for Sustainability 2004* telah dianalisis oleh Natural Step, yaitu sebuah organisasi non pemerintah yang memberikan bantuan bagi organisasi dan komunitas dalam memahami dan melangkah menuju *sustainability*.

Philips:

Laporan ini telah diaudit oleh auditor eksternal yang independen dalam fakta dan penampilan. Philips meminta KPMG mereview *Sustainability Report 2004* untuk memberikan jaminan yang layak tentang data-data keuangan dan jaminan yang terbatas tentang data-data lingkungan dan informasi lainnya yang disajikan dalam laporan.

2.22 Cara-cara yang dapat digunakan oleh pemakai dalam memperoleh informasi tambahan tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial organisasi

Panasonic: Melalui *website* Panasonic yaitu

Environmental & CSR Data File

Panasonic.co.jp/eco/en/file/activity/

Philips:

Philips Corporate Sustainability Office

Building VO-1-045

P.O.Box 218

5600

MD Eindhoven, The Netherlands

Tel : +31 (0)40 27 37285

Fax : +31 (0)40 27 35357

E-mail: Philips.sustainability@philips.com

Struktur kekuasaan dan sistem manajemen

3. Struktur dan kekuasaan

3.1 Struktur kekuasaan organisasi

Panasonic:

Board of directors / dewan direktur:

Pada FY '03, Panasonic mengaktifkan kembali aturan dan struktur dari Dewan Direktur yang mempunyai tugas melakukan pengambilan keputusan strategis, dan juga melakukan pengawasan yang optimum terhadap masalah-masalah kelompok.

Executive Officer

Memiliki tugas untuk melaksanakan bisnis di seluruh perusahaan, baik yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri. *Executive Officer* dapat memfasilitasi

perkembangan dari strategi perusahaan yang menggabungkan kekuatan kelompok secara luas. *Executive Officer* dipilih oleh Dewan Direktur.

Corporate Auditors dan Dewan Corporate Auditors

Merupakan struktur yang terpisah, tidak tergantung pada Direktur perusahaan dan Dewan Direktur yang mempunyai kewajiban legal untuk mengawasi direktur atas operasional perusahaan.

Dewan Penasehat

Pada tahun 1998, Matsushita mengajak pihak di luar perusahaan untuk membentuk Dewan Penasehat yang terdiri dari 3 pemimpin dan *senior corporate executive*. Dewan Penasehat merupakan alat dalam memberikan pandangan-pandangan yang luas tentang kebijakan sosial, lingkungan dan ekonomi yang seharusnya dilakukan.

Philips

Kekuasaan tertinggi ada pada RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). Setiap pemegang saham memiliki hak yang sama dalam RUPS ini. Dalam struktur kekuasaannya Philips memiliki dua dewan yaitu dewan manajemen (*Board of management*) dan dewan pengawas (*Supervisory Board*). Tugas dari dewan pengawas ini adalah mengawasi kegiatan dewan manajemen. Kinerja dari dewan manajemen dan dewan pengawas dipertanggungjawabkan di depan RUPS.

3.2 Persentase dari Dewan Direktur (Dewan Pengawas) yang independen/ bukan *executive directors*

Panasonic: Di dalam *Panasonic Report for Sustainability 2004* hanya disebutkan adanya Dewan *Corporate Auditors* dan *Corporate Auditors*.

Philips: Pada *Sustainability Reports Philips* hanya disebutkan adanya Dewan Pengawas yang independen, tidak disebutkan jumlah anggota Dewan tersebut.

3.3 Proses penetapan anggota Dewan ahli yang diperlukan untuk menuntun arah strategi organisasi

Panasonic: Tidak ada

Philips: Tidak ada.

3.4 Proses tingkat dewan untuk mengatur pengenalan organisasi dan pengelolaan resiko-resiko serta peluang-peluang ekonomi, lingkungan dan sosial.

Panasonic:

Keinginan untuk mempromosikan CSR bukan merupakan sesuatu yang baru bagi Matsushita. Filosofi manajemen Matsushita secara jelas menerangkan bahwa perusahaan sebagai entitas publik seharusnya memberikan kontribusi bagi masyarakat melalui aktivitas bisnisnya. Pada bulan Oktober 2003, dibentuk *CSR Office* di bawah pengawasan secara langsung oleh Presiden Matsushita. Tugas *CSR Office* adalah memantau aktivitas bisnis perusahaan dari sudut pandang CSR secara global dan membuka opini publik yang ditujukan bagi manajemen Matsushita untuk

mengatakan bahwa keberadaan Matsushita di abad 21 dapat dibenarkan. Selanjutnya dibentuk Matsushita *CSR Board* yang dipimpin oleh Presiden Matsushita Electric Group yang bertugas untuk melakukan pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan masalah-masalah CSR. Selain itu juga dibentuk *The CSR Promotion Committee* yang beranggotakan anggota staff fungsi perusahaan pada kantor pusat dan divisi luar negeri. Komite ini menjalankan peran utama di bawah arahan *Matsushita CSR Board*. Dengan adanya bagian-bagian ini diharapkan fungsi perusahaan dan perhatian bisnis utama perusahaan akan sejalan dengan peningkatan promosi CSR secara global.

Philips:

Penerbitan *Philips General Business Principle* dan penanaman *sustainability* di seluruh perusahaan Philips.

Didalam perusahaan Philips diberlakukan *Philips General Business Principle* (GBP). GBP merupakan prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan aktivitas perusahaan Philips. Selama tahun 2003 Philips mereview dan melakukan pembaharuan terhadap GBP, termasuk seluruh prosedur-prosedur yang terkait. Sebelum dipublikasikan, edisi baru GBP diajukan kepada Dewan Amnesti Internasional dan EIBE (*European Institute for Business Ethics of Nyenrode University*) untuk mendapatkan tanggapan dari para ahli. Tanggapannya positif, terutama sekali berkenaan dengan kebijakan-kebijakan tentang hak asasi manusia, (*International Labour Organizations Core Conventions*) dan keseimbangan

menyeluruh serta konsistensi dari pendekatan yang digunakan. Dewan manajemen menerapkan edisi terbaru GBP pada bulan Desember 2003. Pelaksanaan GBP ini diawasi oleh *Compliance officer*. Tiap-tiap unit bisnis harus membuat laporan pertanggungjawaban tentang pemenuhan terhadap GBP ini.

Philips mencoba menanamkan *sustainability* di seluruh perusahaannya dengan menanamkan *sustainability* pada budaya perusahaan, proses manufaktur dan produk-produknya, menanamkan pada sistem bisnisnya, dan juga strategi perusahaannya.

3.5 Hubungan antar kompensasi eksekutif dan pencapaian tujuan non keuangan

Panasonic: Tidak ada

Philips: Tidak ada

3.6 Struktur organisasi dan tanggung jawab individu atas kesalahan, pelaksanaan, dan audit ekonomi, lingkungan, sosial dan kebijakan-kebijakan yang berhubungan.

Panasonic: Matsushita memiliki auditor perusahaan dan Dewan Audit Perusahaan yang terpisah dan independen dari direktur perusahaan dan Dewan Direktur. Kewajibannya adalah untuk mengawasi aktivitas direktur di dalam perusahaan.

Philips: Pemenuhan terhadap prosedur-prosedur internal secara menyeluruh diawasi oleh *Supervisory Board* dan komite auditnya, yang ditempatkan untuk memperbaiki dan mempublikasikan hasil-hasil keuangan dan informasi keuangan tambahan.

3.7 Misi /nilai/codes of conduct/prinsip-prinsip dan status implementasi

Panasonic:

Misi Matsushita dalam mencapai *Sustainable Society* adalah memberikan kontribusi berupa produk dan pelayanan dengan berfikir dan bertindak berdasarkan sudut pandang konsumen dan kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen terdiri dari rumah dan gaya hidup (terpenuhi atas makan, pakaian, rumah dan kesehatan, keuangan yang terjamin), komunitas (membuat hubungan dengan komunitas, jaminan keamanan publik, peningkatan pendidikan generasi muda), sistem sosial (respon terhadap masyarakat yang semakin bertambah umur, mendukung cara kerja yang baru, perkembangan industri baru), komunitas internasional (pemberantasan kemiskinan, pertumbuhan yang harmonis berasama-sama dengan masyarakat internasional), lingkungan global (mencegah pemanasan global, melindungi lapisan ozon, penanaman hutan, mencegah pengurangan sumber-sumber).

Code of Conduct

Di tahun 1992, Panasonic mengeluarkan *The Code of Conduct* yang berisi tentang hal-hal yang akan diamati secara khusus dan digunakan sebagai kriteria untuk

memberikan panduan dalam menerapkan filosofi manajemen Matsushita. Pada tahun 1998 dilakukan review secara menyeluruh dalam menanggapi globalisasi dan perubahan dalam sistem nilai. Dengan masuknya hukum dan peraturan yang berbeda-beda dari Negara atau wilayah, Matsushita mulai menggunakan standar global. *Code of conduct* ini akan terus mengalami revisi agar dapat merespon tantangan sosial termasuk globalisasi yang intensif dan teknologi informasi yang semakin maju.

Philips: Misi dari Philips adalah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia, dengan fokus pada kesehatan, gaya hidup dan teknologi. Tantangan yang dihadapi oleh Philips adalah tantangan dalam memperluas jangkauan ke pasar-pasar yang baru dan peluang bisnis baru dengan *sustainability* sebagai kunci pendorong. Hal ini termasuk model bisnis baru yang memberikan kemungkinan dalam memberikan satu jalan berarti dan *sustainable* bagi kualitas hidup dari 4 milyar orang didunia yang terletak di rangking bawah dalam piramida ekonomi, yaitu yang berpenghasilan kurang dari \$ 1500 setahun. Nilai- nilai Philips yaitu

- Menyenangkan konsumen
- Menghantarkan komitmen
- Mengembangkan masyarakat
- Bergantung satu sama lain

Code of Conduct: General Business Principles (GBP)

Philips melakukan review dan pembahasan kembali tentang GBP selama tahun 2003. seluruh aktivitas perusahaan harus memenuhi GBP. Pada tahun 2004, dikembangkan buku kumpulan kasus-kasus yang berisi tentang dugaan pelanggaran-pelanggaran aktivitas-aktivitas perusahaan terhadap GBP.

3.8 Mekanisme bagi *shareholders* untuk memberikan rekomendasi atau arahan bagi Dewan Direktur

Panasonic: Tidak ada

Philips:

- Melalui Rapat Umum Pemegang Saham. Setiap pemegang saham memiliki hak yang sama dalam RUPS. Pemegang saham memiliki hak untuk mengajukan masalah-masalah yang akan dibahas dalam RUPS.
- Philips menyediakan jaringan komunikasi bagi pemegang saham. Jaringan komunikasi tersebut digunakan untuk memudahkan komunikasi antara perusahaan-perusahaan sekutunya dengan pemegang sahamnya. Pada tahun ini Philips menggunakan jaringan tersebut sebagai media untuk menyebarkan agenda RUPS.

Stakeholder engagement

3.9 Dasar untuk pengenalan dan pemilihan *stakeholder-stakeholder* utama

Panasonic: Tidak ada

Philips: Philips melakukan dialog dengan *stakeholder*, sehingga perusahaan dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam membantu mengelola masalah-masalah yang penting bagi *stakeholder* dan kegiatan bisnis *stakeholder*. Untuk memahami *stakeholder* secara lebih baik, Philips melakukan *reputation study* pada tahun 2003, yang terdiri dari wawancara dengan *stakeholder-stakeholdernya* di seluruh dunia.

3.10 Pendekatan-pendekatan dalam melakukan konsultasi dengan *stakeholder* yang dilaporkan dalam hal frekuensi konsultasi berdasarkan tipe dan kelompok *stakeholder*

Panasonic: Menyelenggarakan “*Meeting for Reading the Sustainability Reporting*”, dalam pertemuan itu Panasonic memberikan kuesioner kepada para *stakeholder* tentang kemampuan mereka dalam memahami *Sustainability Reporting*.

Philips:

- *Customer:* survey B2C (*trend*, kepuasan pelanggan, penelitian), pemecahan masalah tentang komplain dari pelanggan. Survey B2B (mengembangkan strategi perusahaan dan mengembangkan penelitian perusahaan).
- Tenaga kerja: survei yang mengikutsertakan tenaga kerja (survei tentang “*Responsible Transformation in Europe*”), menyelenggarakan *The European Philips Forum* yang membahas masalah ketenagakerjaan, memberikan pelatihan kepada tenaga kerja melalui *Core Curriculum* dan *Functional Core*

Curricula. Pelatihan bertujuan agar tenaga kerja Philips mempelajari sesuatu dengan cepat, dapat mengembangkan dirinya, dan menyesuaikan diri dengan lingkungan yang sangat cepat berubah.

- *Supplier*: setiap tahun Philips menyelenggarakan *analists days* bagi Divisi Utama Produk Philips, yang diikuti oleh para *broker* (pedagang perantara), Philips menyelenggarakan *Global Supplier Forum I* pada tahun 2004, yang dimaksudkan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan *supplier-supplier* utama perusahaan Philips. Pada tahun 2003 juga dilaksanakan *Supplier Sustainability Involvement Program*. Pada tahun 2003 dan 2004 Philips mengirimkan *Philips Supplier Declaration on Sustainability* kepada *supplier-supplier*nya. Philips menggunakan pendekatan *Supplier Certification* dalam memilih *supplier* kunci yang paling bagus kinerja *sustainability*-nya. Philips juga mengembangkan *Philips Global Supplier Rating System* ke seluruh perusahaan. Pada saat ini telah digunakan di *Optical Storage*, *Lighting* dan *Consumer Electronics*. Sistem berbasis web ini memungkinkan kita untuk mengarahkan *supplier* ke dalam 6 dimensi kunci yaitu kualitas, kecepatan pengiriman, biaya, keterbukaan dalam menerima kritik, pengembangan dan *sustainability*.
- *Investor*: Pelaksanaan Rapat Umum Pemegang Saham setiap tahun, yang digunakan untuk meminta pertanggungjawaban dewan manajemen dan dewan pengawas.

