

**PRAKTEK PENGUNGKAPAN SOSIAL PADA LAPORAN
KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN *GO PUBLIC* DI
INDONESIA**



Nama : Danang Suryatmodjo
Nomor Mahasiswa : 03312312

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**

**PRAKTEK PENGUNGKAPAN SOSIAL PADA LAPORAN
KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN *GO PUBLIC* DI
INDONESIA**



Nama : Danang Suryatmodjo
Nomor Mahasiswa : 03312312

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**

**PRAKTEK PENGUNGKAPAN SOSIAL PADA LAPORAN
KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN *GO PUBLIC* DI
INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salahsatu syarat untuk
Mencapai derajat strata-1 jurusan Akuntansi
Pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh :

Nama : Danang Suryatmodjo
Nomor Mahasiswa : 03312312

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Praktek Pengungkapan Sosial Pada Lapisan Keuangan Tahunan
Perusahaan Go Publik di Indonesia**

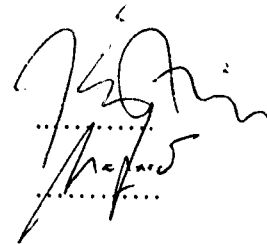
Disusun Oleh: **DANANG SURYATMODJO**

Nomor mahasiswa: 03312312

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 16 Juli 2007

Pembimbing Skripsi/Penguji : Dra. Yuni Nustini, MAFIS, Ak

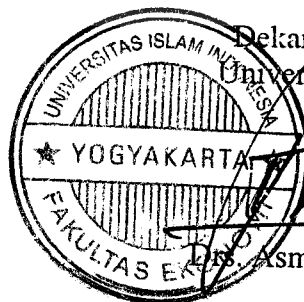
Penguji : Mahmudi, SE, M.Si, Ak

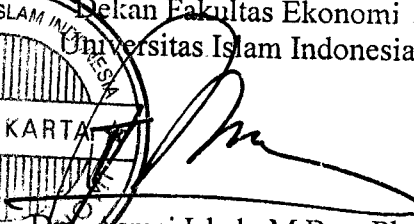


UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia




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

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 kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi/hukuman apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 25 Juni 2007

Penyusun

(Danang Suryatmodjo)

MOTO

To Be A Better Man



KATA PENGANTAR

Setelah hampir dua semester tahun ajaran, akhirnya terselesaikan juga skripsi ini untuk syarat kelulusan saya sebagai calon sarjana. Beribu rasa terimakasih yang saya haturkan yang tidak mungkin terbalas, namun hanya dengan ucapan rasa trimakasih yang sebesar-besarnya dari hati saya yang paling dalam sebagai simbolisasi ungkapan rasa balas budi yang baru bisa saya berikan. Ucapan Terimakasih saya haturkan :

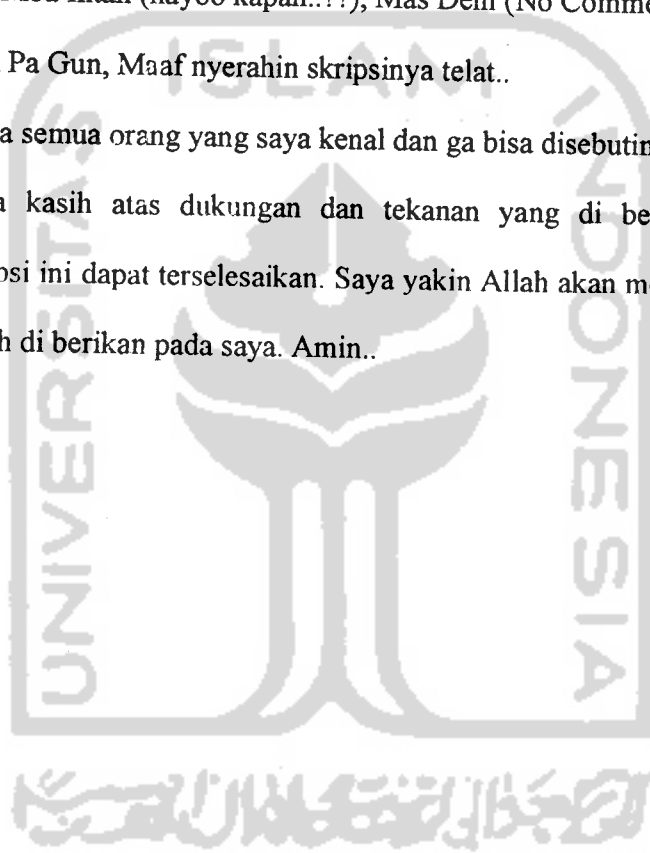
1. Alhamdulillah ucapan trimakasih ku yang tiada terhitung dalam bentuk rasa syukurku kupanjatkan Kepada Allah SWT yang dengan kesempatan dan karunia yang diberikan saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan selesainya skripsi ini dan membawa manfaat bagi orang lain dapat menambah keberkahanNya bagi yang memberikan sumbangsih bagi terselesaikannya skripsi ini. Serta pada Kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga Abdul-Muththalib beserta sahabat, dan revolisioner lain yang telah menjadikan sirahnya sebagai semangat motivasi perjuangan hidup ku.
2. Kepada Ibu Yuni Nustini Dra, MAFIS, AK. Selaku dosen pembimbing skripsi, atas segala kesabaran dan bimbingan yang beliau berikan sejak awal penyusunan skripsi hingga selesainya skripsi ini.
3. Kepada Umi dan Abiku, atas doa-doa, dukungan secara penuh baik moril maupun materil serta perhatian yang tiada habisnya dalam proses akademis

saya. Terima kasih juga sudah selalu berlaku bijak dalam permasalahan saya yang banyak dan memusingkan (maaf sering nyusahin. He..).

4. Kepada my sister "Kare". Walaupun ga ada sumbangsih dalam skripsi ini (kalo namanya ga dimasukin, ntar dimarahin ortu lagi..)
5. Kepada Dekan FE UII Bpk Asmai Ishak.
6. Kepada pa Agung S, (yang sabar ya, ngadeping orang kayak gini) mudah-mudahan skripsi ini bisa jadi pemicu untuk ke tahapan dakwah yang selanjutnya, Amin.. Temen-temen liqo, (thank's curhatnya.. Hee..)
7. Kepada sohib-sohibku, Ayya (thank's dukungannya), Mia (Makasih dah ngingetin terus and thank's your support..), Della (thank's for all), Amel (See U ya..)
8. Kepada Temen-temen satu komplotan di JAM, Eko Saloro, Pam-Pam, Nasir, Dinar, makasih dah bikin hidup lebih hidup.
9. Kepada temen-temen DPO Seperjuangan (Mba Naning, Ida, Siti, And Ir-Pun). Karena di sidang mubesnya bareng and senasib, jadi lulusnya bareng yo..
10. Kepada Temen-temen HSB, Mba Tuti (Afwan ya suka bandel.. Hee..), Mba Nurul (makasih pencerahannya) Met Berjuang...!
11. Kepada Temen-temen AMS tuk Mba Icha (Tenang aja, waktunya bentar lagi... Amin..)

12. Kepada Penghuni Asrama An-Naum, Nanang (Thank's Printernya), Kang Imam (Thank's Flashnya), Abe (Thank's for all), Ara (makasih dah ikhlas diisengin. Map bro..)
13. Kepada Kakak-kakak tiri ku.. He.. Pa Budi (Secepatnya dong, ntar tak balap lho..), Mba Intan (hayoo kapan..??), Mas Deni (No Comment..)
14. Kepada Pa Gun, Maaf nyerahin skripsinya telat..
15. Kepada semua orang yang saya kenal dan ga bisa disebutin semua..

Terima kasih atas dukungan dan tekanan yang di berikan kepada saya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Saya yakin Allah akan membalas segala jasa baik yang telah di berikan pada saya. Amin..



DAFTAR ISI

Halaman	Hal
	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Moto	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Lampiran	viii
Abstrak	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Metodologi Penelitian	8
1.6.1. Populasi	8
1.6.2. Variabel Penelitian	8
1.6.3. Instrumen Penelitian	9
1.6.4. Data	11
1.6.5. Teknik Analisa Data	11
1.6.6. Analisa Data	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
II.1. Definisi Akuntansi Pertanggung Jawaban Sosial	14

II.2.	Pengertian Stake Holder	16
II.3.	Ruang Lingkup Stake Holder	17
II.4.	Pro dan Kontra Tanggung Jawab Sosial	18
II.5.	Pandangan Model Keterlibatan Perusahaan	20
II.6.	Teori Kecenderungan Tanggung Jawab Sosial	21
II.7.	Pengelompokan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	23
II.8.	Bentuk Tanggung Jawab Sosial	29
II.9.	Lokasi Pengungkapan Sosial	30
II.10.	Pelaporan Kinerja Sosial	30
II.11.	Penelitian Terdahulu	32
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		35
III.1.	Pertanian	35
III.2.	Pertambangan	36
III.3.	Dasar Kimia	37
III.4.	Aneka Industri	45
III.5.	Barang Konsumsi	50
III.6.	Property & Real Estate	56
III.7.	Infrastruktur, Utilitas, & Transportasi.	60
III.8.	Keuangan	62
III.9.	Perdagangan, Jasa Investasi	66
BAB IV ANALISA DATA		77
IV.1.	Tahun 2003	77
IV.1.1.	Jumlah Sampel	77
IV.1.2.	Analisa Jumlah Praktek Pengungkapan Berdasarkan Tema.	80
IV.1.3.	Analisa Perusahaan Yang Melakukan Praktek Pengungkapan Sosial	89
IV.1.4.	Analisa Praktek Pengungkapan Sosial Berdasarkan Lokasi.	91
IV.1.5.	Analisa Pengungkapan Sosial Berdasarkan Metode Pengungkapan	94

IV.2. Tahun 2004	95
IV.2.1. Jumlah Sampel	95
IV.2.2. Analisa Jumlah Praktek Pengungkapan Berdasarkan Tema	98
IV.2.3. Analisa Perusahaan Yang Melakukan Praktek Pengungkapan Sosial	107
IV.2.4. Analisa Praktek Pengungkapan Sosial Berdasarkan Lokasi	109
IV.2.5. Analisa Pengungkapan Sosial Berdasarkan Metode Pengungkapan	113
IV.3. Tahun 2005	114
IV.3.1. Jumlah Sampel	114
IV.3.2. Analisa Jumlah Praktek Pengungkapan Berdasarkan Tema	117
IV.3.3. Analisa Perusahaan Yang Melakukan Praktek Pengungkapan Sosial	126
IV.3.4. Analisa Praktek Pengungkapan Sosial Berdasarkan Lokasi	128
IV.3.5. Analisa Pengungkapan Sosial Berdasarkan Metode Pengungkapan	132
IV.4. Deskripsi Perbandingan Antar Tahun	133
IV.4.1. Perbandingan Tema	133
IV.4.1.1. Konsumen dan Produk	133
IV.4.1.2. Lingkungan	135
IV.4.1.3. Mitra Bisnis (Pemerintah)	137
IV.4.1.4. Pemegang Saham	138
IV.4.1.5. Masyarakat	140
IV.4.1.6. Ketenaga Kerjaan	141
IV.4.2. Perbandingan Lokasi Pengungkapan Sosial	144
IV.4.2.1. Laporan Manajemen	144
IV.4.2.2. CALK	145
IV.4.2.3. Overview	146
IV.4.2.4. Future	148
IV.4.2.5. Analisa Manajemen	150
IV.4.3. Perbandingan Metode Pengungkapan	151
IV.4.3.1. Inventory Approach	151
IV.4.3.2. Cost Approach	153

IV.4.3.2. Progame Manajemen dan Cost & Benefit Approach	153
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	
V.1. Kesimpulan	155
V.2. Keterbatasan Penelitian	161
V.3. Saran	162
Daftar Pustaka	163



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1. Jumlah Perusahaan tahun 2003	78
Tabel 2. Tabel Pengungkapan Sosial Berdasarkan Jenis Industri Tahun 2003	79
Tabel 3. Tabel Jumlah Perusahaan Yang Melakukan Pengungkapan Berdasarkan Tema Tahun 2003	88
Tabel 4. Tabel Pengungkapan Oleh Perusahaan Sample Berdasarkan Lokasi Pengungkapan Tahun 2003	90
Tabel 5. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Berdasarkan Metode Mengungkapkan Tahun 2003	93
Tabel 6. Data Jumlah Perusahaan Tahun 2004	95
Tabel 7. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Tema Berdasarkan Jenis Industri 2004	
Tabel 8. Tabel Jumlah Perusahaan yang Melakukan Pengungkapan Berdasarkan Tema Tahun 2004	106
Tabel 9. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Berdasarkan Lokasi Pengungkapan Tahun 2004	108
Table 10. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Berdasarkan Metode Pengungkapan Tahun 2004	112
Tabel 11. Jumlah Perusahaan Tahun 2005	115
Tabel 12. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Tema Berdasarkan Jenis Industri 2005.	116
Tabel 13. Tabel Jumlah Perusahaan yang Melakukan Pengungkapan Berdasarkan Tema Tahun 2005	125
Tabel 14. Tabel Pengungkapan Perusahaan Sample Berdasarkan Lokasi Pengungkapan Tahun 2005	127
Table 15. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Berdasarkan Metode Pengungkapan	131

Tabel 16. Perbandingan Tema Tahun 2003 – 2005	133
Tabel 17. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Laporan Manajemen	144
Tabel 18. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di CALK	145
Tabel 19. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Overview	146
Tabel 20. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Future	148
Tabel 21. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Analisa Manajemen	150
Tabel 22. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan dengan Inventory Approach	151
Tabel 23. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan dengan Cost Approach	153
Tabel 24 . Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2003	166
Tabel 25. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2003	166
Tabel 26. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2003	167
Tabel 27. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2003	167
Tabel 28. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2003	168
Tabel 29. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2003	168
Tabel 30. Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2004	169
Tabel 31. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2004	169
Tabel 32. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2004	170
Tabel 33. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2004	170
Tabel 34. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2004	170
Tabel 35. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2004	171
Tabel 36. Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2005	172
Tabel 37. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2005	172
Tabel 38. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2005	173
Tabel 39. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2005	173
Tabel 40. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2005	174
Tabel 41. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2005	174

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Perkembangan Tema Konsumen	134
Gambar 2. Grafik Perkembangan Tema Lingkungan	135
Gambar 3. Grafik Perkembangan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah)	137
Gambar 4. Grafik Perkembangan Tema Pemilik Saham	138
Gambar 5. Grafik Perkembangan Tema Masyarakat	140
Gambar 6. Grafik Perkembangan Tema Tenaga Kerja	141
Gambar 7. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Lap. Man	144
Gambar 8. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di CALK	145
Gambar 9. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Overview	147
Gambar 10. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Future	149
Gambar 11. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di An. Man	150
Gambar 12. Grafik Perkembangan Pengungkapan Dengan Inventory Approach	152
Gambar 13. Grafik Perkembangan Pengungkapan Dengan Cost Approach	153

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tema Pengungkapan Sosial dan Penjabaran Kejadiannya	
Lampiran 2. Data Kegiatan Sosial tahun 2003	
Tabel 24 . Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2003	166
Tabel 25. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2003	166
Tabel 26. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2003	167
Tabel 27. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2003	167
Tabel 28. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2003	168
Tabel 29. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2003	168
Lampiran 3. Data Kegiatan Sosial tahun 2004	
Tabel 30. Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2004	169
Tabel 31. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2004	169
Tabel 32. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2004	170
Tabel 33. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2004	170
Tabel 34. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2004	170
Tabel 35. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2004	171
Lampiran 4. Data Kegiatan Sosial tahun 2005	
Tabel 36. Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2005	172
Tabel 37. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2005	172
Tabel 38. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2005	173
Tabel 39. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2005	173
Tabel 40. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2005	174
Tabel 41. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2005	174

ABSTRAKSI

Saat ini dalam dunia usaha timbul persaingan yang sangat ketat antar produsen. Hal ini menyebabkan para produsen berlomba-lomba menekan biaya yang dapat mengurangi laba mereka dan dapat kita katakan tidak menguntungkan secara jangka pendek. Diantaranya adalah biaya-biaya sosial, baik berupa biaya tenaga kerja, lingkungan, maupun masyarakat. Hal ini mengakibatkan banyak lingkungan perusahaan yang secara tidak langsung maupun secara langsung terkena dampak dari kegiatan operasional perusahaan. Sebut saja beberapa kasus seperti Freeport, Newmont, serta yang baru-baru ini Lapindo yang sebenarnya dapat dijadikan suatu moment penggugah kesadaran kita bersama akan pentingnya sosial. Masyarakat dan tenaga kerja jika dirugikan dapat melakukan protes, dan berteriak. Negara pun bisa melakukan pemberian sanksi tegas jika dirugikan. Namun tidak dengan alam, alam atau lingkungan hanya membisu jika dirugikan. Hal ini yang dapat mendorong adanya eksploitasi besar-besaran terhadap alam tanpa memikirkan adanya upaya konservasi yang bermanfaat secara jangka panjang. Beberapa kenyataan diatas mengakibatkan semakin besarnya tuntutan public terhadap perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial yang harus dilakukan perusahaan. Sehingga saat ini tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan bukan hanya sekedar kesukarelaan, namun sudah menjadi tuntutan bagi perusahaan walaupun belanti menjadi suatu kewajiban.

Dalam ilmu akuntansi, laporan keuangan merupakan suatu hal yang sangat penting. Laporan keuangan dapat berguna sebagai sarana pertanggung jawaban manajemen atas kinerjanya. Selain itu laporan keuangan juga dapat menggambarkan informasi-informasi yang penting untuk diambil keputusan penting yang bersifat ekonomis. Berhubungan dengan hal diatas, laporan keuangan dapat juga digunakan sebagai suatu sarana pertanggung jawaban manajemen terhadap lingkungan sosial. Laporan keuangan merupakan sebuah media penting yang dapat menggambarkan sebesar mana tanggung jawab perusahaan tersebut terhadap lingkungan sosialnya.

Alasan memilih judul ini adalah untuk mengetahui gambaran sejauh mana perusahaan-perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya. Penggambaran tersebut dapat kita peroleh dengan melakukan penggambaran terhadap seberapa besar pengungkapan laporan atau kinerja sosial pada laporan keuangan perusahaan yang menjadi media serta alat ukur pertanggung jawaban manajemen. Memang dalam melakukan pengungkapan sosial, di Indonesia belum memiliki standart serta batasan yang jelas. Namun penelitian ini bersadar pada teori-teori kecenderungan yang ada. Dalam penelitian ini akan digambarkan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan keuangannya yang nantinya akan dibagi berdasarkan kegiatan apa yang diungkapkan, melalui tema, lokasi pengungkapan pada laporan keuangan, serta metode yang digunakan oleh perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosial

BAB 1

I. Pendahuluan

I.1. Latar Belakang

Sejarah perkembangan ekonomi global yang memang secara nota benanya dikuasai dan di rekayasa oleh kaum kapitalis telah memberikan sebuah pematapan persepsi umum, bahwasanya ekonomi pasar adalah segalanya. Saat ini dalam dunia usaha timbul persaingan yang sangat ketat antar produsen. Hal ini menyebabkan para produsen berlomba-lomba menekan biaya yang dapat mengurangi laba mereka dan dapat kita katakana tidak menguntungkan secara jangka pendek. Diantaranya adalah biaya-biaya sosial, baik berupa biaya tenaga kerja, lingkungan, maupun masyarakat. Hal ini mengakibatkan banyak lingkungan perusahaan yang secara tidak langsung maupun secara langsung terkena dampak dari kegiatan operasional perusahaan. Sebut saja beberapa kasus seperti Freeport, Newmont, serta yang baru-baru ini Lapindo yang sebenarnya dapat dijadikan suatu moment penggugah kesadaran kita bersama akan pentingnya sosial. Masyarakat dan tenaga kerja jika dirugikan dapat melakukan protes, dan berteriak. Negara pun bisa melakukan pemberian sanksi tegas jika dirugikan. Namun tidak dengan alam, alam atau lingkungan hanya membisu jika dirugikan. Hal ini yang dapat mendorong adanya eksploitasi besar-besaran terhadap alam tanpa memikirkan adanya upaya konservasi yang bermanfaat secara jangka panjang. Beberapa kenyataan diatas mengakibatkan semakin besarnya tuntutan public terhadap perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial yang harus dilakukan

perusahaan. Sehingga saat ini tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan bukan hanya sekedar kesukarelaan, namun sudah menjadi tuntutan bagi perusahaan walaupun belum menjadi suatu kewajiban.

Dalam simposium akuntansi nasional ke 9 di paparkan. Secara logis dapat di jelaskan bahwa praktek akuntansi akan cenderung mengikuti perkembangan bisnis dunia. Dimana dalam akuntansi konvensional, pusat perhatian yang dilayani perusahaan adalah *stockholders* dan *bondholders* sedangkan pihak yang lain seperti masyarakat dan lingkungan sekitar tempat perusahaan tersebut beroperasi sering diabaikan. Dewasa ini dengan bertambah dewasa kesadaran masyarakat terhadap lingkungannya, yang di tuntut oleh kenyataan bahwa telah rusaknya lingkungan mereka akibat eksploitasi berlebihan yang dilakukan oleh para produsen sehingga tuntutan terhadap perusahaan terhadap kelestarian sosial dan lingkungan semakin besar. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Akan tetapi perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik.

Dewasa ini Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin

bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk bukan hanya memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya, namun juga bertanggung jawab terhadap tingkat kesejahteraan lingkungannya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Sehingga masyarakat juga menuntut agar perusahaan dengan secara konsisten memperhatikan dampak sosial yang di timbulkannya dan berupaya untuk mengatasi segala akibatnya yang disadari atau tidak, secara jangka panjang atau pendek memiliki dampak terhadap lingkungan (Harahap, 2000). Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggung jawaban Sosial. Owen (2005) mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif nampak menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial. Dari hasil studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada

stakeholder mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Manurut Henny dan Murtanto alasan perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosialnya adalah, manajemen perusahaan memerlukan informasi untuk menentukan efektivitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan sehingga dapat membandingkan biaya yang di keluarkan untuk pengungkapan dengan manfaat yang akan di dapat. Hal ini juga digunakan untuk menjaga keselarasan sosial dengan para stake holder, karena secara tidak langsung mereka dapat mempengaruhi omset atau pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan, dan untuk membedakan diri dengan para pesaing yang ada di pasar yang tidak melakukan pengungkapan tersebut. Sedangkan menurut Gray, dkk dalam buku teori akuntansi karangan Harahap : 2002, mengatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan sosial di latarbelakangi dengan keinginan perusahaan untuk menaikkan citra perusahaan di pasaran, dan menimbulkan asumsi bahwaperilaku perusahaan secara fundamental baik. Mereka juga berasumsi bahwa tujuan dari sebuah pengungkapan adalah untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dengan masyarakat, dan pengungkapan tersebut juga merupakan perpanjangan dari laporan keuangan tradiisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Secara peraturan yang ada di Indonesia memang belum menekankan bahwa perusahaan wajib untuk melakukan pengungkapan sosial pada laporan tahunannya. Dalam PSAK No. 1 Paragraf 9 menyatakan bahwa perusahaan boleh melakukan full

disclosure, yaitu pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan –seperti lingkungan- boleh dilakukan. Hal ini memang belum menyatakan sebuah ketegasandari pemerintah untuk mendesak perusahaan akan tanggung jawab sosialnya. Dengan berbagai alasan dan tuntutan di atas, pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan biasanya dilaporkan dalam Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK). Walaupun ada beberapa lokasi lain yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial seperti pada overview (selayang pandang), laporan manajemen, analisis manajemen, serta feature. Maka penulis mengambil judul “Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan *Go Public* di Indonesia”.

I.2. Rumusan Masalah

Dari berbagai uraian di atas, penulis menyimpulkan terdapat beberapa masalah yang akan di angkat, yaitu ingin mengetahui :

- Bagaimana kecenderungan keterlibatan perusahaan-perusahaan dalam kegiatan sosial serta tanggung jawabnya terhadap lingkungan sosial.
- Bagaimana praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *Go Public* di Indonesia.