3.11 Tipe-tipe informasi yang dihasilkan dari konsultasi dengan *stakeholder*.

Panasonic: Berdasarkan kuesioner, 36% *stakeholder* dapat memahami *Sustainability Reporting*, 59% dapat memahami dalam tingkat rata-rata, dan 5% *stakeholder* tidak dapat memahami *Sustainability Reporting*.

Philips: Informasi yang diperoleh adalah informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan, jenis-jenis pelayanan yang perlu diperbaiki oleh perusahaan, mengetahui permintaan dan kebutuhan masyarakat, mengetahui kinerja *sustainability supplier-supplier*-nya, kritik tentang kinerja manajemen dan keputusan untuk tetap mempertahankan atau mengganti manajemen.

3.12 Manfaat dari informasi yang dihasilkan dengan mengikutsertakan *stakeholder*

Panasonic: Digunakan untuk melakukan perbaikan terhadap *Sustainability Reporting* yang diterbitkan selanjutnya.

Philips: Memberikan masukan bagi peningkatan kinerja Philips dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan.

***Overarching policies* dan sistem manajemen**

3.13 Penjelasan bagaimana prinsip-prinsip yang berhubungan dengan pencegahan diarahkan oleh kebijakan-kebijakan organisasi.

Panasonic: Adanya *The Charter of Matsushita Electric Occupational Safety and Health* yang terdiri dari *Occupational safety and Health Declaration* dan *Guideliness for Occupational Safety and Health*. Kebijakan ini diterbitkan sebagai usaha yang konsisten untuk membangun tempat kerja yang aman dan menyenangkan dalam memastikan kesehatan fisik dan mental dari seluruh tenaga kerja.

Philips:

- melalui tradisi tentang kebijakan lingkungan selama lebih dari 30 tahun, Philips dipandu oleh prinsip dasarnya yaitu mencegah lebih baik daripada mengobati.
- *The Philips Sustainability Policy* yang merupakan elemen dasar bagi seluruh kegiatan operasi Philips.
- *Occupational Health and Safety Policy* yang merupakan kebijakan Philips dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi seluruh tenaga kerjanya, pekerja sewa, dan pengunjung.

3. 14 Sumbangan terhadap pengembangan eksternal/ *voluntary charter/* prinsip-prinsip/gagasan-gagasan.

Panasonic: Tidak ada

Philips: Adanya *Shareholder Communication, Shareholder meetings, Shareholder Communication Channel*, dan *General Business Principles*.

3.15 Industri utama dan keanggotaan perkumpulan bisnis

Panasonic: Tidak ada

Philips: Philips tergabung dalam *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merupakan perkumpulan perusahaan-perusahaan internasional yang berkomitmen terhadap *sustainable development* melalui 3 pilar yaitu pertumbuhan ekonomi, keseimbangan ekologi, dan proyek-proyek sosial.

3.16 Kebijakan-kebijakan/sistem-sistem untuk manajemen *supply chain* dan pengelolaan produk

Panasonic:

- Mengurangi bahan-bahan berbahaya dalam produk-produknya.
- Meluncurkan *Green Product*.
- Menemukan suatu metode untuk menunjukkan pengaruh dari sebuah produk terhadap lingkungan selama siklus hidupnya dari penambangan suatu material sampai pemrosesan produk, digunakan dan dibuang yang disebut sebagai *Ecological Rucksack*.
- Menggunakan kemasan dengan bahan yang memiliki pengaruh yang lebih sedikit terhadap lingkungan, dan mendaur ulang bahan kemasan.
- Melakukan proses daur ulang, rata-rata daur ulang mencapai 99%.
- Menciptakan *Household Fuel Cell Cogeneration System*, yaitu menghasilkan energi listrik dari reaksi kimia antara hydrogen dan oksigen sebagai sumber energi bagi alat-alat rumah tangga.

Philips:

- Melalui aktivitas *Eco Design* yang salah satunya adalah mengganti dan menekan penggunaan bahan-bahan berbahaya dalam produk.
- Proyek Apparatur yaitu proyek penarikan kembali dan daur ulang produk-produk Philips.
- Meluncurkan produk-produk *Green Flagship*.

3.17 Pendekatan untuk mengatasi pengaruh tidak langsung yang dihasilkan dari aktivitas-aktivitas perusahaan.

Panasonic:

- Menciptakan *Household Fuell Cell Cogeneration System*.
- Meluncurkan *Green Product*.

Philips:

- Mengembangkan *Eco Design* yaitu produk-produk yang hemat energi dalam penggunaannya yang disebut sebagai *Green Flagship*.

3.18 Keputusan utama yang berhubungan dengan lokasi atau perubahan operasi

Panasonic: Tidak ada

Philips: Pada bulan September 2004, Philips memutuskan untuk memindahkan kantor pusatnya di Inggris dari Croydon ke Guilford dan Redhill. Philips

membentuk *The Croydon Commitment* yang merupakan perkongsian bisnis lokal, organisasi dan kelompok yang bekerja bersama membantu kelangsungan hidup dan perkembangan Croydon. Untuk membangun koalisi ini, Philips bekerja sama dengan *The Croydon Strategic Partnership* (CSB).

3.19 Program-program dan prosedur-prosedur dalam memperbaiki kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial.

Panasonic: Tidak ada

Philips:

- Pada tahun 2005, Philips menyusun agenda manajemen untuk *sustainability*. Topik-topik yang dijadikan perhatian adalah: indikator-indikator tenaga kerja (jam kerja, HIV/AIDS, gaji/upah, *collective bargaining*, non diskriminasi, pekerja anak-anak, hak mendapatkan libur dan cuti, pelatihan dan pendidikan), laporan manajemen tentang resiko dan kesesuaian dan program lingkungan Philips selanjutnya yang bernama *Eco Vision* 2006-2009.
- Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang *stakeholder-stakeholdernya*, Philips melakukan *Reputation Study* pada tahun 2003.
- *Environmental Action Program (Eco Vision 2002-2005)* yang terdiri dari perbaikan produk dan perbaikan proses.

3.20 Status sertifikasi tentang sistem ekonomi, lingkungan dan sosial.

Panasonic: Sertifikasi ISO 14001 yang telah diterima perusahaan-perusahaan Panasonic di seluruh dunia yaitu Jepang sebanyak 83 sektor, Amerika sebanyak 29 sektor, Eropa sebanyak 17 sektor, Asia sebanyak 64 sektor dan Asia Timur sebanyak 44 sektor.

Philips: tiga sektor dalam Philips semikonduktor mendapatkan sertifikasi OHSAS 18001. Pada tahun 2004, unit perusahaan yang mendapatkan sertifikasi ISO 14001 mengalami peningkatan menjadi 92%.

INDIKATOR-INDIKATOR KINERJA

1. INDIKATOR KINERJA EKONOMI

a. Customers

EC1 Net Sales

Panasonic:

Net sales sebesar 7,479 miliar yen, meningkat 1% dari tahun 2002.

Philips :

Net sales Philips sebesar 30, 319 juta euro.

EC2 Perincian pasar menurut geografis

Panasonic:

Tidak terdapat perincian pasar menurut geografis, hanya terdapat perincian *net sales* menurut geografis. Asia, China, dan lainnya sebesar 1.595,2 milyar yen (21%), Eropa sebesar 1.080,1 milyar yen (15%), Amerika sebesar 1.326,9 milyar yen (18%), Jepang sebesar 3.477,5 milyar yen (46%).

Philips : Tidak terdapat perincian pasar menurut geografis, hanya terdapat perincian *net sales* menurut geografis. Eropa termasuk Belanda sebesar 11.932 juta euro, Asia Pasifik sebesar 8.023 juta euro, Amerika dan Kanada sebesar 7.448 juta euro, Amerika Latin sebesar 1.513 juta euro dan Afrika sebesar 202 juta euro.

b. Supplier

EC3 Biaya semua barang-barang, material-material dan pelayanan-pelayanan yang dibeli

Panasonic : Tidak ada

Philips: jumlah produk dan jasa yang dibeli pada tahun 2004 sebesar 20 miliar euro.

EC4 Persentase kontrak yang dibayar sesuai dengan kerangka perjanjian tidak termasuk *penalty*

Panasonic: Tidak tersedia

Philips: Tidak tersedia.

c. Karyawan

EC5 Total daftar gaji dan keuntungan-keuntungan (termasuk upah, pensiun, keuntungan-keuntungan lainnya dan *redundancy payments* yang diperinci menurut negara atau wilayah)

Panasonic:

Tidak tersedia, hanya dicantumkan jumlah karyawan menurut wilayah yaitu China 17%, Asia 30%, Eropa 4%, Amerika 9%, dan Jepang 40%.

Philips: Total jumlah gaji yang dikeluarkan pada tahun 2004 adalah sebesar 7, 115 juta Euro yang terdiri dari: gaji dan upah sebesar 5.932 juta Euro, biaya pensiun sebesar 284 juta Euro, jaminan sosial lainnya dan beban sejenis yang diminta oleh hukum sebesar 769 juta Euro dan secara sukarela sebesar 130 juta euro.

d. Penyedia Modal

EC6 Distribusi penyedia modal diperinci menurut *bunga pinjaman* dan *pinjaman* serta deviden pada semua tingkat

Panasonic: Total *cash dividen* untuk tahun 2003 adalah 14, 00 yen per lembar saham.

Philips: Pembayaran bunga pada tahun 2004 sebesar 258 juta euro, menurun dari tahun 2003 sebesar 328 juta euro yang disebabkan oleh penurunan utang.

Dividen yang dibayarkan pada tahun 2004 sebanyak 460 juta euro atau 0,36 euro/saham yang tidak mengalami perubahan dari tahun sebelumnya.

EC 7 Peningkatan atau penurunan pada *retained earnings* pada akhir periode.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Tidak ada

e. Sektor publik

EC 8 Jumlah dari semua tipe pajak yang dibayarkan, diperinci menurut negara.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Tidak ada

EC 9 Subsidi-subsidi yang diterima, diperinci menurut negara atau wilayah.

Panasonic: Tidak ada

Philips: Tidak ada.

EC 10 Bantuan untuk komunitas, masyarakat sosial, dan kelompok-kelompok lainnya diperinci dalam kerangka kas dan jenis-jenis bantuan menurut tipe kelompok.

Panasonic: Menyebutkan jumlah dana yang dikeluarkan untuk investasi sosial yaitu sebesar 10.658.000 yen, untuk 46 proyek. Proyek kesejahteraan sosial mengeluarkan dana sebesar 5.792.400 yen (25 proyek), proyek konservasi lingkungan mengeluarkan dana sebesar 2.317.000 yen (10 proyek), proyek pertukaran dan kerjasama internasional mengeluarkan dana sebesar 2.085.260 yen (9 proyek), penanggulangan bencana alam mengeluarkan dana sebesar 231.700 yen (1 proyek), serta proyek kesenian dan kebudayaan sebesar 231.700 yen (1 proyek).

Philips: Philips hanya menyebutkan jumlah dana yang dikeluarkan untuk membiayai proyek-proyek sosialnya di Jepang yaitu sebesar 9 juta euro.

2. INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN

a. Material

EN 1 Jumlah keseluruhan material yang digunakan selain bahan bakar dan air berdasarkan tipenya

Panasonic: Metal sebanyak 133.000 ton, plastik sebanyak 78.000 ton, kaca sebanyak 36.000 ton, material lainnya 31.000 ton, bahan pembungkus sebanyak 54.000 ton. Bahan-bahan kimia yang digunakan sebanyak 67.000 ton.

Philips : Tidak ada

EN 2 Persentase bahan-bahan yang digunakan yang dibuang (yang sudah diproses maupun yang belum diproses) dari sumber-sumber eksternal untuk organisasi pelapor. Mengacu pada material yang *direcycle* yang telah digunakan oleh konsumen dan sampah industri.

Panasonic: Metal sebanyak 42.000 ton, kaca sebanyak 11.000 ton, *fluorocarbon* sebanyak 212 ton, dan lainnya sebanyak 3.000 ton.

Philips: Tidak ada

b. Energi

EN 3 Penggunaan energi secara langsung yang dibagi berdasarkan sumber-sumber utama

Panasonic:

Kegiatan *manufacturing* menggunakan listrik sebesar 2,16 milyar kWh, minyak sebanyak 60.000 kl, gas sebanyak 210 juta m³.

Philips :

Penggunaan energi secara total sebesar 28.4 PJ. Mengalami penurunan sebesar 6% dibandingkan tahun 2003. *Lighting* dan Semikonduktor masing-masing menggunakan 43% energi. Penggunaan energi secara total mengalami penurunan sebesar 26 % dibandingkan tahun 2001, Philips telah melebihi target yang direncanakan dalam *Eco Vision* sebesar 10%. Energi yang digunakan tersebut terdiri dari energi listrik sebesar 76% , penggunaan energi listrik ini mengalami

kenaikan 2 % dibandingkan tahun 2003. Penggunaan gas sebesar 20 % dan penggunaan energi lainnya, yaitu minyak dan batu bara sebesar 4%.

EN 4 Penggunaan energi secara tidak langsung

Panasonic: Energi yang digunakan selama pemakaian produk-produk Panasonic sebesar 27, 29 milyar kWh, yang berupa energi listrik.

Philips: Philips tidak menjelaskan besarnya jumlah energi yang digunakan secara tidak langsung. Philips hanya menjelaskan bahwa penggunaan energi secara tidak langsung berasal dari penggunaan energi oleh konsumen terhadap produk-produknya di seluruh dunia.

c. Air

EN 5 Total pemakaian air

Panasonic : 42 juta m³

Philips: Jumlah air yang digunakan pada tahun 2004 sebanyak 15 juta m³, meningkat 1% dibandingkan tahun 2003. *Lighting* dan semikonduktor menggunakan air yang paling besar yaitu 87%.

d. Biodiversity

EN 6 Letak dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dan dikelola dalam *biodiversity rich habitat*

Panasonic: Tidak ada

Philips: Tidak ada

EN 7 Gambaran tentang dampak-dampak utama pada *biodiversity* yang dihubungkan dengan aktivitas-aktivitas dan atau produk-produk dan pelayanan pada *terrestrial* (yang berhubungan dengan bumi, *fresh water*, dan lingkungan laut)

Panasonic: Terjadinya pemanasan global, berkurangnya sumber-sumber daya alam, pencemaran yang disebabkan oleh bahan-bahan kimia, baik pencemaran tanah maupun air.