I.3. Batasan Masalah

Jumlah perusahaan yang telah *go public* atau telah terlisting di bursa efek Jakarta pada tahun 2005 sebanyak 368 perusahaan, dengan pembagian 9 jenis industri. Namun karena di Indonesia belum ada peraturan (kecuali ketenagakerjaan) yang secara tertulis menyatakan tentang adanya suatu kewajiban bagi perusahaan-perusahaan yang telah *go public* untuk melakukan pengungkapan sosial, konsekuensinya saat ini belum semua perusahaan yang secara sadar melakukan kinerja dan pengungkapan informasi sosial. Selain itu, ada beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam melakukan penelitian ini, sehingga penelitian ini memiliki beberapa batasan masalah, antara lain:

- Perusahaan sample yang digunakan sebagai objek penelitian adalah perusahaan yang melakukan *full disclosure* dan pelaporan lengkap seperti manajemen / Overview / feature / dan lainnya dengan jangka periode pelaporan dari tahun 2003 hingga 2005. Pelaporan keuangan yang digunakan adalah laporan yang juga lengkap dalam pengungkapan sosialnya (adanya pengungkapan laporan aktifitas dan kepedulian sosial dan lingkungan pada lokasi tertentu serta menyajikan dan mengungkapkan item-item sosial tidak hanya di CALK saja (biasanya hanya beberapa saja yang diungkap) namun juga bisa melakukan pengungkapan pada lokasi lain dalam laporan tahunan perusahaan seperti pada pandangan manajemen / Overview / feature / dan lainnya

- Data laporan keuangan perusahaan yang diperoleh oleh penulis dari beberapa sumber seperti referensi FE UII, Internet dari situs indoexchange, dan dari website perusahaan yang dijadikan populasi.

I.4. Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki beberapa tujuan, yaitu :

- Ingin mengetahui apakah perusahaan-prusahaan go publik di Indonesia telah mengungkapkan hal-hal yang bersifat sosial sebagai wujud tanggung jawabnya terhadap stake holder, serta berapa banyak pengungkapan sosial yang diungkap oleh perusahaan-prusahaan go publik di Indonesia.
- Ingin mengetahui berapa besar prosentase pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan yang *go public*, berdasarkan tema dan lokasi pengungkapan, serta tema dan metode yang digunakan untuk pengungkapan akuntansi sosial.
- Gambaran secara teoritis tentang keuntungan yang di dapat jika perusahaan melakukan pengungkapan sosial pada laporan keuangan tahunannya.
- Mengetahui seberapa besar tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap dampak yang ditimbulkan pada lingkungannya.
- Ingin melakukan pemetaan terhadap perkembangan pelaporan lingkungan sejak tahun 2003 hingga tahun 2005 berdasarkan instrument yang telah di tetapkan berdasarkan dengan instrument yang telah ditetapkan.

I.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan penulis juga memiliki beberapa manfaat, yaitu :

- Mengetahui dan memahami bentuk tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap stake holdernya.
- Dapat melakukan pengungkapan informasi tentang aktifitas dan item-item sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan dan diungkap oleh perusahaan dalam laporan keuangan.

I.6. Metodologi Penelitian.

I.6.1. Populasi

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan semua perusahaan yang telah *go public* sebagai populasi penelitian. Dimana perusahaan *go public* adalah perusahaan yang kepemilikannya sudah dijual bebas ke masyarakat dan terlisting di bursa efek. Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan populasi perusahaan-perusahaan yang telah ter list di Bursa Efek Jakarta. Dimana jumlah perusahaan yang tercantum dalam Bursa Efek Jakarta pada tahun 2005 terdapat sejumlah 354 perusahaan per april 2006 yang terbagi menjadi 9 jenis industri. Perusahaan-perusahaan tersebut nantinya akan dikelompokkan sesuai dengan jenis industri. Penulis akan melakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan yang melakukan pengungkapan secara *Full disclosure* yaitu pengungkapan berbagai informasi internal perusahaan, dengan menggunakan data yang terdapat pada PRPM BEJ, perpustakaan referensi FE UII, Internet dari situs

indoexchange, dan dari website perusahaan yang dijadikan sample. Dengan kata lain, yang menjadi data sample penulis adalah perusahaan-perusahaan yang dapat ditemukan penulis dan melakukan *full disclosure*.

1.6.2. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variable yang di gunakan oleh penulis adalah pengungkapan sosial. Penulis menggunakan teori tema pengungkapan yang di jelaskan oleh Harahap : 2002 Dalam hal pengungkapan, akuntansi sosial di bagi menjadi 6 tema besar atau proksi, yang nantinya akan di jabarkan atau di rinci menjadi 16 bagian. Tema tersebut ialah :

1. Konsumen dan Produk
2. Lingkungan
3. Mitra bisnis (pemerintah)
4. Pemegang saham
5. Masyarakat
6. Tenaga kerja

Penulis memilih tema ini karena menurut pendekatan teori akuntansi kontemporer, banyak kalangan akademisi yang menilai bahwa stake holder perusahaan terdiri dari beberapa hal yaitu : lingkungan, tenaga kerja, masyarakat, pemerintah, konsumen dan produk, pemilik perusahaan. Sehingga berdasarkan teori tersebut penulis menilai bahwa tema yang telah tersedia dapat melingkupi secara keseluruhan.

I.6.3. Instrumen penelitian

Dalam penelitian kali ini penulis instrument yang digunakan oleh penulis adalah sebuah daftar pengungkapan sosial yang berisi pembagian pengungkapan sosial berdasarkan tema yang terbagi menjadi 6 proksi yaitu : lingkungan, tenaga kerja, masyarakat, pemerintah, konsumen dan produk, pemilik perusahaan. Dimana tema tersebut nantinya akan di jabarkan menjadi 48 bentuk aktifitas sosial perusahaan, yaitu : Tema Konsumen & Produk yang terdiri dari : Iklan dan layanan Masyarakat, Penelitian dan pengembangan produk, Sertifikasi produk, Upaya peningkatan kepuasan konsumen, Distribusi dan Produksi, Dan Lain-lain. Tema Lingkungan yang terdiri dari : Penggunaan Listrik Air Gas, bahan bakar, Penggunaan telepon, faximail, internet, Konservasi alam, Pemadam kebakaran, Sewa Pajak, dan retribusi , Pengembangan lokasi rekreasi, Izin, Dan lain-lain. Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) yang terdiri dari : Menaati kegiatan pemerintah, Membentuk lembaga pemerintahan sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkata kesejahteraan sosial masyarakat, Pengembangan dan inovasi management, Dan lain-lain. Tema Pemegang Saham yang terdiri dari : Sifat keterbukaan direksi kepada semua persero, Peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, Pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, Dan lain-lain. Tema Masyarakat yang terdiri dari : Sumbangan Bantuan sosial, Sponsorship kegiatan masyarakat, Pembangunan fasilitas umum, Bantuan pendidikan, Pemeliharaan fasilitas umum, Bantuan seni, budaya, dan olah raga, Dan

lain-lain. Tema Tenaga Kerja yang terdiri dari : Pendidikan dan pelatihan Karyawan, Gaji, Dana pension, Jamsostek, Fasilitas kesehatan karyawan, Tunjangan kesejahteraan karyawan, Fasilitas ibadah dan seni, Tunjangan karyawan, Tunjangan kematian, Cadangan biaya pengunduran diri karyawan, Cuti, Piutang karyawan, Koperasi karyawan, Perjalanan dinas dan transportasi, Koperasi karyawan, Asuransi, Iuran asosiasi, Jasa profesional dan manajemen, Turn over pekerja, Dan lain-lain

Sedangkan dari sisi lokasi pengungkapan, belum ada standart baku dalam bagian-bagian pengungkapan tambahan dalam laporan keuangan sehingga lokasi yang dipilih oleh penulis cenderung bersifat subjektif, melihat sebagian besar perusahaan menggolongkan lokasi atau bagian-bagian dalam laporan keuangan menjadi, antara lain : Overview (selayang pandang), Laporan Management, Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK), Analisis Management, Fitures (Prediksi kedepan)

Sedangkan dalam penggunaan metode pengungkapan, penulis akan mengelompokan data mejadi empat pendekatan metode pelaporan, sesuai dengan menurut dilley & Weigendt yang ditulis dalam Henny & Murtanto (2001 25 – 26) yaitu: Cost approach, Inventory approach, Cost benefit approach, Programe management approach.

I.6.4. Data

Data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian kali ini adalah jenis data sekunder, adalah data eksternal, data yang di dapatkan dari sumber-sumber literature yang mendukung penelitian seperti laporan keuangan tahunan perusahaan dari tahun

2003 hingga tahun 2005 yang di dapatkan dari beberapa sumber seperti refrensi FE UII, PRPM BEJ, Internet dari situs indoexchange, dan dari website perusahaan yang dijadikan sample atau yang melakukan *full disclosure*.

I.6.5. Teknik Analisa Data

Penulis menggunakan teknik analisa berupa metode observasi terhadap perilaku dan lingkungan sosial atau biasa disebut dengan *content analysis* yaitu dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk dijadikan sebagai penduga atas suatu teks, dimana teks yang ada nantinya akan di kodifikasikan menjadi beberapa kelompok atau kategori berdasarkan criteria yang telah di tetapkan serta dilakukan penggambaran mengenai situasi permasalahan tersebut (Nurdianto : 2002).

Dalam penelitian deksriptif kali ini penulis akan menganalisa sample dengan instrument penelitian yang telah di tentukan. Sebagai mana prosedur penelitian atau teknik analisa data sebagai berikut : pengumpulan data lapangan (laporan keuangan tahunan perusahaan *go public*), laporan keuangan tahunan perusahaan yang ada pada BEJ sebanyak 354 perusahaan yang akan dipilih berdasarkan syarat untuk menjadi sample yaitu yang melakukan *full disclosure*. Laporan keuangan tersebut nantinya akan dianalisa pengungkapannya berdasarkan variable penelitian yaitu kegiatan social yang dibagi menjadi 6 tema besar dan nantinya akan diperjelas menggunakan 48 jenis pengungkapan dengan jangka waktu periode pelaporan keuangan dari tahun 2003 – 2005. Laporan yang menyajikan informasi laporan pertanggung jawaban sosial secara detail tersebut nantinya akan di analisa item-item yang berhubungan dengan

pertanggung jawaban sosial dalam laporan keuangan menggunakan instrument penelitian yang memuat bentuk pengungkapan sosial (Jenis kegiatan), lokasi pengungkapan, serta metode pengungkapan. Setelah mendapatkan data, maka penulis akan melakukan pengelompokan data sesuai dengan tema, tema - lokasi, bentuk kegiatan sosial, serta tema - metode yang digunakan. Selanjutnya penulis akan melakukan tabulasi, atau perhitungan secara dekskriptif berdasarkan tema, lokasi serta metode yang digunakan dari hasil pengelompokan data tersebut, yang nantinya akan di gambarkan secara keseluruhan kondisi praktek pengungkapan social dan dijadikan kesimpulan penelitian, serta akan dilakukan perbandingan perkembangannya dari tahun 2003 hingga tahun 2005.

Dalam metode pengumpulan data, penulis menggunakan data laporan keuangan perusahaan tahun 2003 – 2004 yang tersedia di BEJ FE UII, down load website Bapepam, dan perusahaan yang masuk dalam sample.

I.6.5. Analisa Data

Sedangkan metode analisa data, penulis menggunakan cara pembuatan table komposisi berdasarkan Jenis industri - tema, Tema – Lokasi pengungkapan, Tema - Metode pengungkapan, Tema – Jenis kegiatan sosial, serta perbandingan antar tahun untuk melakukan statistic deskriptif untuk menggambarkan pengungkapan sosial perusahaan sample. Berdasarkan tabel tersebut penulis akan melakukan penggambaran atau deskriptif untuk mengetahui praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan go public di Indonesia dari tahun 2003 hingga tahun 2005.

BAB II

II. Kajian Pustaka

II.1. Definisi Akuntansi Pertanggung jawaban Sosial.