Philips : Tidak ada

e. Emisi, *effluents*, pembuangan

EN 8 Emisi gas *green house*

Panasonic: Total emisi 4,23 juta GWP ton CO₂/tahun, yang terdiri dari karbondioksida di luar Jepang sebesar 2,36 juta ton (56%), Karbondioksida di Jepang sebesar 1,45 juta ton (34%), *Perfluorocarbons* (PFCs) sebesar 340.000 ton (8%), *Sulfur hexafluoride* (SF₆) sebesar 50.000 ton (1%) dan *Hydrofluorocarbons* (HFCs) sebesar 30.000 ton (1%).

Philips: Jumlah emisi CO₂ yang dihasilkan secara langsung sebesar 339 kiloton. 77% nya diakibatkan oleh divisi *Lighting*. Terjadi penurunan sebesar 32 kiloton

dibandingkan tahun 2001. Philips membuat rincian emisi CO₂ berdasar wilayahnya.

EN 9 Pemakaian dan emisi-emisi yang merusak lapisan ozon berdasarkan pada *Montreal protocol* yang menetapkan penggunaan bahan-bahan yang merusak lapisan ozon di lapisan *stratosphere* yaitu CFCs, haloris, *carbon tetra klorida*, *methyl chloroform* untuk kegiatan konsumsi maupun produksi

Panasonic : Kegiatan *manufacturing* menghasilkan CO₂ sebesar 1,45 juta ton CO₂. Kegiatan marketing dan logistik menghasilkan CO₂ sebesar 98.000 ton CO₂. Penggunaan produk-produk Panasonic menghasilkan emisi CO₂ sebesar 11,1 juta ton CO₂.

Philips:

Philips membagi bahan kimia menjadi tiga. Zat-zat yang digunakan dalam indikator ini termasuk dalam kategori 1. Philips tidak menjelaskan besarnya penggunaan masing-masing zat dalam kegiatan produksinya, namun Philips hanya menjelaskan besarnya penggunaan zat per kategori. Penggunaan zat-zat kategori 1 termasuk zat-zat yang menyebabkan emisi yang merusak lapisan ozon sebesar 17 ton. Jumlah ini mengalami penurunan 63% dibandingkan tahun 2003. 80% dari jumlah tersebut disebabkan oleh divisi Semikonduktor di Shanghai.

EN 10 NO_x, SO_x, dan emisi udara penting lainnya menurut tipe

Panasonic :NO_x sebesar 1183 ton, SO_x sebesar 105 ton

Philips: Tidak ada.

EN 11 Jumlah sampah/limbah menurut tipe/ dan tujuan.

Mengacu pada metode apa yang digunakan untuk menanggulangi sampah, termasuk pembuatan kompos, penggunaan kembali, daur ulang, pembakaran, atau penguburan.

Panasonic: Jumlah sampah yang dihasilkan sebesar 211. 908 ton.

Panasonic menggunakan metode daur ulang dan pemakaian kembali komponen-komponen atau bahan-bahan dari produk yang telah habis pakai sebagai bahan untuk membuat produk yang baru, konsep ini bernama "*from product to product*". Konsep ini dikembangkan oleh Panasonic bersama dengan METEC (*Matsushita Eco Technology Center*) yaitu pusat daur ulang dan pengujian produk-produk Matsushita. Rata-rata sampah yang didaur ulang sebesar 99%.

Philips : jumlah sampah yang dihasilkan pada tahun 2004 sebesar 150 kiloton terdiri dari 22% sampah tidak berbahaya, 6% sampah berbahaya dan 72% sisanya (107 kiloton) dikirim ke pabrik daur ulang untuk di daur ulang.

EN 12 Significant discharge ke air menurut tipenya

Panasonic: Panasonic hanya menyebutkan adanya kasus yang berhubungan dengan limbah yaitu sebanyak 7 kasus.

Philips : Philips tidak menjelaskan tentang zat-zat yang dilepaskan ke air, namun hanya menyebutkan bahwa penurunan emisi zat yang dibuang ke air sebesar 67% dari 17 ton jumlah zat yang dilepaskan.

EN 13 Bahan-bahan kimia, minyak dan gas yang tumpah dalam jumlah total dan total volume (beserta dampak).

Panasonic: Tidak ada.

Philips : Philips tidak menjelaskan tentang jenis zat yang tumpah dan besarnya namun hanya menyebutkan adanya kasus tentang emisi zat kategori 1 sebesar 3 kasus dan kategori 3 sebesar 2 kasus.

f. Produk dan Jasa

EN 14 Dampak lingkungan yang penting dari produk dan service utama

Panasonic: Panasonic tidak menyebutkan secara jelas tentang dampak lingkungan dari produk-produknya, namun lebih banyak melaporkan tentang target dan program-programnya dalam mengatasi dampak-dampak lingkungan.

Philips: Tidak menyebutkan besarnya dampak yang ditimbulkan, namun hanya menguraikan masing-masing produk utamanya. Hal-hal yang diuraikan adalah

energi yang digunakan, jumlah bahan yang digunakan untuk kemasannya, besarnya bahan berbahaya yang digunakan, dan beratnya.

EN 15 Persentase berat produk yang sudah tidak terpakai lagi yang dapat didaur ulang.

Panasonic: Hanya mencantumkan rata-rata kemampuan mendaur ulang produk yang tidak terpakai, yaitu sebesar 99%.

Philips: Tidak ada

g. Pemenuhan

EN 16 Kejadian dan denda yang diakibatkan oleh pelanggaran-pelanggaran yang berhubungan dengan masalah-masalah lingkungan

Panasonic: Tidak ada.

Philips:

Denda yang dikeluarkan Philips sebesar 20.276 euro.

Terdapat 19 kejadian pada tahun 2004 yang dikelompokkan menjadi 6 yaitu masalah sampah sebanyak 1 kasus, pencemaran air sebanyak 7 kasus, pencemaran tanah sebanyak 4 kasus, kebakaran sebanyak 2 kasus, emisi zat-zat kategori 1 atau zat-zat yang berbahaya sebanyak 3 kasus, dan zat-zat kategori 3 yaitu zat-zat yang memiliki dampak kecil terhadap lingkungan sebanyak 2 kasus.

3. KINERJA SOSIAL

Praktek-praktek perburuhan dan pekerjaan yang layak

a. Pekerjaan

LA 1 Perincian mengenai tenaga kerja menurut wilayah/negara, status (karyawan/non karyawan), tipe pekerjaan (*full time/part time*) dan menurut kontrak pekerjaan (tidak tertentu atau *permanent/tetap* atau *temporary*). Juga mengidentifikasi tenaga kerja yang dipakai bersama dengan karyawan-karyawan lainnya (agen pekerja sementara atau karyawan dalam hubungan pekerjaan) dibagi menurut wilayah atau negara.

Panasonic: Matsushita hanya menyajikan tenaga kerja Matsushita berdasarkan negaranya.

Philips: Pada akhir tahun 2004, jumlah tenaga kerja Philips sebanyak 161.586 orang.

Tenaga kerja berdasarkan sektor bisnis, pada akhir tahun 2004 yaitu *Lighting* sebesar 44.004 karyawan, Semikonduktor sebesar 35.116 karyawan, *Medical Systems* sebesar 30.790 karyawan, aktivitas lain sebesar 23.869 karyawan, *Consumer Electronics* sebesar 16.993 karyawan, *Domestic Appliances and Personal Care* sebesar 8.205 karyawan dan tidak dialokasikan sebesar 2.609 karyawan.

Tenaga kerja berdasarkan area geografis, pada akhir tahun 2004 yaitu Asia Pasifik sebanyak 31%, Eropa Barat kecuali Belanda sebanyak 19%, Belanda, sebanyak

17%, Amerika dan Kanada sebanyak 17%, Amerika Latin sebanyak 9%, Eropa Selatan sebanyak 7% dan Afrika kurang dari 1%.

Tenaga kerja menurut area fungsional pada akhir tahun 2004 yaitu: Produksi sebanyak 53%, Komunikasi dan Umum sebanyak 20%, *Temporary* sebanyak 14%, *Research and Development* sebanyak 13%.

LA2 *Net employment creation* dan *average turnover* yang dibagi menurut wilayah atau negara.

Panasonic: Tidak ada

Philips: Jumlah karyawan pada akhir bulan Desember 2004 sebanyak 161.586, menurun sebesar 2.852 pada bulan Desember 2003. penurunan tersebut paling dipengaruhi oleh divestasi NAVTEQ (Agustus 2004), yang mengurangi 1.546 karyawan dan divestasi pada *Consumer Electronics* di Kwidzyn, Polandia pada bulan Desember 2004, mengurangi karyawan sebanyak 923 orang.

b. *Labour Managemnt Relation* (hubungan buruh dengan Manajemen)

LA3 Persentase dari karyawan yang ditunjukkan oleh organisasi perkumpulan perdagangan independen atau perwakilan karyawan yang bisa dipercaya dibagi secara geografis atau persentase karyawan yang dicakup dengan persetujuan-persetujuan kolektif dibagi menurut wilayah/negara.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Tidak ada

LA4 Kebijakan dan prosedur yang melibatkan informasi, konsultasi dan negosiasi dengan karyawan-karyawan selama terjadi perubahan dalam melaporkan operasi organisasi (restrukturisasi)

Panasonic: Matsushita menerapkan manajemen partisipatori, dimana karyawan dapat memonitor manajemen dan mendiskusikan kegiatan bisnis secara keseluruhan dan segala hal yang berhubungan dengan pekerjaan mereka.

Philips : Pada tahun 2004 di bentuk satuan tugas tentang “*Responsible Transformation*”. Satuan tugas tersebut terdiri dari manajemen dan tenaga kerja. Satuan tugas tersebut mereview praktek-praktek yang berkaitan dengan masalah-masalah transformasi di Eropa dan mengangkat masalah-masalah yang berhubungan dengan tenaga kerja.

c.Kesehatan dan keselamatan

LA 5 Praktek pencatatan dan pemberitahuan yang berhubungan dengan kecelakaan serta penyakit-penyakit, dan bagaimana mereka memenuhi kode ILO mengenai praktek dalam pencatatan dan pemberitahuan yang berhubungan dengan kecelakaan serta penyakit.

Panasonic:

- Pernyataan tentang Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja: Pada FY'03 Matsusita meningkatkan keselamatan dengan menggunakan peralatan yang aman dan meningkatkan sensitifitas karyawan akan resiko. Panasonic membuat standar kesehatan yang independen, melakukan langkah-langkah antara lain dengan mengurangi penggunaan zat-zat berbahaya di dalam produk-produknya. Usaha-usaha pokok tersebut merupakan sistem manajemen keselamatan dan kesehatan Panasonic. Usaha tersebut menghasilkan penurunan 37% kecelakaan di Jepang, dan pada tahun 2002 jumlah tempat kerja yang membutuhkan perbaikan menurun sampai 38%.
- Dukungan kesehatan *supplier* dan Keselamatan Manajemen: Matsusita mendukung konferensi kesehatan dan keselamatan serta usaha-usaha dalam melakukan pemeriksaan kesehatan *supplier* dan inisiatif keselamatan. Hal-hal yang berhubungan dengan lingkungan kerja, kesehatan serta keselamatan dimasukkan dalam unsur-unsur yang dinilai dalam program *Award* yang diselenggarakan oleh Panasonic bagi para *supplier*. Program *Award* ini dilaksanakan secara rutin, dan diberikan kepada *supplier* yang cerdas dan telah bekerja untuk meningkatkan kesadaran tentang masalah-masalah tersebut.
- Matsushita 21 yang sehat: Pada FY'03, program-program difokuskan pada masalah merokok dengan merancang ruangan untuk merokok yang terpisah,

dan meningkatkan pendidikan anti merokok. Kegiatan-kegiatan seperti hari anti rokok Matsushita dan *Rally* bebas rokok dapat menurunkan secara tetap persentase perokok.

- Tanggapan terhadap penyakit SARS dan Manajemen Resiko: 5 karyawan pada 2 pabrik di Beijing terkena SARS pada bulan Mei 2003. Matsushita kemudian meliburkan pabrik selama 2 minggu sampai tempat tersebut dinyatakan bebas SARS.

Philips: Pada tahun 2004, Philips melakukan langkah-langkah penting dalam menerapkan program standar pengumpulan data dan pelaporan data tentang kesehatan dan keselamatan di seluruh perusahaan. Philips mengadakan pelatihan dan juga melakukan internal dan eksternal audit. Sebagai hasilnya, Philips menyajikan laporan tersebut dalam dua parameter yaitu *lost work time rate* dan *lost work day injuries*.

LA6 Gambaran tentang komite formal kesehatan dan keselamatan yang terdiri dari perwakilan manajemen dan karyawan serta proporsi perwakilan tenaga kerja dalam komite.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Tidak ada

LA 7 Standar terjadinya luka-luka, *lost days*, rata-rata ketidakhadiran serta pekerjaan yang berhubungan dengan sesuatu yang fatal.

Panasonic: Tidak ada.

Philips: Pada tahun 2004, *lost work time rate* (tidak masuk kerja karena sakit, dinyatakan dalam persentase jam yang digunakan untuk bekerja secara kontrak) kurang lebih 2.4% di seluruh dunia.

Pada tahun 2004 tercatat sebesar 1070 kasus karyawan yang terluka dan tidak dapat bekerja setelah terluka (*lost work day injuries*). Hal ini disebabkan karena aktivitas industri dan aktivitas buruh dan keamanan.

Sistem pelaporan kesehatan dan keselamatan Philips tidak mencakup laporan tentang kematian tenaga kerja selama bekerja di Philips. Hal ini berarti bahwa tidak ada tenaga kerja yang meninggal selama menjalankan pekerjaannya.

LA 8 Gambaran tentang kebijakan atau program-program tentang HIV dan AIDS.

Panasonic: Tidak ada.

Philips: Tenaga kerja Philips yang mengidap HIV/AIDS diperlakukan sama dengan tenaga kerja lainnya. Tenaga kerja yang mengidap HIV/ AIDS yang masih mampu untuk bekerja, diperbolehkan untuk bekerja dengan adanya pengurangan pekerjaan yang mereka lakukan, sedangkan bagi yang tidak mampu bekerja lagi akan mendapatkan pensiun dan tetap mendapatkan asuransi medis dari Philips.