Akuntansi pertanggung jawaban sosial merupakan suatu disiplin ilmu dalam akuntansi yang memiliki prospek yang baik untuk melakukan pengembangan. Akuntansi pertanggung jawaban timbul dari penerapan akuntansi pada ilmu sosial, menyangkut pengaturan, pengukuran analisis, dan pengungkapan pengaruh ekonomi dan sosial dari kegiatan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mengukur dan melaporkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap lingkungannya. Secara definitif akuntansi pertanggung jawaban sosial (*Social Responsibility Accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi pertanggung jawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya. (Belkaoui, 2000)

Dalam SNA ke-9 no 24 di padang Fr. Reni. Rento Anggraini mengatakan bahwa pertanggung jawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility*

(CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Sedangkan menurut Gubernur Jogjakarta dalam sarasehan CSR mengatakan CSR merupakan pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, memenuhi kaidah-kaidah, dan keputusan hukum dan menghargai manusia, masyarakat serta lingkungan. Sedangkan akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan sebuah cara untuk menginformasikan keperdulian perusahaan terhadap sosial secara keseluruhan.

Dari sisi peraturan yang ada di Indonesia dalam PSAK per 1 Oktober 2004 paragraf 9 dinyatakan bahwa perusahaan juga dapat menyajikan laporan keuangan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*Value added statement*). khususnya bagi industri dimana factor-faktor lingkungan

hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peran penting. Disini menjelaskan belum adanya tuntutan yang jelas untuk melakukan pengungkapan kinerja sosial, dan dapat kita ketahui bahwa perusahaan yang melakukan pelaporan aktifitas sosial bukan karena peraturan, mereka melakukan pelaporan lingkungan lebih di sebabkan kerana tuntutan dari masyarakat yang semakin sadar akan kelestarian lingkungan. Peraturan perundang-undangan akuntansi atau PSAK belum secara resmi menyatakan bahwa hal ini wajib di laporkan.

II.2. Pengertian Stakeholder.

Akuntansi adalah suatu bentuk pertanggung jawaban perusahaan yang dikelola oleh manajemen sebagai pengelola asset terhadap pemilik asset. Namun, seiring dengan bergesernya waktu, dan perubahan persepsi masyarakat, maka perusahaan juga diuntut memberikan pertanggung jawabannya kepada masyarakat. Dimana masyarakat mulai sadar akan pentingnya peran mereka terhadap pertumbuhan perusahaan. Maka, pada saat ini definisi stakeholder bagi perusahaan sudah mulai di perluas. Perusahaan atau manajemen tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik asset saja, namun juga kepada masyarakat, pemerintah, budaya dan lingkungan yang terkena dampak usahanya. Freeman (1984) memberikan definisi sendiri tentang stakeholder, dimana stakeholder disertikan sebagai kelompok ataupun individu yang dipengaruhi atau sangat berpengaruh terhadap tercapainya visi dan tujuan perusahaan,

sehingga secara eksplisit dikatakan bahwa stakeholder sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan atau *going concern*.

Pendapat lain tentang stakeholder dikemukakan oleh Blair (1991), ia berpendapat bahwa stakeholder adalah kelompok atau individu yang memiliki kepentingan dan dapat pula mempengaruhi jalannya operasional perusahaan. Jika disimpulkan dari kedua pendapat diatas, maka dapat ditemukan sebuah kesamaan definisi, dimana mereka mendefinisikan stakeholder secara luas sebagai pihak-pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung memiliki kepentingan atau terpengaruh dengan adanya perusahaan.

II.3. Ruang Lingkup Stakeholder

Setelah mengetahui definisi stakeholder, maka beberapa literature seperti Keley, 1991 ; Kirby, 1998 dalam Henriques dan Sadorsky, 1999 dijelaskan dalam SNA Ke-6 bahwa mereka mengelompokkan stakeholder menjadi 4 ruang lingkup. Yaitu :

1. Regulasi pemerintahan (*Governmental Regulation*)

Yaitu peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Beberapa contoh peraturan pemerintah yaitu isin operasi, amdal, peraturan tenaga kerja, dll. Coghill (1999) juga berpendapat bahwa pemerintah juga berengaruh terhadap perusahaan.

2. Kelompok Masyarakat (*Community*)

Kelompok masyarakat adalah elemen dari konsumen, yang nantinya secara langsung akan mengkonsumsi produk yang di produksi oleh perusahaan. Kelompok lain yang dapat dimesukan dalam kategori ini adalah kelompok intitusi pendidikan.

3. Organisasi Lingkungan (*Enviromental Organisation*)

Menurut Freeman (1984) tujuan dari sebuah organisasi lingkungan adalah menghindari terjadinya eksploitasi alam seperti yang terjadi pada dewasa ini dengan alasan profit. Sehingga perusahaan memiliki control dan tekanan tanggung jawab terhadap eksploitasi alam yang mereka lakukan.

4. Media Masa (*masmedia*)

Menurut Moody (1995) media menyediakan informasi bagi perusahaan, dan juga merupakan alat publikasi bagi perusahaan terhadap publik guna mendapatkan image baik dari public atas aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan perusahaan.

II.4. Pro Kontra Tanggung Jawab Sosial.

Persoalan apakah perusahaan perlu mempunyai tanggung jawab sosial atau tidak, masih terus menjadi suatu perdebatan ilmiah yang memang menarik untuk diperbincangkan. Masing-masing pakar memiliki pendapat tersendiri, dan mereka pun mengklaim pendapat mereka yang paling benar. Dalam Harahap (2000) dijabarkan pendapat-pendapat para pakar, dari yang mendukung hingga yang tidak,

berikut alasan para pendukung agar perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab sosial.

1. keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini akan sangat menguntungkan perusahaan.
2. keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan, masyarakat, yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
3. meningkatkan nama baik perusahaan, menimbulkan simpatik langganan, simpati karyawan, investor, dan lain-lain. Sehingga mereka memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan.
4. menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Karena campur tangan pemerintah akan cenderung membatasi peran perusahaan.
5. dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma yang berlaku dalam perusahaan sehingga mendapatkan simpati masyarakat.
6. sesuai dengan keinginan para stakeholder.
7. mengurangi tensi kebencian masyarakat terhadap perusahaan yang kadang-kadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat tidak bisa dihindarkan.
8. membantu kepentingan nasional, seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni dan budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja, dan lain-lain.

Di pihak lain, alasan para pakar yang tidak menyetujui adanya konsep tanggung jawab sosial perusahaan ini adalah sebagai berikut.

1. mengalihkan perhatian utama perusahaan, yaitu mencari laba. Dan ini menimbulkan sebuah pemborosan yang akan merugikan perusahaan.
2. memungkinkan perusahaan memiliki keterlibatan dalam kekuasaan politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
3. dapat menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik, bukan yang pluralistik.
4. keterlibatan sosial melibatkan dana yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan atau penurunan tingkat pertumbuhan perusahaan.
5. keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga para ahli dan para ahli belum tentu dimiliki oleh perusahaan.

II.5. Pandangan Model Keterlibatan Perusahaan

Ada beberapa model tentang keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab sosial. Menurut Harahap : 2000 ada ketiga model pandangan, pandangan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Model Klasik

Menurut pandangan model klasik, perusahaan memiliki fungsi utama mencari laba sebanyak-banyaknya untuk memeperkaya pemilik modal, sehingga tidak perlu melakukan tanggung jawab sosial.

2. Model Manajemen

Menurut pendapat ini perusahaan adalah lembaga permanent yang hidup dan punya tujuan tersendiri. Manajemen sebagai orang yang dipercayai oleh

pemilik modal untuk mengelola modalnya bukan hanya saja bertanggung jawab terhadap pemilik modal, tetapi juga berhubungan langsung dengan factor-faktor yang mempengaruhi hidup matinya perusahaan, seperti karyawan, suplayer, konsumen, dan hal-hal yang secara langsung berpengaruh secara signifikan terhadap perusahaan (Frank X. Sutin dkk. 1956). Dengan demikian manajemen juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan yang ada di sekitarnya.

3. Model Lingkungan

Model ini mengatakan bahwa perusahaan meyakini bahwa kekuasaan ekonomi dan politik yang dimilikinya memiliki hubungan dengan kepentingan dari sosial dan bukan hanya semata-mata dari pasar. Konsekuensinya perusahaan harus berperan aktif dalam menyelesaikan masalah sosial yang ditimbulkan dengan adanya perusahaan tersebut.

II.6. Teori Kecenderungan Tanggung Jawab Sosial

Teori kecenderungan pengungkapan sosial yang diungkapkan oleh Gray et, al. (dalam Utomo, 2000 : 102 – 103) mengelompokan teori yang digunakan oleh para peneliti di bagi menjadi tiga kelompok, yaitu :

1. *Decision Usefulness Studies*

Menurut teori ini mengatakan bahwa pengungkapan sosial dilakukan karena informasi yang di butuhkan oleh para pemakai laporan keuangan dan di tempatkan pada posisi yang *moderately important*.

2. *Economic Theory Studies*

Dalam teori ini menyatakan bahwa pengungkapan sosial sebagai agen dari suatu principal yang mewakili seluruh interest group perusahaan, sehingga hal ini mendorong pihak management untuk melakukan pengungkapan sosial.

3. *Sosial and Political Theory Studies*

Teori dalam hal ini menggunakan teori stake holder, teor legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori stake holder menyatakan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stake holder, sesuai dengan definisi stake holder sebelumnya, dimana masyarakat, pemerintah merupakan bagian dari stake holder tersebut. Sehingga mau tidak mau perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap stake holder tersebut. Sedangkan dalam teori Legitimasi Perusahaan, Lindbolm (dalam utomo, 2000 : 103) mengatakan bahwa dengan melakukan sosial disclosure maka perusahaan keberadaan aktifitasnya terlegitimasi. Pada teori ekonomi politik seperti yang dikemukakan oleh Jackson (dalam Utomo, 2000 : 103) mengatakan bahwa pengungkapan sosial merupakan ungkapan dari reaksi terhadap tekanan-tekanan lingkungannya agar perusahaan merasa eksisten dan aktifitasnya terlegitimasi.

Sedangkan menurut Aris : 2000 berpendapat bahwa pengungkapan sosial dilakukan oleh perusahaan dikarenakan :

1. Perusahaan ada karena diakui oleh masyarakat, karena masyarakat adalah sumber eksistensi perusahaan. Sehingga ketika perusahaan tersebut tidak diakui oleh masyarakat, maka perusahaan tidak akan dapat berjalan.

2. Pemahaman adanya kontrak perusahaan dengan Negara.
3. Terkaitnya perusahaan dalam hirarki kebutuhan, bahwa kebutuhan merupakan fungsi dari tingkat pencapaian ekonomi.
4. Perusahaan mestinya mengakui pentingnya mengantisipasi opini public atas masalah sosial. Karena dengan buruknya opini public atas perusahaan tersebut maka perusahaan akan kehilangan eksistensinya.

II.7. Pengelompokan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Dari sisi tema pengungkapan, Darwin (2004) dalam SNA ke-9 mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial.

Kategori	Aspek
Kinerja Ekonomi	
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik
Kinerja Lingkungan	
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air, Keanekaragaman hayati (<i>biodiversity</i>), emisi, sungai, dan sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan, dan angkutan
Kinerja Sosial	

Praktik Kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan <i>training</i> , kesempatan kerja
Hak manusia.	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja di bawah umur, kedisiplinan, keamanan, dll
Sosial	Komunitas, korupsi, kompetisi dan penetapan harga
Tanggung jawab terhadap produk.	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak Pribadi.

Menurut Zhegal & Ahmed (1990) dalam SNA ke-9 mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sbb.:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Menurut Muslim Utomo dalam pengungkapan laporan sosial terbagi menjadi 3 tema besar, yaitu :

1. Kemasyarakatan.
2. konsumen dan produk
3. tenaga kerja

sedangkan tema lingkungan hidup dan energi hanya digunakan oleh perusahaan manufacture, Karena perusahaan tersebut yang secara langsung menimbulkan efek terhadap lingkungan.

Sedangkan menurut Harahap : 2000 Dalam hal pengungkapan, akuntansi sosial di bagi menjadi 6 tema besar atau proksi. Yang nantinya akan di jabarkan atau di rinci menjadi 16 bagian. Tema tersebut ialah :

Lingkungan :

- Polusi,
- Pencegahan kerusakan lingkungan, konservasi sumberdaya alam, dan lain-lain.