Philips melaksanakan *Employee Wellness Program* yang ditujukan kepada karyawannya. Melalui *Employee Wellness Program* ini, para karyawan mendapatkan penyuluhan tentang bahaya HIV/AIDS, dimana 2 pertemuan pertama diberikan secara gratis dan konsultasi berikutnya dibebankan ke asuransi medis masing-masing karyawan.

Petugas *Safety/First Aid* (keamanan/pertolongan pertama) dan staffnya telah diberi penyuluhan tentang HIV/AIDS dan dilatih untuk menghadapi kejadian-kejadian yang berhubungan dengan HIV/AIDS.

Philips Afrika Selatan membagikan kondom gratis kepada seluruh karyawannya, mendukung pemerintah Afrika Selatan dalam mengkampanyekan bahaya HIV/AIDS, mendukung Cotlands dalam memberikan perlindungan terhadap bayi-bayi yang orang tuanya meninggal karena HIV/AIDS, serta bergabung dengan *Love Life* yaitu sebuah organisasi yang menangani masalah-masalah yang berkaitan dengan HIV/AIDS di Afrika Selatan.

Di Brazil, Philips memberikan penyuluhan kepada generasi muda tentang bahaya HIV/AIDS dan kehamilan muda melalui proyek "*Donate Life*". Melalui proyek ini Philips telah memberikan penyuluhan kepada 69.000 pelajar.

d. Pelatihan dan Pendidikan

LA 9 Rata-rata jam pelatihan setiap karyawan per tahun menurut kategori karyawan

Panasonic :Tidak ada

Philips: Tidak ada

e. Keberagaman dan peluang

LA 10 Gambaran tentang peluang dan program-program yang seimbang dan juga monitoring untuk memastikan pemenuhan dan hasil monitoring

Panasonic:

- Panasonic secara aktif mempromosikan pengangkatan anggota staff lokal sebagai karyawan perusahaan Panasonic yang berada di luar negeri. Sebagai hasilnya, anggota staff lokal yang menjadi karyawan perusahaan Panasonic di luar negeri terus mengalami peningkatan.
- Panasonic juga aktif mempromosikan wanita untuk menduduki posisi yang bertanggung jawab. Jumlah wanita yang menduduki posisi pimpinan dalam perusahaan Panasonic terus bertambah secara teratur di Jepang.
- Panasonic berusaha untuk mempekerjakan orang-orang yang mempunyai kekurangan. Tahun 2004 mencapai 2,02%, yang merupakan persentase yang lebih besar dari yang disyaratkan oleh hukum sebesar 1,8%.

Philips : Pada *Sustainability Reporting Philips* tahun 2002, Philips menyatakan ingin meningkatkan persentase wanita dan tenaga kerja selain warga negara Belanda untuk menduduki posisi eksekutif utama. Philips ingin mencapai

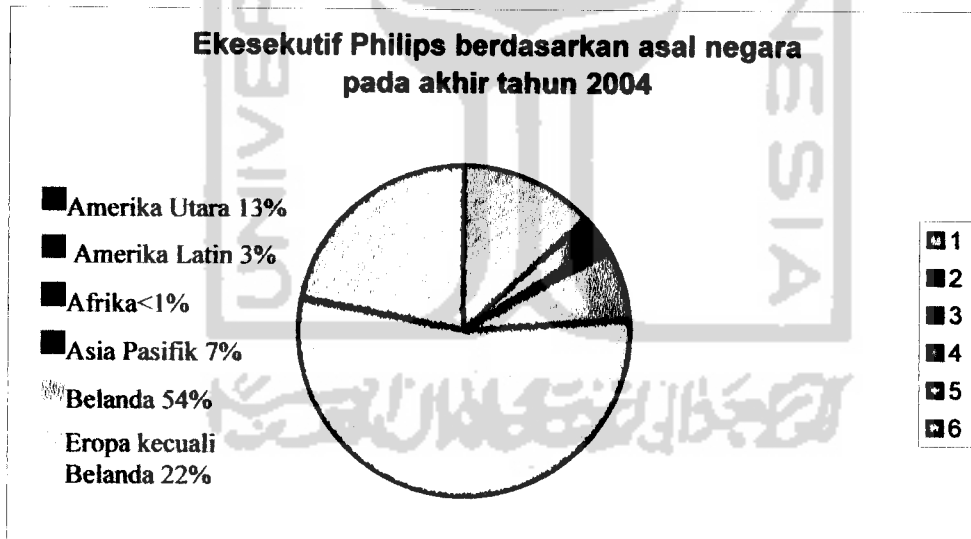
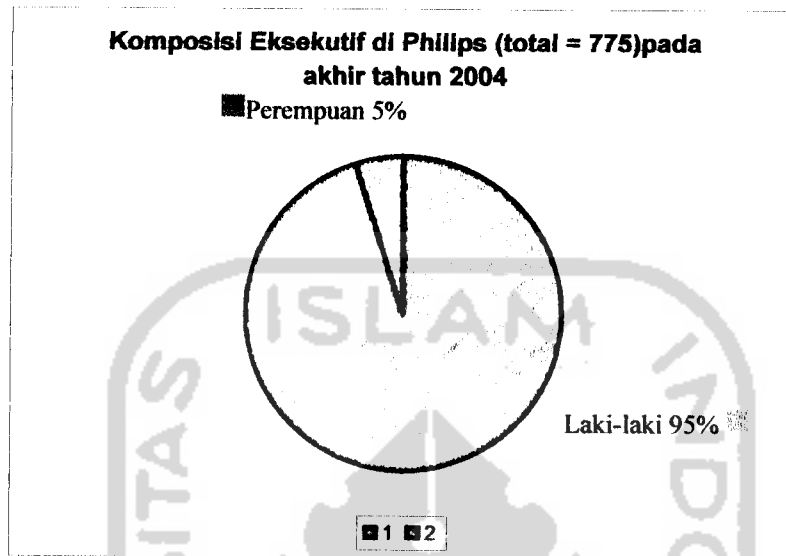
peningkatan 10% dalam 4 sampai 5 tahun ke depan. Pada tahun 2003 meningkat sebesar 5% dan tetap bertahan pada tahun 2004.

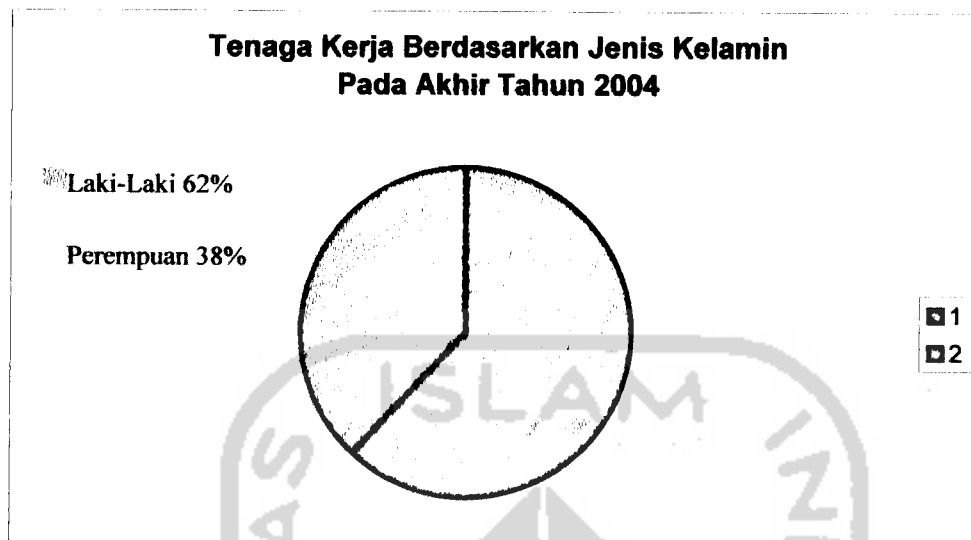
Persentase tenaga kerja wanita paling banyak di wilayah Asia sebesar 50% dan yang rendah yaitu EMEA (*Europe / Middle East /Africa*) sebesar 30 % dan Belanda sebesar 20%.

LA 11 Komposisi dari manajemen senior dan badan-badan yang memiliki kekuasaan dalam perusahaan (termasuk dewan direktur) termasuk rasio pria/wanita dan indikator keberagaman lainnya.

Panasonic: Anggota staff lokal dari perusahaan Matsushita diseluruh dunia yang diangkat sebagai pegawai meningkat dari tahun ke tahun, pada tahun 2003 sebesar 41 %. Matsushita secara aktif mempromosikan wanita untuk mendapatkan posisi yang penting , jumlah wanita yang berada di posisi penting terus tumbuh secara tetap di Jepang. Pada FY 03-04 sejumlah 1.571 (12%).

Philips:





Hak asasi manusia

a. Strategi dan Manajemen

HR1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan, pedoman-pedoman, struktur perusahaan dan prosedur-prosedur untuk menghadapi semua aspek-aspek tentang hak asasi manusia yang berhubungan dengan operasi, termasuk mekanisme monitoring dan hasil-hasilnya.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Philips melakukan pembaharuan terhadap GBP. Salah satu isi GBP yang diubah adalah mengenai HAM yang diatur sesuai dengan *Declaration of Human Right*, termasuk sejumlah ketentuan tentang pekerja anak-anak, kerja paksa, hak berkumpul, persetujuan kolektif, non diskriminasi, gaji yang sama dan adil serta jam kerja yang sesuai dengan ketentuan *ILO Core Convention*.

HR2 Bukti-bukti pertimbangan dari dampak-dampak Hak Asasi Manusia sebagai bagian dari investasi dan usaha untuk memperoleh keputusan-keputusan, termasuk pemilihan *supplier*/kontraktor.

Panasonic: tidak ada

Philips : Philips berfokus pada *supplier* yang sejalan dengan strategi perusahaannya. Philips mengirimkan *Philips Supplier Declaration on Sustainability* kepada *supplier-supplier*nya pada akhir tahun 2003 dan awal tahun 2004. Deklarasi tersebut menguraikan harapan Philips kepada *supplier-supplier*nya tentang sikap-sikap mereka terhadap lingkungan, kesehatan, keselamatan, dan kondisi tenaga kerja termasuk pekerja anak-anak dan praktek kerja paksa. Philips mengirimkan dokumen tersebut kepada 2.800 *supplier-supplier*nya. *Supplier* diminta untuk menyatakan persetujuannya untuk mengikuti hal-hal yang disebutkan dalam dokumen tersebut dengan mencantumkan tanda tangan dan stempel perusahaan.

HR3 Gambaran mengenai kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk mengevaluasi dan mengarahkan kinerja hak asasi manusia di dalam *supply chain* dan kontraktor, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil dari monitoring.

Panasonic: Tidak ada

Philips:

Supplier Declaration on Sustainability Philips antara lain berisi tentang hal-hal yang berhubungan dengan HAM, yang terdiri dari kesehatan dan keselamatan, pekerja anak-anak, hak untuk mendapatkan cuti dan libur, hak untuk berorganisasi dan diskriminasi.

Dalam hal kesehatan dan keselamatan, *supplier* diharapkan untuk melindungi kesehatan dan keselamatan tenaga kerja selama bekerja, antara lain dengan menciptakan tempat kerja yang aman dan sehat untuk mencegah kecelakaan dan penyakit, memperkecil kemungkinan ditemukannya material berbahaya dengan cara menerapkan sistem keamanan yang layak dan pengendalian yang efektif, menerapkan program-program dalam menanggapi keadaan darurat, serta menjamin kesehatan dan keselamatan seluruh tenaga kerja.

Selain itu Philips melarang penggunaan tenaga kerja anak-anak kepada seluruh *suppliernya*. *Supplier* harus memberikan hak untuk mendapatkan cuti dan libur kepada tenaga kerjanya dalam pembuatan produk-produk dan jasa-jasa bagi Philips. Philips juga meminta kepada *supplier* untuk menghormati kebebasan tenaga kerja mereka untuk bergabung dalam suatu organisasi (termasuk serikat buruh) tanpa paksaan dari *supplier* serta menghormati hak tenaga kerja untuk menjadi wakil dari serikat buruh atau organisasi buruh lainnya dan menyelesaikan masalah melalui negosiasi untuk mencapai kesepakatan.

b. Non-Diskriminasi

HR4 Gambaran tentang kebijakan global dan prosedur-prosedur untuk program-program yang mencegah semua bentuk-bentuk diskriminasi dan operasional, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring.

Panasonic:

Salah satu prinsip dasar Matsushita adalah *Merit system* (sistem yang bermanfaat) yaitu penunjukkan seseorang dilakukan tidak berdasarkan jenis kelamin, usia, negara, atau kewarganegaraan dan memberikan kompensasi berdasarkan keahlian serta memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi.

Philips :

Salah satu isi komitmen terhadap tenaga kerja dalam GBP Philips adalah perlakuan yang sama dan adil. Pada bagian tersebut dijelaskan bahwa setiap tenaga kerja memiliki kesempatan yang sama dan akan diperlakukan secara sama dalam hal pekerjaan dan jabatan tanpa memperhatikan latar belakang, ras, jenis kelamin, kewarganegaraan, umur, dan agama. Hal ini juga berlaku dalam hal penerimaan tenaga kerja. Philips berusaha untuk memberikan gaji yang sama untuk jenis pekerjaan yang sama pada tingkatan yang sama dan lokasi yang sama.

c. Kebebasan berkumpul dan persetujuan kolektif

HR5 Gambaran mengenai kebebasan berkumpul dan mengusahakan agar kebijakan ini diterapkan secara independen pada hukum lokal, dan juga deskripsi tentang prosedur-prosedur/ program-program untuk menunjukkan masalah ini.

Panasonic: Tidak ada

Philips : Dalam GBP Philips dijelaskan bahwa Philips mengakui dan menghormati kebebasan tenaga kerja untuk memilih bergabung dalam suatu organisasi. Philips juga menghormati hak tenaga kerja untuk menjadi wakil dari serikat buruh atau organisasi buruh lainnya.

d. Pekerja Anak-anak

HR6. Gambaran tentang pelarangan penggunaan pekerja anak-anak seperti dijelaskan pada konvensi ILO No 138 dan mengusahakan untuk menyatakan secara jelas dan menerapkan kebijakan /program-program yang berkaitan dengan masalah tersebut termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring

Panasonic: Tidak ada

Philips:

Hal yang berkaitan dengan masalah pekerja anak-anak terdapat dalam GBP Philips pada bagian kesepakatan umum. Pada bagian ini dinyatakan bahwa Philips tidak menggunakan pekerja anak-anak.

e. Hak untuk mendapatkan cuti dan libur bagi karyawan.

HR7. Gambaran tentang kebijakan dalam memberikan hak untuk mendapatkan cuti dan libur bagi karyawan dan mengusahakan untuk menyatakan secara jelas dan menerapkan kebijakan ini /program-program yang berkaitan dengan masalah ini termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring

Panasonic: Tidak ada

Philips:

Dalam GBP Philips disebutkan bahwa Philips telah memberikan hak bagi karyawan untuk memperoleh cuti dan libur terhadap para karyawannya.

Masyarakat

a. Komunitas

SO1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan untuk mengelola dampak-dampak pada komunitas yang dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas perusahaan dan juga mengenai prosedur-prosedur/ program-program menunjukkan masalah tersebut, termasuk sistem monitoring dan hasil monitoring.

Panasonic:

Dukungan dan aktivitas-aktivitas sukarela kepada masyarakat.

- Program pemberian bantuan keuangan sukarela. Program ini memberikan bantuan keuangan bagi organisasi non profit. Panasonic mencantumkan jumlah bantuan pada FY 03, menurut bidangnya. Total organisasi yang telah dibantu sebanyak 46 organisasi, dengan dana sebesar 10.658.000 yen.
- Melakukan kegiatan sosial bagi tuna netra. Kegiatan ini dilaksanakan setiap musim semi dan musim gugur sejak tahun 1999. Melalui kegiatan ini para tuna netra mengunjungi taman di Tokyo untuk menikmati keindahan burung menggunakan pendengaran dan ucapan. Kegiatan ini bekerjasama dengan *The Wild Bird Society of Japan* dan *The Japan Braille Library*.

Mendukung perkembangan diri, seni budaya

- *Kid Witness News* (KWN), merupakan program yang dilakukan oleh *Matsushita Electric Corporation of America* yang diluncurkan pada tahun 1989. Melatih dan mendidik anak-anak untuk melakukan sebuah liputan berita sendiri.
- Serial "*Shakespeare for Children*". Matsushita mendukung pementasan drama Shakespeare yang disesuaikan untuk penonton anak-anak dan dewasa oleh *Shakespeare Company for Children*.
- Matsushita bekerjasama dengan Nature Film Network menyelenggarakan penghargaan Film Japan Wildlife Festival.
- *The Japan Prize (Science and Technology Foundation of Japan)*. Diselenggarakan dengan bantuan pendirinya yaitu Konosuke Matsushita,

yang memberikan penghargaan kepada seseorang yang memiliki prestasi menonjol dalam bidang pengetahuan dan teknologi yang memberikan kontribusi penting untuk perdamaian dan kemakmuran.

- *The Matsushita Education Foundation* didirikan pada tahun 1973 dengan tujuan untuk mempromosikan pendidikan audio visual, penelitian dan pengembangan teknologi dalam menggunakan peralatan pengajaran audio visual, meningkatkan pengembangan pribadi melalui pendidikan audio visual. Pada tahun 2004, berubah menjadi *Matsushita Educational Foundation* yang memiliki misi yang baru untuk bekerja dengan teknologi informasi.
- Memberikan beasiswa kepada para pelajar di Asia untuk melanjutkan pendidikan di sekolah IPTEK di Jepang.

Hubungan dengan warga negara

- Mendirikan Rumah Sejarah Matsushita Elektrik. Memungkinkan anak-anak sekolah mendapatkan penjelasan tentang sejarah listrik atau produk elektronik.
- Aula tentang ilmu dan teknologi, yang menunjukkan produk-produk Matsushita yang berteknologi tinggi.
- Mendirikan pusat olah raga perusahaan. Matsushita mendukung tim perusahaan dalam olahraga *baseball*, *basket ball* dan *volley ball*.

Philips:

Philips menuangkan kebijakan sosialnya ke dalam *Social Investment Policy*. Philips menyatakan komitmennya untuk berperan aktif dalam komunitas, mendukung usaha dalam meningkatkan kehidupan manusia dengan berfokus pada pendidikan dan kesehatan, khususnya bagi masyarakat kurang mampu. Kebijakan Philips dalam *Social Investment Policy* antara lain adalah :

- Philips menggunakan sumber-sumber dayanya secara optimal baik dalam bentuk uang maupun aset-aset lainnya, yang meliputi : fasilitas-fasilitas, produk-produk dan teknologi.
- Philips mengikutsertakan tenaga kerjanya untuk menggunakan keterampilan dan keahliannya sebagai sukarelawan, dengan persetujuan pihak manajemen.
- Philips bekerja sama dengan *stakeholder*, seperti organisasi non pemerintah dan komunitas lokal dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial.

Philips mengeluarkan dana sebesar 9 juta euro pada tahun 2004 untuk membiayai proyek-proyek sosialnya di Eropa. Pada tahun 2004, proyek Philips di seluruh dunia sebanyak 200 proyek yang dilaksanakan di 47 negara.

b. Penyuaan dan Korupsi

SO2 Gambaran mengenai kebijakan, prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan bagi organisasi dan karyawan yang menunjukkan penyuaan dan korupsi.

Panasonic: Tidak ada

Philips: GBP Philips No 7 tentang integritas bisnis, salah satunya memuat tentang penyusunan. Philips berusaha dengan keras untuk tetap bersikap terus terang, jujur dan adil di seluruh aspek bisnisnya. Penyusunan dalam segala bentuknya tidak akan diterima, Philips berusaha untuk bersikap transparan di seluruh perusahaan.

c. Kontribusi politik

SO3 Gambaran mengenai kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan bagi pengelolaan pengaruh politik dan kontribusi politik.

Panasonic: Tidak ada

Philips: GBP Philips No 7 mengenai integritas bisnis, salah satunya memuat tentang pembayaran yang bermuatan politik. Philips menjelaskan bahwa perusahaannya tidak memperbolehkan untuk memberikan pembayaran dan sumbangan dalam bentuk uang maupun bentuk lainnya, kepada partai politik, organisasi politik, atau tokoh politik, kecuali sesuai dengan *GBP Directives*.

Tanggung jawab produk

a. Kesehatan konsumen dan keselamatan

PR1 Gambaran tentang kebijakan menjaga kesehatan konsumen dan keselamatan konsumen selama pemakaian produk-produk dan pelayanan-pelayanan dan mengusahakan dimana kebijakan ini secara jelas dinyatakan

dan diterapkan dan juga gambaran mengenai prosedur-prosedur/program-program untuk menunjukkan masalah ini, termasuk sistem monitoring dan hasil-hasil monitoring.

Panasonic:

Dalam semua aktivitas bisnisnya, Matsushita berusaha untuk memberikan produk-produk dan layanan-layanan yang aman serta bermanfaat bagi konsumen.

Matsushita menyediakan jaminan kualitas terhadap seluruh produknya, karena produk yang berkualitas lebih terjamin keamanannya. Dalam hal ini, Matsushita membentuk organisasi-organisasi yang bertugas untuk melakukan pemantauan kualitas produk-produknya, yaitu:

- Organisasi kualitas: Matsushita memiliki beberapa organisasi yang berhubungan dengan kualitas seperti *Quality Office* di kantor pusat. Masing-masing unit bisnis perusahaan memiliki *Chief Quality Officer* dan departemen pusat kualitas.
- *Global Quality Administration* . Matsushita memiliki komite kualitas di setiap wilayah dunia dalam melaksanakan pengendalian kualitas secara global. Untuk selanjutnya, Matsushita mendirikan pusat peningkatan kegiatan manufaktur di Cina pada bulan Februari 2004 untuk meningkatkan produktivitas dan sistem jaminan kualitas di Cina. *China Material Test Center* didirikan sebagai sarana dalam melakukan percobaan terhadap komponen dan peralatan secara cepat dan handal.

Selain itu Matsushita juga menawarkan produk-produk yang aman dan nyaman. Untuk menyediakan produk-produk yang aman, Matsushita membuat sistem asuransi keselamatan yang sesuai dengan hukum-hukum nasional dan standar keselamatan serta menyusun standar teknis internal. Pada saat perancangan, Matsushita menggunakan pengetahuan dan pengalaman tentang kegagalan di masa lalu untuk menghasilkan produk-produk yang lebih baik dan aman.

Philips: Pada saat ini, masing-masing divisi produk menerbitkan prosedur dalam menangani keamanan produk. Philips sedang mengembangkan kebijakan keamanan produk-produk Philips yang akan diimplementasikan pada tahun 2005. Philips juga mengintegrasikan kesehatan dan keamanan konsumen ke dalam proses penciptaan produk melalui program *Eco Vision*. Philips akan mengurangi substansi-substansi berbahaya di seluruh produknya untuk kesehatan dan keamanan konsumen.

b. Produk-produk dan pelayanan-pelayanan

PR 2 Gambaran tentang kebijakan, prosedur-prosedur/ sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan yang dihubungkan dengan informasi produk serta *labeling*.

Panasonic: Tidak ada

Philips: Salah satu elemen dalam *Philips Product Safety Policy* adalah pencantuman label produk disertai dengan alamat/*e-mail*/no telp/ fax perusahaan Philips.

c. *Respect* untuk privasi

PR3 Gambaran tentang kebijakan, prosedur-prosedur/ sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan untuk privasi konsumen.

Panasonic:

Untuk mendapatkan kepercayaan publik, perusahaan harus memberikan perlindungan atas informasi pribadi dan manajemen keamanan informasi. Pada bulan Mei tahun 2000, Matsushita mengeluarkan aturan-aturan dasar Matsushita tentang manajemen keamanan informasi. Sistem keamanan informasi Matsushita memastikan pencegahan dari masalah-masalah dan memungkinkan perusahaan untuk merespon berbagai masalah-masalah yang potensial secara cepat dan jujur. Aturan-aturan dasar tentang manajemen informasi dikeluarkan setelah dikeluarkannya 3 bagian kebijakan yang menegaskan status Matsushita sebagai sebuah perusahaan yang dapat dipercaya, meningkatkan nilai perusahaan dan memperbaiki budaya perusahaan. Masing-masing bidang bisnis dan unit bisnis juga mengangkat *Chief Security Officer (CSO)*, yang bertanggungjawab untuk mengatur dan memantau keamanan informasi dalam unit bisnisnya, mengatur perlindungan terhadap informasi pribadi dan mengawasi tindakan untuk memecahkan masalah.

- *Pembuatan Divisi Corporate Information Security*

Dibuat pada bulan Januari 2004, divisi ini menyusun kebijakan-kebijakan tentang keamanan informasi dan meningkatkan manajemen keamanan atas informasi dalam bidang bisnis perusahaan dan unit bisnis.

- **Manajemen Keamanan Informasi Pada Unit Bisnis**

Semua bidang bisnis perusahaan dan unit bisnis mempunyai suatu komite keamanan informasi. Selain itu juga mempunyai CSO (*Chief Security Officer*).

- **Pendidikan Bagi Karyawan**

Matsushita berusaha keras untuk meningkatkan kesadaran karyawan dengan menempelkan poster-poster yang berisi tentang Kebijakan Dasar tentang Keamanan Informasi dan aturan-aturan yang berhubungan serta memberikan pelatihan tentang masalah keamanan informasi. Matsushita mengeluarkan “panduan tentang keamanan informasi (dasar)” pada bulan April 2004 dan diberikan kepada 110.000 tenaga kerja.

- **Perlindungan tentang Informasi Pribadi**

Matsushita menerapkan perlindungan tentang informasi sesuai dengan peraturan perlindungan terhadap informasi pribadi di Jepang pada bulan April 2005. Matsushita juga meningkatkan sistemnya untuk mencegah timbulnya masalah dan pemecahan masalah secara cepat.

Philips

Philips mengeluarkan *Code of Conduct* yang akan dimasukkan dalam GBP Philips untuk melindungi pengiriman data pribadi antar perusahaan Philips. Philips juga mengembangkan teknologi yang disebut dengan RFID (*Radio Frequency Identificaton*). RFID memberikan kemanan pada saat melakukan pembayaran

secara lebih mudah dan keamanan terhadap jasa-jasa lainnya baik dengan menggunakan kartu kredit maupun melalui telepon. Philips akan terus mengembangkan teknologi-teknologi baru yang berbasis RFID.