Energi :

- Konservasi energi,

- Penghematan, dan lain-lain

Praktik Usaha yang Fair :

- Merekrut pegawai dari minoritas dan peningkatan kemampuannya,
- Penggunaan tenaga wanita,
- Pembukaan unit usaha di luar negeri, dan lain-lain

Sumber Tenaga Manusia

- Kesehatan dan keamanan pegawai,
- Training, dan lain-lain.

Keterlibatan Terhadap Masyarakat

- Kegiatan masyarakat sekitar,
- Bantuan kesehatan
- Pendidikan
- Seni, dan lain-lain.

Produksi :

- Keamanan produksi,
- Mengurangi polusi,
- Keracunan, dan lain-lain.

Hal-hal diatas adalah pembagian wilayah dalam pengungkapan akuntansi sosial. Namun, secara bentuk riil kegiatan, KAP Erns & Young (1971), K. Davis dan Blomstrom (1971), dan Comite for economic Development, dalam Harahap : 2000 dijelaskan bahwa mereka telah merumuskan tentang pengungkapan sosial di

jabarkan kembali menjadi 48 bagian. Harahap : 2002 juga melakukan revisi dalam teori sebelumnya. Bentuk kegiatan sosial adalah sebagai berikut:

Konsumen & Produk

- Iklan dan layanan Masyarakat,
- Penelitian dan pengembangan produk,
- Sertifikasi produk,
- Upaya peningkatan kepuasan konsumen,
- Distribusi dan Produksi,
- Dan Lain-lain

Lingkungan

- Penggunaan Listrik, Air, Gas, bahan baker,
- Peenggunaan telepon, faximail, internet,
- Konservasi alam
- Pemadam kebakaran
- Sewa
- Pajak dan retribusi
- Pengembangan lokasi rekreasi
- Izin
- Dan lain-lain

Mitra Bisnis (Pemerintah)

- Menaaati kegiatan pemerintah,

- Membantu lembaga pemerintahan sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat,
- Pengembangan dan inovasi management,
- Dan lain-lain.

Pemegang Saham

- Sifat keterbukaan direksi kepada semua persero,
- Peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan,
- Pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial,
- Dan lain-lain.

Masyarakat

- Sumbangan / Bantuan sosial,
- Sponsorship kegiatan masyarakat,
- Pembangunan fasilitas umum,
- Bantuan pendidikan,
- Pemeliharaan fasilitas umum,
- Bantuan seni, budaya, dan olah raga,
- Dan lain-lain,

Tenaga Kerja

- Pendidikan dan pelatihan Karyawan,
- Gaji,
- Dana pension,

- Jamsostek,
- Fasilitas kesehatan karyawan,
- Tunjangan kesejahteraan karyawan,
- Fasilitas ibadah dan seni,
- Tunjangan karyawan,
- Tunjangan kematian,
- Cadangan biaya pengunduran diri karyawan,
- Cuti,
- Piutang karyawan,
- Koperasi karyawan,
- Perjalanan dinas dan transportasi,
- Koperasi karyawan,
- Asuransi,
- Iuran asosiasi,
- Jasa profesional dan manajemen,
- Turn over pekerja,
- Dan lain-lain

II.8. Bentuk Tanggung Jawab Sosial

Dalam Harahap (2000) Bradshaw mengatakan bahwa bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan ada 3, yaitu :

1. *Corporate Philanthropy*, di sini tanggung jawab perusahaan berada sebatas kedermawanan atau kerelaahn belum sampai pada tanggung jawabnya.
2. *Corporate Responsibility*, disini kegiatan sosial sudah merupakan pertanggung jawaban perusahaan, hal ini bisa di sebabkan karena ketentuan UU atau memang sudah merupakan kesadaran perusahaan akan tanggung jawabnya.
3. *Corporate Policy*, tanggung jawab sosial sudah merupakan bagian dari kebijakannya.

II.9. Lokasi Pengungkapan sosial

Sedangkan dalam hal lokasi pengungkapan, kebanyakan secara umum perusahaan melakukan pengungkapan hal-hal di atas di paparkan dengan berbagai lokasi pengungkapan, antara lain :

- Overview (selayang pandang)
- Laporan Management
- Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK)
- Analisis Management
- Fiture

II.10. Pelaporan Kinerja Sosial

Pelaporan kinerja sosial, menurut Dilley & Weigendt yang ditulis dalam Henny & Murtanto (2001, 25 – 26) metode yang biasanya di gunakan dalam pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan management, terdiri dari beberapa pengungkapan, diantaranya :

1. Pemeriksaan sosial

Dalam cara ini auditor membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, setelah itu auditor melakukan analisa atas dampak yang terjadi dari aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, auditor akan mengungkapkan semua dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas sosial perusahaan dari dampak negative hingga positif yang ada dalam masyarakat.

2. Laporan sosial

Dalam cara ini perusahaan melakukan pengungkapan sosial dengan menggunakan beberapa metode, antara lain :

- Cost approach

Dalam metode ini perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dengan pengungkapan besarnya pengeluaran pada masing-masing aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan.

- Inventory approach

Dalam metode ini perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktifitas-aktifitas sosial perusahaan. Daftar ini memuat semua aktifitas perusahaan baik positif maupun negative.

- Cost benefit approach

Dalam metode ini perusahaan melakukan pengungkapan aktifitas perusahaan yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktifitas.

- Programe management approach.

Dalam metode ini perusahaan tidak hanya mengungkap aktifitas sosialnya saja, namun juga ada pengungkapan tujuan dan hasil yang di capai dari aktifitas tersebut yang telah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

3. Disclosure in annual report

Perusahaan melakukan pengungkapan pertanggung jawaban sosial dalam laporan keuangan, biasanya pengungkapan tersebut tertera pada Overview (selayang pandang), Laporan Management, Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK), Analisis Management, Future

II.11. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas mengenai isu-isu pertanggung jawaban dan akuntansi sosial perusahaan terdiri dari Bambang Sudibya (1998) yang menyatakan tentang rendahnya kesadaran pengungkapan akuntansi pertanggung jawaban sosial perusahaan di Indonesia; penelitian yang dilakukan oleh Andrew, et.al

(1989) di Malaysia yang membuktikan bahwasanya pengungkapan sosial adalah hal yang lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan; William (1993) di Amerika Serikat dengan kesimpulan studi bahwa lingkungan sosial perusahaan adalah penting untuk di publikasikan oleh media masa; Adan et, al. (1997) di 6 negara Eropa : Prancis, Jerman Swiss, Inggris, dan Belanda dengan kesimpulan perusahaan besar akan mengungkapkan akuntansi sosial yang lebih besar di banding dengan perusahaan kecil; Tsang dan Erik WK (1998) di negara Singapore pengungkapan sosial pada laporan keuangan merupakan hal yang lazim; Penelitian yang dilakukan oleh Irene Henriques dan Sadorsky (1999) di Kanada pertanggung jawaban sosial merupakan sebuah perhatian utama bagi perusahaan; Coghill (1999) dengan hasil studi pemerintah dan masyarakat memiliki peran yang cukup signifikan terhadap perusahaan; penelitian yang dilakukan oleh Muslim Utomo (2000) dengan tiga tema pengungkapan, di Indonesia praktek pengungkapan sosial masih rendah; Heny dan Murtanto (2000) juga di Indonesia dengan enam tema pengungkapan, bahwasanya pengungkapan sosial perusahaan di Indonesia masih sangat rendah.

Menurut penelitian terdahulu yang juga dilakukan oleh Sdr. Istin (mahasiswa akuntansi UII, 2000) dengan menggunakan sample sebanyak 24 perusahaan, laporan keuangan dengan jarak waktu 2001-2002 dengan instrument penelitian pemetaan berdasarkan Tema pengungkapan, Lokasi pengungkapan, serta metode pengungkapan memberikan beberapa kesimpulan. Antara lain :

- bahwa tema tenaga kerja tenaga kerja menempati tempat pengungkapan paling banyak dengan rata-rata pengungkapan sebesar 14,46 % dari total pengungkapan.
- Perusahaann-perusahaan di Indonesia masih melakukan pengungkapan rata-rata sebesar 53,76 %. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan sosial di Indonesia masih tergolong rendah. Rata-rata perusahaan di Indonesian melakukan pengungkapan aktifitas-aktifitas sosialnya pada Catatan Atas Laporan Keuangan. Dengan kebanyakan pengungkapan menggunakan metode Inventory approach, dimana dalam metode ini perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktifitas-aktifitas sosial perusahaan. Daftar ini memuat semua aktifitas perusahaan baik positif maupun negative.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berikut kami sajikan sekilas data tentang perusahaan-perusahaan yang diajikan sample dalam penelitian ini, berdasarkan jenis Industri.

III.1. Pertanian

PT Perkebunan Nusantara

PT Perkebunan Nusantara, Perusahaan perkebunan milik negara di Jawa Barat dan Banten berasal dari perusahaan perkebunan milik pemerintah Belanda, yang ketika penyerahan kedaulatan secara otomatis menjadi milik pemerintah Republik Indonesia, yang kemudian dikenal dengan nama Perusahaan Perkebunan Negara (PPN) Lama. Antara tahun 1957 – 1960 dalam rangka nasionalisasi atas perusahaan-perusahaan perkebunan eks milik swasta

PT Bakrie Sumatera Plantations

PT Perkebunan Nusantara, Perusahaan perkebunan milik negara di Sumatera Utara berasal dari perusahaan perkebunan milik pemerintah Belanda, yang didirikan pada tahun 1911. Perusahaan ini bergerak di bidang perkebunan, dan pengolahan serta penjualan hasil perkebunan dan tanaman. Perusahaan berdomisili di Sumatera Utara, dan memulai kegiatan komersialnya pada tahun 1911.

PT Astra Argo Lestari

PT Astra Argo Lestari, Perusahaan didirikan pada tanggal 3 Oktober 1988. Perusahaan ini bergerak di bidang perkebunan, perdagangan umum, perindustrian, pengangkutan, jasa, dan konsultasi. Perusahaan berdomisili di Jakarta serta memiliki perkebunan di Sulawesi dan Kalimantan. Perusahaan memulai kegiatan komersialnya pada tahun 1995.

PT Cipendawa

PT Cipendawa, Tbk. didirikan pada tahun 1970. Perusahaan bergerak dalam bidang peternakan ayam ras. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1970.

III.2. Pertambangan

PT Tambang Batu Bara Bukit Asam

PT Tambang Batu Bara Bukit Asam, Tbk. didirikan pada tanggal 2 Maret 1981. Perusahaan bergerak dalam bidang penambangan batu bara. Perusahaan berkantor pusat Perusahaan berkedudukan di Sumatera Barat. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1981.

PT Apexindo

PT Apexindo Pratama Duta, Tbk. didirikan pada tahun 1990 yang merupakan pecahan atau anak perusahaan dari PT Medco Energy. Perusahaan bergerak dalam bidang penambangan Mineral dan gas bumi. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1991.

PT Aneka Tambang

PT Aneka Tambang, Tbk. didirikan pada tahun 5 juli 1968. Perusahaan bergerak dalam bidang pertambangan, penggalian, perdagangan, perindustrian. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1970. saat ini kantor pusat perusahaan berkedudukan di gedung antam. Jln TB Simatupang, Jaksel.

PT International Nickel Indonesia

PT International Nickel Indonesia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 25 Juli 1968. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri eksplorasi dan penambangan, pengelolaan, penyimpanan, pengangkutan, pemasaran nickel beserta produk tambang lainnya. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Sorowako dan Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1969.

PT TIMAH

PT Timah Tbk. didirikan pada tanggal 2 Agustus 1976. Perusahaan bergerak dalam bidang pertambangan, perindustrian, perdagangan, pengangkutan, dan jasa. Kegiatan utama Perusahaan adalah berfungsi sebagai perusahaan induk yang melakukan kegiatan investasi dan melakukan jasa pemasaran kepada Grup. Perusahaan berkantor pusat Perusahaan berkedudukan di Pangkalpinang. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1976.

III.3. Dasar Kimia

PT Indocement Tungal Prakarsa

PT Indocement Tungal Prakarsa, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 16 Januari 1985. Perusahaan bergerak dalam jasa Industri produksi semen, bahan

bangunan, konstruksi dan perdagangan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Wisma Indocement, Jakarta. dan memulai operasi komersial pada 1985.