Tabel tingkat kesesuaian *Sustainability Reporting* Panasonic dan Philips Terhadap *GRI Sustainability Reporting Guidelines* 2002

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
Visi dan strategi		
1.1 Pernyataan visi dan strategi organisasi yang berhubungan dengan kontribusinya terhadap <i>sustainable development</i> .	Ada	Ada
1.2 Pernyataan dari CEO yang menggambarkan elemen-elemen kunci dari laporan.	Ada	Ada
Profil		
a. Profil Organisasi		
2.1 Nama organisasi pembuat laporan.	Ada	Ada
2.2 Produk-produk dan jasa-jasa utama, termasuk merk jika ada.	Ada	Ada
2.3 Struktur operasional organisasi.	Tidak ada	Ada
2.4 Gambaran tentang divisi utama, operasi perusahaan, cabang-cabang dan join ventura.	Tidak ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
2.5 Negara-negara tempat perusahaan beroperasi.	Ada	Ada
2.6 Corak kepemilikan, bentuk legal.	Ada	Ada
2.7 Corak pasar yang dilayani.	Tidak ada	Ada
2.8 Skala pelaporan	Ada	Ada
2.9 Daftar <i>stakeholder</i> , atribut kunci masing-masing, dan hubungan dengan organisasi pelapor.	Tidak ada	Ada
b. Lingkup Laporan		
2.10 <i>Contact person</i> terhadap laporan, termasuk e-mail dan alamat web.	Ada	Ada
2.11 Periode pelaporan informasi yang dilaporkan.	Ada	Ada
2.12 Tanggal laporan sebelumnya.	Tidak ada	Ada
2.13 Batas-batas laporan (Negara/wilayah, produk/jasa, divisi/join ventura/cabang-cabang).	Ada	Ada
2.14 Perubahan penting dalam ukuran, susunan dan kepemilikan.	Tidak ada	Ada
2.15 Dasar dalam melaporkan join ventura yang mempengaruhi daya banding antar periode.	Tidak ada	Tidak ada
2.16 Penjelasan adanya pernyataan kembali dari pelaporan sebelumnya (contoh: merger, akuisisi).	Tidak ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
c. Profil Laporan		
2.17 Keputusan untuk tidak menerapkan prinsip-prinsip GRI dalam persiapan laporan.	Tidak ada	Ada
2.18 Kriteria/ definisi yang digunakan dalam perhitungan biaya dan keuntungan ekonomi, lingkungan dan sosial.	Ada	Ada
2.19 Perubahan penting dari tahun sebelumnya tentang metode pengukuran yang diterapkan dalam informasi tentang ekonomi, lingkungan dan sosial.	Tidak ada	Ada
2.20 Kebijakan dan praktek-praktek internal dalam meningkatkan dan memberikan jaminan tentang ketepatan, kelengkapan dan kehandalan informasi dalam <i>Sustainability Report</i> .	Ada	Ada
2.21 Kebijakan dan praktek yang dilakukan pada saat ini yang berhubungan dengan pemberian jaminan independen terhadap laporan secara keseluruhan.	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
2.22 Alat yang dapat digunakan oleh pemakai untuk mendapatkan informasi dan laporan tambahan tentang aspek-aspek ekonomi, lingkungan dan sosial dari aktivitas organisasi, termasuk fasilitas informasi khusus jika tersedia.	Ada	Ada
Struktur kekuasaan dan sistem pengelolaan		
a. Struktur dan kekuasaan		
3.1 Struktur kekuasaan organisasi, termasuk komite utama di bawah Dewan Direktur yang bertanggung jawab dalam menyusun strategi dan bertanggung jawab atas kesalahan organisasi.	Ada	Ada
3.2 Persentase Dewan Direktur yang independen.	Tidak ada	Tidak ada
3.3 Proses penetapan anggota dewan ahli yang diperlukan untuk menuntun strategi organisasi, termasuk masalah-masalah yang berhubungan dengan resiko dan kesempatan dalam hal lingkungan dan sosial.	Tidak ada	Tidak ada
3.4 Proses pada tingkat dewan, dalam mengawasi pengenalan dan manajemen resiko dan kesempatan ekonomi, lingkungan dan sosial.	Tidak ada	Tidak ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
3.5 Hubungan antara kompensasi eksekutif dan pencapaian tujuan keuangan dan non keuangan organisasi (contoh: kinerja lingkungan, praktek perburuhan).	Tidak ada	Tidak ada
3.6 Struktur organisasi dan individu kunci yang bertanggung jawab terhadap kesalahan, penerapan, dan audit ekonomi, lingkungan dan sosial serta kebijakan yang berhubungan.	Tidak ada	Tidak ada
3.7 Pernyataan misi-misi dan nilai-nilai, kode etik atau prinsip-prinsip yang dikembangkan secara internal dan kebijakan yang berhubungan dengan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial serta tingkat penerapan.	Tidak ada	Tidak ada
3.8 Mekanisme bagi pemegang saham dalam memberikan rekomendasi atau arahan bagi Dewan Direktur.	Tidak ada	Ada
<i>Peran serta Stakeholder</i>		
3.9 Dasar dalam mengidentifikasi dan memilih <i>stakeholder-stakeholder</i> utama.	Tidak ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
3.10 Pendekatan yang berupa konsultasi dengan <i>stakeholder</i> yang dilaporkan berdasar frekuensi konsultasi menurut jenis dan kelompok <i>stakeholder</i> .	Ada	Ada
3.11 Jenis informasi yang dihasilkan setelah melakukan konsultasi dengan <i>stakeholder</i> .	Ada	Ada
3.12 Penggunaan informasi yang dihasilkan dari keikutsertaan <i>stakeholder</i> .	Ada	Ada
b. <i>Overarching policies</i> dan sistem manajemen		
3.13 Penjelasan tentang apa dan bagaimana pendekatan atau kebijakan pencegahan diarahkan oleh organisasi.	Ada	Ada
3.14 Sumbangan terhadap pengembangan eksternal/piagam-piagam sukarela/prinsip-prinsip/gagasan-gagasan.	Tidak ada	Ada
3.15 Industri utama dan keanggotaan perkumpulan bisnis.	Tidak ada	Ada
3.16 Kebijakan-kebijakan atau sistem-sistem untuk manajemen <i>supply chain</i> dan pengelolaan produk.	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
3.17 Pendekatan untuk mengelola dampak-dampak tidak langsung yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan.	Ada	Ada
3.18 Keputusan-keputusan utama yang berhubungan dengan lokasi atau perubahan operasi.	Tidak ada	Ada
3.19 Program-program atau prosedur-prosedur dalam memperbaiki kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial.	Tidak ada	Ada
3.20 Struktur sertifikasi mengenai sistem pertanggungjawaban ekonomi, lingkungan dan sosial.	Ada	Ada
4. Indikator Kinerja Ekonomi		
<i>a. Customers</i>		
EC 1 <i>Net sales</i>	Ada	Ada
EC 2 Perincian pasar menurut geografis.	Ada	Ada
<i>b. Supplier</i>		
EC 3 Biaya semua barang-barang, bahan-bahan dan jasa-jasa yang dibeli.	Tidak ada	Ada

Bagian	Panasonic	Philips
EC 4 Persentase kontrak yang dibayar sesuai dengan perjanjian tidak termasuk <i>penalty</i> .	Tidak ada	Tidak ada
c. Tenaga Kerja		
EC 5 Total daftar gaji dan keuntungan-keuntungan yang diuraikan berdasarkan negara atau wilayah.	Tidak ada	Ada
d. Penyedia Modal		
EC 6 Distribusi kepada penyedia modal diuraikan berdasarkan bunga pinjaman/dividen pada semua tingkat saham.	Ada	Ada
EC 7 Peningkatan atau penurunan laba ditahan pada akhir periode.	Tidak ada	Tidak ada
e. Sektor Publik.		
EC 8 Jumlah total pajak yang dibayarkan diuraikan berdasar negara.	Tidak ada	Tidak ada
EC 9 Subsidi-subsidi yang diterima, diperinci menurut negara atau wilayah.	Tidak ada	Tidak ada
EC 10 Bantuan untuk komunitas, masyarakat, dan kelompok-kelompok lainnya diperinci dalam kerangka kas dan jenis-jenis bantuan menurut	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
tipe kelompok		
5. Indikator kinerja lingkungan		
a. Bahan-bahan/ Material		
EN 1 Jumlah keseluruhan material yang digunakan selain bahan baker dan air, berdasarkan tipenya.	Ada	Tidak ada
EN 2 Bahan-bahan yang telah digunakan dan dibuang yang berasal dari sumber-sumber eksternal, mengacu pada material yang didaur ulang yang telah digunakan oleh konsumen serta sampah industri.	Ada	Tidak ada
b. Energi		
EN 3 Penggunaan energi secara langsung yang dibagi berdasarkan sumber-sumber utama.	Ada	Ada
EN 4 Penggunaan energi secara tidak langsung.	Ada	Tidak ada
c. Air		
EN 5 Total pemakaian air.	Ada	Ada
d. Biodiversity		
EN 6 Letak dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dan dikelola dalam <i>biodiversity rich habitat</i> .	Tidak ada	Tidak ada
EN 7 Gambaran tentang dampak-dampak utama	Tidak ada	Tidak ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
terhadap <i>biodiversity</i> di <i>terrestrial</i> (yang berhubungan dengan bumi, <i>fresh water</i> dan lingkungan laut).		
e. Emisi, <i>effluents</i> , dan pembuangan		
EN 8 Emisi gas <i>greenhouse</i> .	Ada	Ada
EN 9 Penggunaan dan emisi-emisi zat-zat yang merusak lapisan ozon.	Ada	Ada
EN 10 NO _x , SO _x , dan emisi udara penting lainnya menurut tipe.	Ada	Tidak ada
EN 11 Jumlah sampah atau limbah menurut tipe/tujuan.	Ada	Ada
EN 12 <i>Significant discharge</i> ke air menurut tipenya.	Ada	Ada
EN 13 Bahan-bahan kimia, minyak dan gas yang tumpah dalam jumlah total dan total volume (beserta dampak).	Tidak ada	Ada
f. Produk-produk dan jasa-jasa.		
EN 14 Dampak lingkungan yang penting dari produk-produk dan jasa-jasa utama.	Tidak ada	Tidak ada
EN 15 Persentase berat produk yang sudah tidak terpakai yang dapat didaur ulang.	Tidak ada	Tidak ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
g. Pemenuhan		
EN 16 Kejadian-kejadian dan denda-denda yang diakibatkan oleh pelanggaran-pelanggaran yang berhubungan dengan masalah-masalah lingkungan.	Tidak ada	Ada
6. Indikator Kinerja Sosial		
Praktek-praktek perburuhan dan pekerjaan yang layak.		
a. Pekerjaan.		
LA 1 Perincian tenaga kerja berdasar geografis	Tidak ada	Ada
LA 2 <i>Net employment creation</i> dan <i>average turnover</i> yang dibagi menurut wilayah atau negara.	Tidak ada	Ada
b. Hubungan tenaga kerja dengan manajemen.		
LA 3 Persentase karyawan yang ditunjukkan oleh unit dagang yang independen yang dirinci menurut wilayah atau negara.	Tidak ada	Tidak ada
LA 4 Kebijakan dan prosedur yang melibatkan informasi, konsultasi dan negosiasi dengan karyawan-karyawan selama terjadi perubahan	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
dalam melaporkan operasi organisasi		
c. Kesehatan dan keselamatan		
LA 5 Praktek pencatatan dan pemberitahuan yang berhubungan dengan kecelakaan serta penyakit-penyakit (sesuai dengan ILO).	Ada	Ada
LA 6 Gambaran tentang komite formal kesehatan dan keselamatan yang terdiri dari perwakilan manajemen dan karyawan serta proporsi perwakilan tenaga kerja dalam komite.	Tidak ada	Tidak ada
LA 7 Standar terjadinya luka-luka, <i>lost days</i> , rata-rata ketidakhadiran serta pekerjaan yang berhubungan dengan hal-hal yang fatal.	Tidak ada	Ada
LA 8 Gambaran tentang kebijakan atau program-program tentang HIV/ AIDS.	Tidak ada	Ada
d. Pelatihan dan pendidikan.		
LA 9 Rata-rata jam pelatihan karyawan setiap tahun menurut kategori karyawan.	Tidak ada	Tidak ada
e. Keberagaman dan peluang		
LA 10 Gambaran tentang kesempatan yang sama dalam kebijakan-kebijakan dan program-	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
<p>program.</p> <p>LA 11 Komposisi dari manajemen senior dan badan-badan yang memiliki kekuasaan dalam perusahaan (termasuk dewan direktur) termasuk rasio pria dan wanita serta indikator keberagaman lainnya.</p>	Ada	Ada
<p>Hak Asasi Manusia</p> <p>a. Strategi dan Manajemen</p> <p>HR 1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan struktur perusahaan dalam hal Hak Asasi Manusia.</p> <p>HR 2 Bukti-bukti adanya pertimbangan Hak Asasi Manusia dalam melakukan investasi, pemilihan <i>supplier</i>, maupun kontraktor.</p> <p>HR 3 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk mengevaluasi dan mengarahkan kinerja HAM di dalam <i>supply chain</i>.</p>	<p>Tidak ada</p> <p>Tidak ada</p> <p>Tidak ada</p>	<p>Ada</p> <p>Ada</p> <p>Ada</p>
<p>b. Non Diskriminasi</p> <p>HR 4 Gambaran tentang kebijakan global dalam</p>	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
mencegah semua bentuk-bentuk diskriminasi		
c. Kebebasan berkumpul dan persetujuan kolektif HR 5 Gambaran tentang kebijakan dan program-program yang menunjukkan adanya kebebasan berkumpul.	Tidak ada	Ada
d. Pekerja Anak-anak HR 6 Gambaran tentang kebijakan yang melarang penggunaan pekerja anak-anak sesuai dengan ILO.	Tidak ada	Ada
e. Hak mendapatkan cuti dan libur bagi karyawan HR 7 Gambaran kebijakan-kebijakan untuk memberikan hak cuti dan libur bagi karyawan.	Tidak ada	Ada
Masyarakat		
a. Komunitas SO 1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan program-program dalam mengelola dampak-dampak pada komunitas yang dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas perusahaan.	Ada	Ada
b. Penyuapan dan korupsi. SO 2 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan	Tidak ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
tentang penyusunan dan korupsi serta mekanisme pemenuhannya.		
c. Kontribusi politik. SO 3 Gambaran mengenai kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan bagi pengelolaan pengaruh politik dan kontribusi politik.	Tidak ada	Ada
Tanggung jawab Produk a. Kesehatan dan keselamatan konsumen. PR 1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dalam hal kesehatan dan keselamatan pelanggan melalui produk-produk dan jasa-jasanya.	Tidak ada	Tidak ada
b. Produk-produk dan jasa-jasa PR 2 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dalam hal informasi produk dan <i>labeling</i> dan mekanisme pemenuhan.	Tidak ada	Ada
d. <i>Respect</i> terhadap privasi PR 3 Gambaran kebijakan-kebijakan dan sistem manajemen tentang privasi konsumen dan mekanisme pemenuhan.	Ada	Ada

Bagian Pelaporan	Panasonic	Philips
7. GRI Content Index	Tidak ada	Ada

Berdasarkan tabel diatas, Panasonic mencapai tingkat kesesuaian sebesar 45,3% dan Philips mencapai tingkat kesesuaian sebesar 75,8%.



BAB V

PENUTUP

Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan penulis serta saran-saran dari penulis untuk perkembangan *Sustainability Reporting* selanjutnya.