PT Semen Gresik

PT Semen Gresik, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 25 Maret 1953. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri semen. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di Tuban, Gresik, Jawa Timur. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 17 Agustus 1957.

PT Asahimas Flat Glass

PT Asahimas Flat Glass, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 7 Oktober 1971. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi, ekspor dan import lembaran kaca dan kaca automotive. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1973.

PT Mulia Industrindo

PT Mulia Industrindo, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 5 November 1986. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi Keramik, float glass, glass container, glass block, and safety glass. Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1986.

PT Indal Alumunium

PT Indal Alumunium, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 16 Juni 1971. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi almunium sheet, papan gypsum, dan extrusion plant. kantor pusat perusahaan berkedudukan di Surabaya dengan lokasi pabrik di Sidoarjo. Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1972.

PT Kageo Igar Jaya

PT Kageo Igar Jaya, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 30 Oktober 1975. Perusahaan bergerak dalam industri wadah dan kemasan dari bahan plastik (seperti botol plastik, tabung-tabung suntik dan tempat kosmetika) yang digunakan untuk keperluan industri farmasi, makanan dan kosmetika, dan kegiatan investasi pada perusahaan lain. Perusahaan memulai kegiatan komersial pada tahun 1977. Perusahaan berdomisili di Bekasi, kantor pusat dan pabrik Perusahaan terletak di Jalan Raya Sultan Agung Km. 28,5 Bekasi.

PT Surya Toto Indonesia Tbk.

PT Surya Toto Indonesia Tbk. ("Perusahaan") didirikan tanggal 11 Juli 1977 dalam rangka Undang-Undang Penanaman Modal Asing No. 1, tahun 1967 berdasarkan akta yang dibuat di hadapan notaris Kartini Mulyadi, SH No. 88, tahun 1977. Sesuai dengan anggaran dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan meliputi memproduksi dan menjual produk sanitary dan fitting serta kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan dengannya. Perusahaan memulai operasinya sejak Pebruari 1979.

PT Jakarta Kyoei Steel Works

PT Jakarta Kyoei Steel Works, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 7 Januari 1974. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri pembuatan dan perdagangan besi beton. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1976.

PT Beton jaya Manunggal

PT Betonjaya Manunggal, Tbk didirikan di Jawa Timur pada tanggal 27 Februari 1995. Perusahaan bergerak dalam Industri besi dan baja. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jawa Timur dan Perusahaan mulai berproduksi secara komersial pada 1996.

PT Citra Turbindo

PT Citra Tubindo, Tbk didirikan di Batam pada tanggal 23 Agustus 1983. Perusahaan bergerak dalam bidang Penedia fasilitas untuk industri minyak. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Batam dan memulai operasi komersial pada 1984.

PT Jaya Pari Steel

PT Jaya Pari Steel, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 18 Juli 1973. Perusahaan bergerak dalam Bidang industry besi dan baja. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Surabaya dan memulai operasi komersial pada 1976.

PT LION METAL WORKS

PT LION METAL WORKS, Tbk didirikan di Indonesia pada 16 Agustus 1972. Perusahaan bergerak dalam Bidang industri peralatan kantor dan pabrikasi lainnya dari logam. Saat ini, kegiatan utama Perusahaan adalah memproduksi peralatan kantor dan rumah sakit, seperti lemari arsip (filing cabinet), meja dan kursi kerja serta lemari penyimpanan obat; lemari besi; perlengkapan gudang, seperti rak tingkat dan pallet; penyangga kabel (cable ladder) dan pabrikasi lainnya dari logam. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Perusahaan dan salah satu dari dua pabriknya berkedudukan di Jalan Raya Bekasi, Km. 24, Cakung, Jakarta

Timur sedangkan pabrik yang lain berkedudukan di Jalan Flamboyan Desa Siring, Porong, Sidoarjo, Jawa Timur.

PT LION MESH PRIMA

PT LIONMESH PRIMA, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 14 Desember 1982. Perusahaan bergerak dalam Bidang industri besi kawat seperti weldmesh, steel mill, concrete casting products dan sejenisnya dan steel fabrication. Per 31 Desember 2003, Perusahaan hanya bergerak dalam usaha manufaktur weldmesh. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1984. Perusahaan dan salah satu dari dua pabriknya berkedudukan di Jalan Raya Bekasi, Km. 24, Cakung, Jakarta Timur sedangkan pabrik yang lain berkedudukan di Jalan Flamboyan Desa Siring, Porong, Sidoarjo, Jawa Timur.

PT INTAN WIJAYA INTERNASIONAL

PT Intanwijaya INTERNASIONAL, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 14 November 1981. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri manufaktur Formaldehyde. Pada saat ini produk Perusahaan terutama adalah Formaldehyde Resin (perekat kayu). Kantor pusat Perusahaan beralamat di Wisma IWI lantai 5, Jln. Perjuangan Jalur Lambat Tomang Tol, Jakarta Barat dan memulai operasi komersial pada 1982.

PT Resource Alam Indonesia

PT Resource Alam Indonesia, Tbk didirikan di Pontianak pada tanggal 8 Juli 1981. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri pembuatan formalin dan kayu lapis.

Perusahaan berdomisili di Pontianak dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1983.

PT Enterindo Wahana Utama

PT Enterindo Wahana Utama, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 6 Maret 1992. Perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan, pembangunan dan perindustrian. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1996.

PT UNGGUL INDAH CAHAYA

PT Unggul Indah Cahaya Tbk. (Perusahaan) didirikan di Republik Indonesia dalam rangka Undang-undang Penanaman Modal Asing No. 1, Tahun 1967, Pada tanggal 3 Mei 1983. Berdasarkan Pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan antara lain mencakup bidang usaha industri kimia alkylbenzene dan kegiatan usaha lain yang berkaitan, jasa angkutan darat dan penampungan barang impor, konstruksi properti serta penyewaan ruang perkantoran. Saat ini, Perusahaan terutama bergerak dalam industri kimia alkylbenzene, yang merupakan bahan baku utama pembuatan deterjen. Perusahaan berkedudukan di Jakarta, sedangkan pabriknya berlokasi di Merak, Banten. Kantor Pusat Perusahaan beralamat di Wisma UIC, Jl. Jend. Gatot Subroto, Kav. 6-7, Jakarta. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan November 1985.

PT Dyna plast

PT Dyna plast, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 16 November 1959. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi komponen, kemasan dan lembaran

plastik. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1960.

PT Sumalindo Lestari

PT Sumalindo Lestari, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 14 April 1980. Perusahaan bergerak dalam bidang pengolahan kayu dan pengusahaan hutan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di menara bank Danamon sedangkan pabrik perusahaan berdomisili di Kalimantan Timur. Perusahaan memulai operasi komersial pada 1960.

PT Summit Plast

PT Summit Plast, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 14 Desember 1991. Perusahaan bergerak dalam bidang pembuatan komponen dan kemasan plastik. Perusahaan berkantor pusat di Tangerang dengan kantor pusat di Lemahabang, Bekasi. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1992.

PT Japfa Comfeed Indonesia

PT Japfa Comfeed Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 18 Januari 1971. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri Pengolahan segala macam bahan untuk pembuatan/produksi bahan makanan hewan, kopra dan bahan lain yang mengandung minyak nabati, cassave (gaplek) dan lain-lain. Mengusahakan pembibitan, peternakan ayam dan usaha peternakan lainnya, meliputi budi daya seluruh jenis peternakan, perunggasan, perikanan dan usaha lain yang terkait. Perusahaan berdomisili di Klaten Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1971.

dan memulai operasi komersial pada 1917.

PT Barito Pasific Timber

PT Barito Pasific Timber, Tbk didirikan di Pontianak pada tanggal 4 April 1979. Perusahaan bergerak dalam bidang industri perdagangan, eksplorasi dan pengolahan hutan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Pontianak dan memulai operasi komersial pada 1972.

PT Daya Sakti Unggul Corp

PT Daya Sakti Unggul Corp, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 28 Maret 1980. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri pengolahan kayu lapis, veneer, dan kayu gergaji umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1982.

PT Tirta mahakam Plywood Industries

PT Tirta mahakam Plywood Industries didirikan di Indonesia pada tanggal 21 April 1981, perusahaan bergerak di bidang penjualan kayu lapis dan sejenis. Perusahaan yang memulai produksinya komersialnya pada November 1983 ini berkedudukan kantor pusat di Jakarta dengan lokasi pabrik di Samarinda dan Gresik.

PT Fajar Surya Wisesa

PT Fajar Surya Wisesa, Tbk didirikan di Bekasi pada tanggal 13 Juni 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang Manufacture kertas. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Bekasi dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Indah Kiat Pulp & Paper

PT Indah Kiat Pulp & Paper, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 7 Desember 1976. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri Pulp dan kertas, jasa pelabuhan, pertambangan, perdagangan, dan perhutanan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1978.

PT SURABAYA AGUNG INDUSTRI PULP & KERTAS

PT SURABAYA AGUNG INDUSTRI PULP & KERTAS, Tbk. didirikan pada tanggal 31 Agustus 1973. Sesuai dengan Pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah dalam bidang industri kertas serta industri yang terkait dengan bidang tersebut. Perusahaan berkedudukan di Jalan Kedungoro No. 60, Surabaya, sedangkan pabriknya berlokasi di Driyorejo, Gresik, Jawa Timur. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1976.

PT Pabrik Kertas Twiji Kimia

PT Pabrik Kertas Twiji Kimia Tbk, didirikan pada tanggal 2 Oktober 1972. Perusahaan bergerak di bidang industri kertas, pulp, dan hasil-hasil produksi kertas. Perusahaan berkedudukan di Sidoarjo Jawa Timur, dan memulai operasi komersialnya pada tahun 1977.

PT Suparma

PT Suparma Tbk, didirikan pada tanggal 25 Agustus 1976. Perusahaan bergerak di bidang industri kertas, pulp, dan hasil-hasil produksi kertas. Perusahaan berkedudukan di Jawa Timur, dan memulai operasi komersialnya pada tahun 1978.

III.4. Aneka Industri

PT Astra International

PT Astra International, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 20 februari 1957. Perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan, perindustrian, penambangan, pengangkutan, pertanian, pembangunan, dan jasa konsultasi. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1957.

PT Astra Otoparts

PT Astra Otoparts, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 20 September 1991. Perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan suku cadang kendaraan baik ekspor maupun impor. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1992.

PT Nipress

PT Nipress, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 24 April 1975. Perusahaan bergerak dalam bidang industri Accu. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Cileungsi, Bogor dan memulai operasi komersial pada 1957.

PT Branta Mulia

PT Branta Mulia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 8 Juli 1981. Perusahaan bergerak dalam bidang usaha Industri pembuatan dan penjualan ban. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1987.

PT Indospring

PT Indospring, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 5 Mei 1978. Perusahaan bergerak dalam industri *spare parts* kendaraan bermotor khususnya

pegas, yang berupa *leaf spring* (pegas daun) dan *coil spring* (pegas spiral) beralamat di Jalan Mayjend Sungkono No. 10, Segoromadu, Gresik 61101, Jawa Timur. Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada tahun 1979.

PT Prima Alloy Steel Universal

PT Prima Alloy Steel Universal, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 20 Februari 1984. industri rim, stabilizer dan peralatan lain dari alloy aluminium dan baja, serta perdagangan umum untuk produk-produk tersebut. Kantor dan pabrik Perusahaan berlokasi di Jalan Muncul No. 1, Gedangan, Sidoarjo, Jawa Timur. Perusahaan mulai beroperasi komersial pada tahun 1986.

PT Argo Pantes

PT Argo Pantes, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 12 Juli 1977. Perusahaan bergerak dalam manufacture produk tekstil. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1980.

PT Apac Citra Centertex

PT Apac Citra Centertex, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 10 Pebruari 1987. Perusahaan bergerak dalam manufacture produk tekstil. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan pabriknya berlokasi di Tanjung Emas, Semarang. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Graha BIP, Lt. 6, Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 23, Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1990.