5. 1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Panasonic dan Philips belum memenuhi seluruh indikator yang disyaratkan oleh *Sustainability Reporting Guidelines 2002* yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative*. *Sustainability Reporting* perusahaan Panasonic tidak menjelaskan hubungan perusahaan dengan *stakeholder*, *stakeholder engagement* dan indikator-indikator kinerja Hak Asasi Manusia. *Sustainability Reporting* perusahaan Philips kurang mencantumkan jumlah material yang digunakan secara rinci dalam laporan kinerja lingkungannya.
2. Perusahaan Philips di Belanda telah menerapkan *Sustainability Reporting Guidelines* secara lebih baik dibandingkan dengan perusahaan Panasonic di Jepang.
3. *Sustainability Reporting* di negara Belanda telah mengalami kemajuan yang lebih pesat dibandingkan di negara Jepang.

5. 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian di atas, penulis mencoba untuk memberikan saran, yaitu:

1. Perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah waktunya menerapkan *Sustainability Reporting* sesuai dengan pedoman GRI 2002 dan memublikasikannya kepada para *stakeholder* dalam menghadapi tantangan di era globalisasi.
2. Ikatan Akuntan Indonesia sebaiknya lebih berperan aktif dalam mensosialisasikan *Sustainability Reporting* di Indonesia dan mengusahakan agar *Sustainability Reporting* menjadi *obligatory report* bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia.
3. Di dalam penelitian ini, tingkat kesesuaian *Sustainability Reporting* terhadap pedoman GRI 2002 dinyatakan dalam bentuk persentase, bukan dalam bentuk kisaran angka, dan hanya melibatkan satu periode laporan. Untuk itu, penelitian berikutnya diharapkan menyatakan tingkat kesesuaian *Sustainability Reporting* terhadap pedoman GRI dalam kisaran angka dan melibatkan *Sustainability Reporting* selama beberapa periode.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, *Corporate Social Responsibility-Explained*, Canadian Business, Juni 2005, Vol 78, Hal 75-80.
- Brockner, Willem; *Sustainable Strategies are Key to Global Success*, European Business Forum, Autumn, 2004, Hal 11-12.
- Chiesa; V.R Manzini; G Noci, *Towards a Sustainable View of The Competitive System*, Long Range Planning, 1999, Vol 32 No 5, Hal 519-530.
- Faber, Niels; Rene Jona; Jo van Engelen, *The Sustainability of "Sustainability"-A Study Into The Conceptual Foundation of The Notion of "Sustainability"*, Journal of Environmental Assessment Policy and Management, Maret 2005, Vol 7, No 1, Hal 1-33.
- Global Reporting Initiative (GRI), 2002, *Sustainability Reporting Guidelines*
www.globalreporting.org
- Grace, Elayne; Jill Green; Kaise Stephan, *Sustainability Reporting In The Corporate Sector*, The Institute of Actuaries of Australia, May 2003, Hal 1-14.
- Gray, R. H; Collison, D.J, *Disclosure: The Movement Towards Environmental Disclosure*, Environment Strategy Europe, 1991, Hal 195-198.
- Gray, R.H; Symon, R.W, *Environmental Reporting: BSO/ origin, Integrated Environmental Management*, Maret 1992, Vol 7, Hal 8-10.
- Halim, Abdul; *Perspektif Teori Akuntansi Keuangan Terhadap Masalah Lingkungan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 1999, Vol 14, No 2, Hal 101-112.
- Hahn, Tobias, *Different Types Approaches to Corporate Sustainability*, Institute For Future Studies and Technology Assessment, 2005, Hal 1-25.
- Hurst, Nathan E; *Corporate Ethics, Governance and Social Responsibility: Comparing European Business Practices to those in the United States, A Study Conducted for The Business and Organizational Ethics Partnership Markkulla Center for Applied Ethics Santa Clara University*, Spring, 2004, Hal 3-18.

- Keeble, Justin J; Sophie Topiol, Simon Barkeley; *Using Indicators to Measure Sustainability Performance at a Corporate and Project Level*, Journal of Business Ethics, May 2003, Hal 149-159.
- Knight, D; Collison,D, *Disciplining The Shop Floor: A Comparison of Managerial Psychology and Financial Accounting*, Accounting, Organizations, and Society, 1987, Vol 12 No 5, Hal 457-478.
- Kumalahadi, *Perspektif Pragmatik, Lingkungan dan Sosial dalam Laporan Keuangan: Peningkatan Kegunaan dan Pertanggungjawaban*, JAAI, Juni 2000, Vol 4, No 1, Hal 51-65.
- Livesey, Sharon M; Kate Kearins, *Transparent and Caring Corporations? A Study of Sustainability Reports by The Body Shop and Royal Dutch/Shell*, Organizations & Environment, September 2002, Vol 15, No 3, Hal 233-260.
- Lowenstein, L; *Financial Transparency and Corporate Governance: You Manage What You Measure*, Columbia Law Review, 1996, Vol 96, Hal 1335-1362.
- Pinnarwan, Djohan; *Sustainability dan Triple Bottom Line Reporting*, Media Akuntansi, Edisi 13, IAI Jakarta, September 2000, Hal 44-45.
- Satriawan, Bambang; Mohammad Djasuli; *Penerapan Akuntansi Keuangan Terhadap Masalah Lingkungan di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Desember 2001, Vol 3, No 3, Hal 577-581.
- Satyo, *Sustainability Reporting : Paradigma Baru Pelaporan Perusahaan*, Media Akuntansi, Edisi 47, IAI Jakarta, Juli 2005, Halaman 5-1
- Slater, Alyson; Sean Gilbert, *The Evolution of Business Reporting : Make Room for Sustainability Disclosure*, Enviromental Quality Management, Autumn, 2004, Hal 41-48.
- United Nations Environment Programme Finance Initiatives, 2002 “Industry as A Partner for Sustainable Development- Finance and Insurance”
www.unepfi.net
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), 2002a, *Corporate Social Responsibility: The WBCSD's Journey*
www.bcsd.org/projects.pr_csr.htm

WBCSD, 2002b, *Sustainable Development Reporting: Striking A Balance*
www.wbcsd.org/newscenter/index.htm



<p>Bagian A: Penggunaan Pedoman GRI.</p>	<p>Pedoman ini dapat diterapkan oleh berbagai jenis dan ukuran organisasi.</p> <p>GRI memberikan fleksibilitas dalam menerapkan pedoman GRI. Fleksibilitas tersebut berupa kebebasan organisasi dalam memilih pendekatan yang digunakan untuk menerapkan pedoman GRI, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>According to GRI Guidelines</i>: organisasi yang menggunakan pendekatan menerbitkan <i>Sustainability Reporting</i> sesuai dengan pedoman GRI baik dari segi prinsip maupun isi laporan. Pendekatan ini biasanya diterapkan oleh organisasi yang telah berpengalaman dalam menerbitkan <i>Sustainability Reporting</i> atau organisasi yang memimpin dalam suatu bidang tertentu. 2. Pendekatan informal: pendekatan ini biasanya digunakan oleh organisasi yang masih baru dalam menerbitkan <i>Sustainability Reporting</i>. Laporan yang menggunakan pendekatan informal, pada awalnya tidak menampilkan seluruh isi laporan sesuai dengan pedoman GRI, tetapi laporan tersebut mengalami perbaikan cakupan isi laporan, transparansi dan struktur laporan yang terus bertambah dari waktu ke waktu.
<p>Bagian B: Prinsip-prinsip Pelaporan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk rerangka pelaporan 2. Informasi yang akan dilaporkan. 	<ol style="list-style-type: none"> a. Transparansi : suatu organisasi harus mengungkapkan secara penuh tentang proses, prosedur dan asumsi yang digunakan oleh organisasi dalam menerbitkan laporan. b. Inklusif : organisasi pembuat laporan harus secara sistematis melibatkan para stakeholder untuk membantu menentukan fokus perusahaan dan meningkatkan kualitas laporan secara berkelanjutan. c. Dapat diaudit: informasi yang disajikan harus dapat dibuktikan keandalannya oleh auditor internal maupun auditor eksternal. <ol style="list-style-type: none"> a. Kelengkapan informasi: laporan harus menyajikan seluruh informasi yang material tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial organisasi dengan menggunakan ruang lingkup dan kerangka waktu yang jelas.

<p>3. Kualitas dan keandalan informasi atau data yang dilaporkan.</p> <p>4. Akses atas informasi yang dilaporkan.</p>	<p>b. Relevansi informasi yang disajikan: tingkatan pentingnya untuk mengangkat suatu aspek tertentu, dan memberikan alasan mengapa informasi tersebut menjadi cukup penting untuk dilaporkan.</p> <p>c. Keterkaitan informasi yang disajikan dengan konteks <i>sustainability</i>: laporan harus menyajikan kinerja organisasi yang meliputi tantangan, resiko dan peluang yang dihadapi perusahaan dalam konteks <i>sustainability</i>.</p> <p>a. <i>Accuracy</i> (ketepatan): informasi yang dilaporkan harus memiliki tingkat ketelitian yang tinggi dan kemungkinan adanya kesalahan yang rendah, sehingga pemakai informasi dapat membuat keputusan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.</p> <p>b. <i>Netralitas</i>: laporan disajikan secara wajar, dan berdasarkan pada fakta-fakta yang sesungguhnya serta penyajian kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial harus dilakukan secara seimbang.</p> <p>c. <i>Dapat diperbandingkan</i>: informasi yang disajikan dapat diperbandingkan dengan kinerja organisasi tersebut pada periode sebelumnya dan dapat dibandingkan dengan kinerja organisasi lainnya.</p> <p>a. <i>Kejelasan (clarity)</i> : informasi yang disajikan harus jelas, dapat dipahami dan dapat digunakan oleh kelompok pemakai yang berbeda-beda sesuai dengan keahlian dan pengalamannya.</p> <p>b. <i>Tepat waktu</i> : laporan tersebut harus diterbitkan secara teratur atau dalam periode yang tetap.</p>
<p>Bagian C: Isi Laporan</p> <p>1. Visi dan Strategi</p> <p>2. Profil</p>	<p>1.1 Pernyataan visi dan strategi organisasi yang berhubungan dengan kontribusinya terhadap <i>sustainable development</i>.</p> <p>1.2 Pernyataan dari CEO yang menggambarkan elemen-elemen kunci dari laporan.</p> <p>a. Profil Organisasi</p> <p>2.1 Nama organisasi pembuat laporan.</p> <p>2.2 Produk-produk dan jasa-jasa utama, termasuk merk jika ada.</p> <p>2.3 Struktur operasional organisasi.</p>

	<p>2.4 Gambaran tentang divisi utama, operasi perusahaan, cabang-cabang dan join ventura.</p> <p>2.5 Negara-negara tempat perusahaan beroperasi.</p> <p>2.6 Corak kepemilikan, bentuk legal.</p> <p>2.7 Corak pasar yang dilayani.</p> <p>2.8 Skala pelaporan</p> <p>2.9 Daftar <i>stakeholder</i>, atribut kunci masing-masing, dan hubungan dengan organisasi pelapor.</p> <p>b. Lingkup Laporan</p> <p>2.10 <i>Contact person</i> terhadap laporan, termasuk e-mail dan alamat web.</p> <p>2.11 Periode pelaporan informasi yang dilaporkan.</p> <p>2.12 Tanggal laporan sebelumnya.</p> <p>2.13 Batas-batas laporan (Negara/wilayah, produk/jasa, divisi/join ventura/cabang-cabang).</p> <p>2.14 Perubahan penting dalam ukuran, susunan dan kepemilikan.</p> <p>2.15 Dasar dalam melaporkan join ventura yang mempengaruhi daya banding antar periode.</p> <p>2.16 Penjelasan adanya pernyataan kembali dari pelaporan sebelumnya (contoh: merger, akuisisi).</p> <p>c. Profil Laporan</p> <p>2.17 Keputusan untuk tidak menerapkan prinsip-prinsip GRI dalam persiapan laporan.</p> <p>2.18 Kriteria/ definisi yang digunakan dalam perhitungan biaya dan keuntungan ekonomi, lingkungan dan sosial.</p> <p>2.19 Perubahan penting dari tahun sebelumnya tentang metode pengukuran yang diterapkan dalam informasi tentang ekonomi, lingkungan dan sosial.</p> <p>2.20 Kebijakan dan praktek-praktek internal dalam meningkatkan dan memberikan jaminan tentang ketepatan, kelengkapan dan kehandalan informasi dalam <i>Sustainability Report</i>.</p> <p>2.21 Kebijakan dan praktek yang dilakukan pada saat ini yang berhubungan dengan pemberian jaminan independen terhadap laporan secara keseluruhan.</p> <p>2.22 Alat yang dapat digunakan oleh pemakai untuk mendapatkan informasi dan laporan tambahan</p>
--	---

<p>3. Struktur kekuasaan dan sistem pengelolaan.</p>	<p>tentang aspek-aspek ekonomi, lingkungan dan sosial dari aktivitas organisasi, termasuk fasilitas informasi khusus jika tersedia.</p> <p>a. Struktur dan kekuasaan</p> <p>3.1 Struktur kekuasaan organisasi, termasuk komite utama di bawah Dewan Direktur yang bertanggung jawab dalam menyusun strategi dan bertanggung jawab atas kesalahan organisasi.</p> <p>3.2 Persentase Dewan Direktur yang independen.</p> <p>3.3 Proses penetapan anggota dewan ahli yang diperlukan untuk menuntun strategi organisasi, termasuk masalah-masalah yang berhubungan dengan resiko dan kesempatan dalam hal lingkungan dan sosial.</p> <p>3.4 Proses pada tingkat dewan, dalam mengawasi pengenalan dan manajemen resiko dan kesempatan ekonomi, lingkungan dan sosial.</p> <p>3.5 Hubungan antara kompensasi eksekutif dan pencapaian tujuan keuangan dan non keuangan organisasi (contoh: kinerja lingkungan, praktek perburuhan).</p> <p>3.6 Struktur organisasi dan individu kunci yang bertanggung jawab terhadap kesalahan, penerapan, dan audit ekonomi, lingkungan dan sosial serta kebijakan yang berhubungan.</p> <p>3.7 Pernyataan misi-misi dan nilai-nilai, kode etik atau prinsip-prinsip yang dikembangkan secara internal dan kebijakan yang berhubungan dengan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial serta tingkat penerapan.</p> <p>3.8 Mekanisme bagi pemegang saham dalam memberikan rekomendasi atau arahan bagi Dewan Direktur.</p> <p><i>Peran serta Stakeholder</i></p> <p>3.9 Dasar dalam mengidentifikasi dan memilih <i>stakeholder-stakeholder</i> utama.</p> <p>3.10 Pendekatan yang berupa konsultasi dengan <i>stakeholder</i> yang dilaporkan berdasar frekuensi</p>
---	---