PT Pan Brother

PT Pan Brother, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 21 Agustus 1980. Perusahaan bergerak dalam perindustrian, perdagangan, importir, pengangkutan dan

perwakilan atau keagenan. Perseroan berkedudukan di Jakarta, dan berusaha di industri garment. Perseroan mulai beroperasi secara komersial tahun 1981. Hasil produksi Perseroan dipasarkan untuk tujuan ekspor yaitu ke Amerika Serikat, Eropa dan negara lainnya. Pabrik berlokasi di Tangerang.

PT Hanson Internasional

PT Hanson Internasional, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 7 Juli 1971. Perusahaan bergerak dalam manufacture produk tekstil. Perusahaan berdomisili di Jakarta Barat dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1973.

PT Panasia Filament

PT Panasia Filament, Tbk didirikan di Bandung pada tanggal 31 Desember 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri tekstil. Perseroan saat ini lokasi pabriknya terletak di beberapa unit operasional yakni unit Tenun I, terletak di Jl. Moh. Toha Km. 6,8 Bandung serta Unit Tenun II-III yang terletak di Jl. Cisirung No. 101 dan 95. Sedangkan kantor Perseroan terpusat di Jl. Garuda 153/74 Bandung.

PT Polysindo Eka Perkasa

PT Polysindo Eka Perkasa, Tbk didirikan di Jawa Tengah, tanggal 15 Februari 1984. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri kimia dan serat sintetis. Perusahaan berdomisili di Kendal, Jawa Tengah dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1984.

PT Roda Vivatex

PT Roda Vivatex, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 27 september 1980. Perusahaan bergerak dalam Industri dan perdagangan. Perusahaan beralamat di Citeurep, Bogor dan memulai operasi komersial pada tahun 1983.

PT Ricky Putra Globalindo

PT Ricky Putra Globalindo, Tbk didirikan di Jakarta, tanggal 22 Desember 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri dan perdagangan pakaian jadi. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan Perusahaan mulai berproduksi secara komersial pada 1988.

PT Sunson Textile Manufactured

PT Sunson Textile Manufactured, Tbk. didirikan di Bandung, Jawa barat pada tanggal 18 November 1972. Perusahaan bergerak dalam bidang industri tekstil terpadu, termaksud penjualan dan pembuatan benang, kain dan produk tekstil lainnya. Perusahaan berkantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jln Sumedang, Bandung. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1973.

PT Sepatu Bata

PT Sepatu Bata, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 15 Oktober 1931. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi Alas kaki. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan Perusahaan mulai berproduksi secara komersial pada 1933.

PT Primarindo Asia Infrastructure

PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 1 Juli 1988. Perusahaan bergerak dalam bidang usaha infrastruktur dan industri. Perusahaan mulai berproduksi secara komersial pada tanggal 1 Oktober 1989.

Kegiatan perusahaan dari sejak pendirian sampai saat ini meliputi industri alas kaki khususnya produksi sepatu olah raga dan yang berhubungan dengan pengolahan bahan-bahan dasar pembuatan sepatu olah raga tersebut. Perusahaan berdomisili di Jakarta dengan pabrik berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Kantor pusat perusahaan beralamat di Gedung Dana Pensiun - Bank Mandiri Lt. 3A Jl.

PT GT Kabel Indonesia

PT GT Kabel Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 19 Januari 1972. Perusahaan bergerak dalam bidang industri manufaktur pembuatan kabel dan kawat aluminium dan tembaga serta bahan baku lainnya untuk listrik, elektronika, telekomunikasi, baik yang terbungkus maupun tidak terbungkus, beserta seluruh komponen, suku cadang, asesoris yang terkait dan perlengkapan-perengkapannya, termasuk teknik rekayasa kawat dan kabel. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada tahun 1974.

PT Kabelindo Murni

PT Kabelindo Murni, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 11 Oktober 1979. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri pembuatan kabel. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan Perusahaan mulai memproduksi secara komersial pada 1980.

III.5. Barang Konsumsi

PT Davomas Abadi

PT Davomas Abadi, Tbk didirikan di Tangerang pada tanggal 14 Maret 1990. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri pengolahan biji coklat. Kantor

pusat Perusahaan berkedudukan di Tangerang dan memulai operasi komersial pada 1991.

PT Cahaya Kalbar

PT Cahaya Kalbar, Tbk didirikan di Pontianak pada tanggal 3 Februari 1968. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri makanan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Kalimantan Barat dan memulai operasi komersial pada 1973.

PT Delta Djakarta

PT Delta Djakarta, Tbk didirikan di Bekasi pada tahun 1932 dengan nama Archipel Brouwerij dan menjadi Delta Djakarta pada tahun 1970. Kantor pusat Perusahaan bergerak dalam bidang produksi dan penjualan bir hitam. Perusahaan berkedudukan di Bekasi dan memulai operasi komersial pada 1932.

PT Indofood Sukses Makmur

PT Indofood Sukses Makmur, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 14 Agustus 1990. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri produksi Mie, penggilingan tepung kemasan, dan jasa manajemen penelitian. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Gedung Aribimo Sentral, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Mayora Indah

PT Mayora Indah, Tbk didirikan di Bekasi, Jawa Barat pada tanggal 17 Februari 1977. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri pembuatan makan,

biskuit, dan agen perdagangan serta perwakilan. Perusahaan berdomisili di Bekasi, Jawa Barat dan Perusahaan mulai berproduksi secara komersial pada Mei 1978.

PT Prashida Aneka Niaga

PT Prashida Aneka Niaga, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 16 April 1974. Perusahaan bergerak dalam bidang industri, pertanian, perdagangan, pemborong, pengangkutan, percetakan, jasa, dan real estate. Perusahaan beralamat di Kertapati Palembang dan memulai operasi komersial pada November 1974.

PT SARI HUSADA

PT SARI HUSADA Tbk didirikan di Indonesia pada tahun 1954. Perusahaan memiliki kantor pusat di Yogyakarta serta kantor pemasaran dan kantor cabang di Jakarta. Pabrik perusahaan berlokasi di Yogyakarta dan Kemudo, Jawa Tengah. Perusahaan beroperasi dalam bidang industri makanan dan minuman bergizi untuk bayi, anak dan orang dewasa. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 1 Oktober 1972.

PT Sinar Mas Argo Resource

PT Sinar Mas Argo Resource, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 18 Juni 1962. Perusahaan bergerak dalam bidang pengembangan perkebunan, pertanian, perdagangan, serta jasa pengelolaan dan penelitian yang berkaitan dengan hasil usaha. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di Menara BII, Jakarta. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1962.

PT BAT Indonesia

PT BAT Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 23 September 1979. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi rokok, cerutu, dan produk-produk lain yang berkaitan dengan tembakau. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1977.

PT Gudang Garam

PT Gudang Garam, Tbk didirikan di Kediri pada tanggal 30 Juni 1971. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri Rokok. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Kediri dan memulai operasi komersial pada 1958.

PT Bentoel International Investama

PT Bentoel International Investama, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 11 April 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan umum, industri, pembangunan, kehutanan dan jasa. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Dankos Laboratories

PT Dankos Laboratories, Tbk didirikan di Tangerang pada tanggal 25 Maret 1974. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri Industri Manufacture, perdagangan, dan produksi produk farmasi dan produk lain yang berhubungan dengan farmasi. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Tangerang dan memulai operasi komersial pada 1978.

PT Darya Varia Laboratories

PT Darya Varia Laboratories, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 5 Februari 1976. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri Manufacture, perdagangan, dan

produksi produk farmasi dan produk lain yang berhubungan dengan farmasi. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1976.

PT Kimia Farma Persero

PT Kimia Farma Persero, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 11 Oktober 1971. Perusahaan bergerak dalam mengadakan, menghasilkan, mengolah bahan, kimia farmasi, biologi, dan lainnya yang di gunakan untuk membuat persediaan farmasi, kontrasepsi, kosmetika, alat kesehatan, obat tradisional, produk makanan dan minuman . Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1982.

PT Merck Indonesia

PT Merck Indonesia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 14 Oktober 1970. Perusahaan bergerak dalam industri farmasi dan perdagangan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Pasar Rebo, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1974.

PT Kalbe Farma

PT Kalbe Farma, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 30 Oktober 1975. Perusahaan bergerak dalam Bidang industry wadah dan kemasan bahan plastic yang di gunakan untuk keperluan industri kosmetika, makanan dan kosmetik. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1977.

PT Pyridam Farma

PT Pyridam Farma, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 27 November 1976. Perusahaan bergerak dalam Bidang industry Obat-obatan, plastic, alat-alat

kesehatan, industri kimia dan ekspor-impor. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta sedangkan pabriknya berada di Cibodas dan memulai operasi komersial pada 1977.

PT Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk ("Perseroan") didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. Kegiatan usaha Perseroan meliputi pembuatan sabun, deterjen, margarin, minyak nabati dan makanan berinti susu, es krim, minuman dengan bahan pokok teh dan produk – produk kosmetik.

PT Mustika Ratu

PT Mustika Ratu, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 14 Maret 1978. Perusahaan bergerak dalam bidang pabtikasi dan perdagangan jamu, produk kosmetik tradisional, minuman kesehatan . Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dengan beberapa anak perusahaan di berbagai negara dan memulai operasi komersial pada 1978.

PT Kedawung Setia Industrial

PT Kedawung Setia Industrial, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 9 Januari 1973. Perusahaan bergerak dalam bidang barang-barang logam, aluminium, karton, email dan barang-barang plastik dan kerajinan tangan, terutama alat-alat dapur. Perusahaan dan pabriknya berkedudukan di Jalan Mastrip 862, Warugunung - Karangpilang, Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan memulai produksi komersial pada tahun 1975.

III.6. Property & Real Estate

PT Duta Pertiwi

PT Duta Pertiwi, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 29 Desember 1972. Perusahaan bergerak dalam bidang konstruksi dan pembangunan real estate dan perdagangan umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1988.

PT Lippo Cikarang

PT Lippo Cikarang, Tbk didirikan di Jakarta pada tahun 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang konstruksi dan pembangunan real estate dan penyediaan fasilitas-fasilitasnya. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Cikarang dan memulai operasi komersial pada 1988.

PT Gowa Makasar Tourism Development

PT Gowa Makasar Tourism Development, Tbk didirikan di Makasar pada tanggal 22 14 Mei 1991. Perusahaan bergerak dalam bidang investasi dan pengembangan real estate dan property. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Makasar, Sulawesi Selatan dan memulai operasi komersial pada 1997.

PT Jakarta International Hotels

PT Jakarta International Hotels, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 7 November 1969. Perusahaan bergerak dalam Bidang pembangunan dan penyelenggara jasa perhotelan beserta fasilitas penunjangnya. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Gedung Artha Graha dan memulai operasi komersial pada 1969.

PT Karka Yasa Profilia

PT Karka Yasa Profilia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 21 April 1994. Perusahaan bergerak dalam Bidang industry rela estate, pengembangan dan kontraktor. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Surakarta, Jawa Tengah dan memulai operasi komersial pada 1995.

PT Kawasan Industri Jababeka

PT PT Kawasan Industri Jababeka, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 12 Januari 1989.. Perusahaan bergerak dalam Bidang kawasan industri berikut seluruh sarana penunjangnya dalam arti kata yang seluas-luasnya, antara lain pembangunan perumahan/apartemen, perkantoran / pertokoan, pembangunan dan pengelolaan instalasi air bersih, limbah, telepon dan listrik serta sarana-sarana lain yang diperlukan dalam menunjang pengelolaan kawasan industri, juga termasuk diantaranya penyediaan fasilitas-fasilitas olahraga dan rekreasi di lingkungan kawasan industri, ekspor dan impor barang-barang yang diperlukan bagi usaha-usaha yang berkaitan dengan pengembangan dan pengelolaan kawasan industri. Perusahaan berkedudukan di Bekasi. Anak Perusahaan yang berkedudukan di Bekasi dan Jakarta juga bergerak dalam industri yang sama dengan Perusahaan.

PT Krida Perdana Indra Graha

PT Krida Perdana Indra Graha, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 11 Juni 1990. Perusahaan bergerak dalam Bidang pembangunan dan pengelolaan properti, puast perbelanjaan dan hiburan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Wisma 77, Jakarta dan memulai operasi komersial pada januari 1995.