	<p>konsultasi menurut jenis dan kelompok <i>stakeholder</i>.</p> <p>3.11 Jenis informasi yang dihasilkan setelah melakukan konsultasi dengan <i>stakeholder</i>.</p> <p>3.12 Penggunaan informasi yang dihasilkan dari keikutsertaan <i>stakeholder</i>.</p> <p>b. <i>Overarching policies</i> dan sistem manajemen</p> <p>3.13 Penjelasan tentang apa dan bagaimana pendekatan atau kebijakan pencegahan diarahkan oleh organisasi.</p> <p>3.14 Sumbangan terhadap pengembangan eksternal/piagam-piagam sukarela/prinsip-prinsip/gagasan-gagasan.</p> <p>3.15 Industri utama dan keanggotaan perkumpulan bisnis.</p> <p>3.16 Kebijakan-kebijakan atau sistem-sistem untuk manajemen <i>supply chain</i> dan pengelolaan produk.</p> <p>3.17 Pendekatan untuk mengelola dampak-dampak tidak langsung yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan.</p> <p>3.18 Keputusan-keputusan utama yang berhubungan dengan lokasi atau perubahan operasi.</p> <p>3.19 Program-program atau prosedur-prosedur dalam memperbaiki kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial.</p> <p>3.20 Struktur sertifikasi mengenai sistem pertanggungjawaban ekonomi, lingkungan dan sosial.</p>
<p>4. <i>GRI Content Index</i></p>	<p>Merupakan suatu tabel yang digunakan untuk mengidentifikasi letak dari masing-masing elemen <i>GRI Report Content</i>. Tiap-tiap bagiannya, dan juga indikator yang digunakan.</p>
<p>5.Indikator Kinerja</p>	<p>Indikator Kinerja Ekonomi</p> <p>a. <i>Customers</i></p> <p>EC 1 <i>Net sales</i></p> <p>EC 2 Perincian pasar menurut geografis</p> <p>b. <i>Supplier</i></p>

	<p>EC 3 Biaya semua barang-barang, bahan-bahan dan jasa-jasa yang dibeli.</p> <p>EC 4 Persentase kontrak yang dibayar sesuai dengan perjanjian tidak termasuk <i>penalty</i>.</p> <p>c. Tenaga Kerja</p> <p>EC 5 Total daftar gaji dan keuntungan-keuntungan yang diuraikan berdasarkan negara atau wilayah.</p> <p>d. Penyedia Modal</p> <p>EC 6 Distribusi kepada penyedia modal diuraikan berdasarkan bunga pinjaman/dividen pada semua tingkat saham.</p> <p>EC 7 Peningkatan atau penurunan laba ditahan pada akhir periode.</p> <p>e. Sektor Publik.</p> <p>EC 8 Jumlah total pajak yang dibayarkan diuraikan berdasar negara.</p> <p>EC 9 Subsidi-subsidi yang diterima, diperinci menurut negara atau wilayah.</p> <p>EC 10 Bantuan untuk komunitas, masyarakat, dan kelompok-kelompok lainnya diperinci dalam kerangka kas dan jenis-jenis bantuan menurut tipe kelompok.</p> <p>Indikator kinerja lingkungan</p> <p>a. Bahan-bahan/ Material</p> <p>EN 1 Jumlah keseluruhan material yang digunakan selain bahan bakar dan air, berdasarkan tipenya.</p> <p>EN 2 Bahan-bahan yang telah digunakan dan dibuang yang berasal dari sumber-sumber eksternal, mengacu pada material yang didaur ulang yang telah digunakan oleh konsumen serta sampah industri.</p> <p>b. Energi</p> <p>EN 3 Penggunaan energi secara langsung yang dibagi berdasarkan sumber-sumber utama.</p> <p>EN 4 Penggunaan energi secara tidak langsung</p> <p>c. Air</p>
--	---

	<p>EN 5 Total pemakaian air.</p> <p>d. Biodiversity EN 6 Letak dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dan dikelola dalam <i>biodiversity rich habitat</i>. EN 7 Gambaran tentang dampak-dampak utama terhadap <i>biodiversity</i> di <i>terrestrial</i> (yang berhubungan dengan bumi, <i>fresh water</i> dan lingkungan laut).</p> <p>e. Emisi, effluents, dan pembuangan EN 8 Emisi gas <i>greenhouse</i>. EN 9 Penggunaan dan emisi-emisi zat-zat yang merusak lapisan ozon. EN 10 NO_x, SO_x, dan emisi udara penting lainnya menurut tipe. EN 11 Jumlah sampah atau limbah menurut tipe/tujuan. EN 12 <i>Significant discharge</i> ke air menurut tipenya. EN 13 Bahan-bahan kimia, minyak dan gas yang tumpah dalam jumlah total dan total volume (beserta dampak).</p> <p>f. Produk-produk dan jasa-jasa. EN 14 Dampak lingkungan yang penting dari produk-produk dan jasa-jasa utama. EN 15 Persentase berat produk yang sudah tidak terpakai yang dapat didaur ulang.</p> <p>g. Pemenuhan EN 16 Kejadian-kejadian dan denda-denda yang diakibatkan oleh pelanggaran-pelanggaran yang berhubungan dengan masalah-masalah lingkungan.</p> <p>Indikator Kinerja Sosial Praktek-praktek perburuhan dan pekerjaan yang layak.</p> <p>a. Pekerjaan. LA 1 Perincian tenaga kerja berdasar geografis. LA 2 <i>Net employment creation</i> dan <i>average turnover</i></p>
--	---

	<p>yang dibagi menurut wilayah atau negara.</p> <p>b. Hubungan tenaga kerja dengan manajemen. LA 3 Persentase karyawan yang ditunjukkan oleh unit dagang yang independen yang dirinci menurut wilayah atau negara. LA 4 Kebijakan dan prosedur yang melibatkan informasi, konsultasi dan negosiasi dengan karyawan-karyawan selama terjadi perubahan dalam melaporkan operasi organisasi.</p> <p>c. Kesehatan dan keselamatan LA 5 Praktek pencatatan dan pemberitahuan yang berhubungan dengan kecelakaan serta penyakit-penyakit (sesuai dengan ILO). LA 6 Gambaran tentang komite formal kesehatan dan keselamatan yang terdiri dari perwakilan manajemen dan karyawan serta proporsi perwakilan tenaga kerja dalam komite. LA 7 Standar terjadinya luka-luka, <i>lost days</i>, rata-rata ketidakhadiran serta pekerjaan yang berhubungan dengan hal-hal yang fatal. LA 8 Gambaran tentang kebijakan atau program-program tentang HIV/ AIDS.</p> <p>d. Pelatihan dan pendidikan. LA 9 Rata-rata jam pelatihan karyawan setiap tahun menurut kategori karyawan.</p> <p>e. Keberagaman dan peluang LA 10 Gambaran tentang kesempatan yang sama dalam kebijakan-kebijakan dan program-program. LA 11 Komposisi dari manajemen senior dan badan-badan yang memiliki kekuasaan dalam perusahaan (termasuk dewan direktur) termasuk rasio pria dan wanita serta indikator keberagaman lainnya.</p> <p>Hak Asasi Manusia a. Strategi dan Manajemen HR 1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan</p>
--	--

	<p>struktur perusahaan dalam hal Hak Asasi Manusia.</p> <p>HR 2 Bukti-bukti adanya pertimbangan Hak Asasi Manusia dalam melakukan investasi, pemilihan <i>supplier</i>, maupun kontraktor.</p> <p>HR 3 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk mengevaluasi dan mengarahkan kinerja HAM di dalam <i>supply chain</i>.</p> <p>b. Non Diskriminasi HR 4 Gambaran tentang kebijakan global dalam mencegah semua bentuk-bentuk diskriminasi</p> <p>c. Kebebasan berkumpul dan persetujuan kolektif HR 5 Gambaran tentang kebijakan dan program-program yang menunjukkan adanya kebebasan berkumpul.</p> <p>d. Pekerja Anak-anak HR 6 Gambaran tentang kebijakan yang melarang penggunaan pekerja anak-anak sesuai dengan ILO.</p> <p>e. Hak mendapatkan cuti dan libur bagi karyawan. HR 7 Gambaran kebijakan-kebijakan dalam memberikan hak cuti dan libur bagi karyawan.</p> <p>Masyarakat</p> <p>a. Komunitas SO 1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dan program-program dalam mengelola dampak-dampak pada komunitas yang dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas perusahaan.</p> <p>b. Penyusunan dan korupsi. SO 2 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan tentang penyusunan dan korupsi serta mekanisme pemenuhannya.</p> <p>c. Kontribusi politik.</p>
--	---

<p>Bagian D: Glossary dan Annex</p> <p>Annex 1: Sekilas tentang Global Reporting Initiative.</p> <p>Annex 2 : Hubungan antara Sustainability Reporting dengan Laporan Keuangan.</p>	<p>SO 3 Gambaran mengenai kebijakan, prosedur-prosedur/sistem manajemen dan mekanisme pemenuhan bagi pengelolaan pengaruh politik dan kontribusi politik.</p> <p>Tanggung jawab Produk</p> <p>a. Kesehatan dan keselamatan konsumen. PR 1 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dalam hal kesehatan dan keselamatan pelanggan melalui produk-produk dan jasa-jasanya.</p> <p>b. Produk-produk dan jasa-jasa PR 2 Gambaran tentang kebijakan-kebijakan dalam hal informasi produk dan <i>labeling</i> dan mekanisme pemenuhan.</p> <p>c. Respect terhadap privasi PR 3 Gambaran kebijakan-kebijakan dan sistem manajemen tentang privasi konsumen dan mekanisme pemenuhan.</p> <p><i>Glossary</i> berisi tentang makna dari istilah-istilah yang digunakan dalam laporan.</p> <p>GRI dibentuk pada tahun 1997 oleh CERES (<i>Coalition for Environmentally Responsible Economies</i>) dan UNEP (<i>United Nations Environment Programme</i>). Lembaga ini dibentuk untuk mengangkat praktek <i>Sustainability Reporting</i> pada suatu tingkatan yang setara dengan laporan keuangan. GRI menjalankan pekerjaannya dengan peran serta secara aktif dari berbagai pihak yaitu perusahaan-perusahaan, organisasi non pemerintah yang bergerak dibidang lingkungan dan sosial, organisasi akuntansi, unit dagang, investor-investor dan <i>stakeholder-stakeholder</i> lainnya diseluruh dunia. <i>Sustainability Reporting</i> memberikan informasi yang pada umumnya tidak disajikan dalam laporan keuangan. Informasi ini melengkapi informasi dalam laporan keuangan untuk meningkatkan pemahaman pemakai laporan tentang beberapa hal penting, yaitu informasi tentang sumber daya manusia suatu</p>
--	--

<p>Annex 3: Panduan dalam meningkatkan penerapan pedoman.</p>	<p>perusahaan, struktur kekuasaan, pengelolaan dampak lingkungan dan pinjaman serta kemampuan untuk melakukan inovasi.</p> <p>Dalam menerapkan GRI dengan pendekatan informal, suatu organisasi diberikan 4 pilihan mengenai bentuk laporan awal yang diterbitkan, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The Environmental Report</i>: <ol style="list-style-type: none"> a. Laporan ini diterbitkan oleh organisasi yang telah berpengalaman dalam menerbitkan laporan lingkungan. b. Organisasi pembuat laporan dapat memperoleh informasi tentang dampak lingkungan, namun sedikit atau tidak berpengalaman dalam melaporkan dimensi lainnya. c. Sistem dan proses pelaporan perlu dikembangkan dengan menggunakan masukan dari <i>stakeholder</i>. 2. <i>The Fragmented Report</i>: <ol style="list-style-type: none"> a. Organisasi pelapor dapat memperoleh data tentang kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. b. Sedikit atau bahkan tidak ada kesatuan antara tiga elemen tersebut. c. Tidak menyajikan kinerja perusahaan secara penuh. d. Data yang paling banyak disajikan adalah kinerja lingkungan dan yang paling sedikit disajikan adalah kinerja ekonomi. 3. <i>The Limited Three Dimensional Report</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Digunakan oleh organisasi yang baru memulai menerbitkan <i>Sustainability Reporting</i>. b. Informasi yang disajikan terbatas, namun seimbang antara informasi ekonomi, lingkungan dan sosial yang disajikan. 4. Penerapan secara penuh: Data yang disajikan dalam laporan ini sesuai dengan bagian C pedoman GRI.
<p>Annex 4: Kredibilitas dan jaminan.</p>	<p>GRI menganjurkan adanya konsultasi dengan <i>stakeholder</i> sebagai suatu cara yang terbaik untuk mengetahui pandangan dan harapan mereka secara</p>

<p>Annex 5: Indikator-indikator GRI.</p> <p>Annex 6: GRI Content Index</p>	<p>pasti tentang kredibilitas laporan. GRI menekankan adanya jaminan independen terhadap <i>Sustainability Reporting</i> sebagai suatu pendekatan yang ditempuh oleh organisasi pelapor dalam meningkatkan kredibilitas <i>Sustainability Reporting</i>.</p> <p>Indikator kinerja GRI berfungsi untuk memberikan informasi tentang dampak-dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang timbul dari aktivitas organisasi pembuat laporan dalam meningkatkan daya banding antar laporan dalam suatu organisasi.</p> <p>Penulisan <i>GRI Content Index</i> harus memenuhi syarat-syarat di bawah ini:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mudah dibaca. 2. singkat. 3. menyajikan letak informasi dalam laporan secara jelas. 4. mencantumkan seluruh elemen laporan GRI. 5. memungkinkan pemakai secara cepat menemukan elemen yang dicari dan letak elemen tersebut dalam laporan.
--	--