PT Lippo Karawaci

PT Lippo Karawaci, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 15 Oktober 1990. Perusahaan bergerak dalam Bidang investasi dan pengembangan real estate dan sarana prasarana sebuah kota mandiri. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Lippo Cyber Park, Tangerang dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Modern Land Realty

PT Modern Land Realty, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 8 Agustus 1983. Perusahaan bergerak dalam bidang pengembangan real estate, golf, country club, kontraktor dan perdagangan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di jakarta dan memulai operasi komersial pada November 1989.

PT Mulia land

PT Mulia land, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 21 September 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang property, meliputi pembangunan gedung serta pengelolaan gedung. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Plaza Kuningan, jakarta dan memulai operasi komersial pada 1987.

PT Indonesia Prima Property

PT Indonesia Prima Property, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 23 April 1983. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri penyedia persewaan perumahan, perkantoran, area perbelanjaan, dan fasilitas lainnya. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Wisma Diner's Club, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1983.

PT Jaya Property

PT Karka Yasa Profilia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 25 Mei 1979. Perusahaan bergerak dalam Bidang industry mengusahakan tanah dan bangunan, dengan cara mebebaskan dan mematangkan tanah, membangib infrasturktur dan gedung-gedung, baik berupa rumah, kantor, dan fasilitas olahraga dan rekreasi, dan fasilitas lainnya. Perusahaan memulai kegiatan usahanya sejak tahun 1979. Kantor pusat perusahaan beralamat di Gedung Bank Permata, Bintaro, Tangerang.

PT Pakuwon Jati

PT Pakuwon Jati, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 20 September 1982. Perusahaan bergerak dalam bidang Pusat perbelanjaan, gedung perkantoran, perhotelan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di gadung BBD, Surabaya dan memulai operasi komersial pada 1982.

PT Ciputra Surya

PT Ciputra Surya, Tbk didirikan di Surabaya pada tanggal 1 Maret 1989. Perusahaan bergerak dalam bidang konstruksi dan pembangunan real estate, kawasan niaga, pertokoan, wisata dan fasilitas pendukungnya. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Surabaya dan memulai operasi komersial pada 1993.

PT Summarecon Agung

PT Summarecon Agung, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 26 November 1975. Perusahaan bergerak dalam bidang pengembangan real estate, pengembang dan pengelola fasilitas restoran dan rekreasi. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di Jakarta. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1976.

PT Adi Karya

PT Adi Karya, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 11 Maret 1960. Perusahaan bergerak dalam bidang pengembangan kontraktor konstruksi. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di Jakarta. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1962.

III.7. Infrastruktur, Utilitas, & Transportasi

PT Citra Marga Nusa

PT Citra Marga Nusa, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 13 April 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang penyedia proyek jalan tol beserta fasilitas penunjangnya. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Jasa Marga

PT Jasa Marga, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 27 Februari 1978. Perusahaan bergerak dalam bidang penyedia proyek jalan tol beserta fasilitas penunjangnya. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1980.

PT Telekomunikasi Indonesia

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk didirikan pada tahun 1884 oleh Hindia Belanda . Perusahaan bergerak dalam bidang penyedia jasa telekomunikasi, multi media, dan internet. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1884.

PT Berlian Laju Tanker

PT Berlian Laju Tanker, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 12 Maret 1981. Perusahaan bergerak dalam bidang perkapalan dalam dan luar negeri. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1981.

PT Steady Safe

PT Steady Safe, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 21 Desember 1971 dengan nama PT Widjadja Sakti. Perusahaan bergerak dalam bidang pengangkutan, perdagangan, perbengkelan, dan real estate. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di Jakarta. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1972.

PT Samudera Indonesia

PT Samudera Indonesia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 13 November 1964. Perusahaan bergerak dalam bidang pelayaran dan pengangkutan dengan kapal serta kegiatan keagenan lokal. Perusahaan beralamat di Gedung Samudera Indonesia, Jakarta dan memulai operasi komersial pada tahun 1964.

PT Pelayaran Tempuran Mas

PT Pelayaran Tempuran Mas, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 17 September 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang usaha pelayaran, mencakup pengangkutan penumpang, barang, dan hewan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Tanjung Priok, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1988.

PT Zebra Nusantara

PT Zebra Nusantara didirikan di Republik Indonesia pada tanggal 8 Februari 1987 dengan nama PT Zebra. Ruang lingkup perusahaan adalah jasa taksi dan lain-

lain yang serupa. Perusahaan berkedudukan pada Jln. Jemursari Selatan IV/3 Surabaya, memulai operasi komersialnya pada tahun 1987. pada tanggal 31 Desember 2003 perusahaan telah memiliki 1.318 taksi.

PT Petro Sea

PT Petro Sea, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 21 Februari 1972. Perusahaan bergerak dalam bidang kontraktor Umum. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1972.

III.8. Keuangan

PT Bank Buana Indonesia

PT Bank Central Asia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 31 Agustus 1956. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa perbankan secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1956.

PT Bank Central Asia

PT Bank Central Asia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 10 Agustus 1955. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa perbankan secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1955.

PT Bank International Indonesia

PT Bank International Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tahun 1959. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa perbankan secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1960.

PT Bank Swadeshi

PT Bank Swadeshi, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 28 September 1968. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa perbankan secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1970.

PT Bank Victoria

PT Bank Victoria, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 28 Oktober 1992. Perusahaan bergerak dalam bidang usaha sebagai bank secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1994.

PT Bank LIPPO

PT Bank LIPPO, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 11 Maret 1948. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa perbankan secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1950.

PT Bank Mega

PT Bank Mega, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 28 November 1969 dengan nama awal Bank Karman. Perusahaan bergerak dalam bidang kegiatan umum perbankan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Wisma Bank Danamon, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1969.

PT Bank Inter Pasific

PT Bank Inter Pasific, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 7 September 1973. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa perbankan secara umum. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1973.

PT Clipan Finance

PT Clipan Finance, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 15 Januari 1982. Perusahaan bergerak dalam bidang Pembiayaan konsumen, sewa guna, dan anjak piutang. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1982.

PT BFI Finance Indonesia

PT BFI Finance Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 7 April 1982. Perusahaan bergerak dalam bidang sewa guna usaha, anjak piutang dan pembiayaan Konsumen. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1982.

PT Bhakti Capital Indonesia

PT Bhakti Capital Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 15 Juli 1999. Perusahaan berdomisili di Jakarta dan berkantor pusat di Menara Kebon Sirih, lantai 4, Jalan Kebon Sirih No. 17-19, Jakarta 10340, Indonesia. Perusahaan mempunyai 13 kantor cabang yang berada di Jakarta, Surabaya, Malang, Semarang, Batam, Medau, Magelang dan Solo. Sesuai dengan Pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah di bidang penjamin emisi efek dan perantara pedagang efek. Perusahaan memulai usaha secara komersil pada Mei 2000.

PT Kresna Graha Sekurindo

PT Kresna Graha Sekurindo, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 10 September 1999. Perusahaan bergerak dalam Bidang perantara perdagangan efek,

penjamin emisi efek, dan manajemen investasi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada Januari 2000.

PT Trimegah Securities

PT Trimegah Securities didirikan pada tanggal 9 Mei 1990. Perusahaan berdomisili di gedung Artha Graha, dengan memiliki kantor cabang di berbagai wilayah Indonesia. Ruang lingkup perusahaan bergerak di bidang perantara perdagangan efek, manajer dan penasihat investasi serta penjamin emisi efek. Perusahaan memulai operasi secara komersial pada tahun 1990. Cyber Park, Tangerang dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Lippo General Insurance

PT Lippo General Insurance, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 6 September 1963. Perusahaan bergerak dalam Bidang mangadakan dan menutup asuransi kerugian. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Citra Graha, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1963.

PT Maskapai Reasuransi Indonesia

PT Maskapai Reasuransi Indonesia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 4 Juni 1953. Perusahaan bergerak dalam Bidang reasuransi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Graha Merien, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1953.

PT Panin Insurance

PT Panin Insurance, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 24 Oktober 1973. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa asuransi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1974.

PT FIF

PT FIF, Tbk didirikan di Indonesia pada tahun 1989. Perusahaan bergerak dalam bidang pendanaan konsumsi, anjak piutang. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Jasa Tania

PT Jasa Tania, Tbk didirikan di Bandung pada tahun 1979. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa asuransi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1980.

PT Sinarmas Mulia Artha

PT Sinarmas Mulia Artha, Tbk didirikan di Bandung pada tahun 1982. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa leasing barang modal dan konsumsi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1985.

III.9. Perdagangan, Jasa Investasi

PT Akbar Indo Makmur

PT Akbar Indo Makmur, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1997. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri, perdagangan dan distributor produk farmasi dan karet. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai kegiatan komersilnya pada tahun 1997.

PT AKR Corporindo

PT AKR Corporindo, Tbk didirikan di Jakarta pada tahun 1960. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri, perdagangan dan distributor logistic obay-obatan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di jakarta dan memiliki beberapa kantor cabang di berbagai kota besar.

PT Gema Grahasarana

PT Gema Grahasarana, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 7 Desember 1984. Perusahaan bergerak dalam bidang Industri, jasa perancan, interior dan furniture. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Tangerang dan memulai operasi komersial pada 1984.

PT Hexindo Adiperkasa

PT Hexindo Adiperkasa, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 28 November 1988. Perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan dan persewaan alat berat. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Pulo Gadung dan memulai operasi komersial pada 1989.

PT Inter Delta

PT Inter Delta, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 15 November 1976. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri perfilman. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1976.

PT Perdana Bangun Pusaka

PT Perdana Bangun Pusaka, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 7 Oktober 1987. Perusahaan bergerak dalam bidang pengolahan film, industri.

pengolahan alat2 fotografi, kertas fotografi dan kamera, bidang perfilman, perdagangan impor dan ekspor, perwakilan, agen, distributor, dari organisasi lain, baik dalam maupun luar negeri, perindustrian, pembangunan, pertambangan, pengangkutan, pertanian, perternakan, penggudangan, percetakan. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1987.

PT Lautan Luas

PT Lautan Luas, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 18 Januari 1951. Perusahaan bergerak dalam Bidang perdagangan, perindustrian, pertanian, penyedia jasa transportasi dan penyedia jasa lain. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Graha Indramas, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1951.

PT Modern Photo

PT Modern Photo, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 17 Mei 1971. Perusahaan bergerak dalam bidang perindustrian dan perdagangan bidang colour processing serta bahan2 fotografi. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dengan memiliki beberapa anak perusahaan di berbagai wilayah di Indonesia dan memulai operasi komersial pada 1971.

PT Tirta AusTenite

PT Tirta AusTenite didirikan pada tanggal 18 April 1974, perusahaan bergerak di bidang pabrikasi barang-barang konsumsi dan teknik serta pengelolaan bahan-bahan yang berasal dari perkebunan dan tambang dan bahan kimia lain. Perusahaan berkantor pusat di Jakarta dan memiliki beberapa anak perusahaan yang

berdimisili di beberapa wilayah di Jawa Barat. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1974.

PT TUNAS RIJEAN

PT Tunas Ridean Tbk ("Perseroan") didirikan pada tanggal 24 Juli 1980. Kegiatan komersial Perseroan dimulai tahun 1981. Seluruh saham Perseroan yang beredar dicatat di Bursa Efek Jakarta sejak 16 Mei 1995. Perseroan dan anak perusahaan ("Grup") terbagi dalam dua divisi sesuai dengan kegiatan utamanya, sebagai Keagenan penjualan kendaraan bermotor yang berkedudukan di Jakarta yaitu PT Tunas Ridean Tbk (induk perusahaan), PT Tunas Mobilindo Parama, PT Surya Sudeco (dahulu PT Tunas Interauto Sarana), PT Tunas Mobilindo Perkasa, PT Surya Mobil Megahtama, PT Tunas France Motor, sedangkan satu anak perusahaan berkedudukan di Lampung yaitu PT Tunas Dwipa Matra. Serta Jasa keuangan yang berkedudukan di Jakarta yaitu PT Tunas Financindo Sarana (TFS). Saat ini TFS memberikan jasa sewa menyewa biasa dan pembiayaan konsumen.

PT Agis

PT Agis didirikan pada tanggal 9 Januari 1981, perusahaan bergerak di bidang Industri sepatu dan komponen, industri elektronika dan komponen serta pemasangannya, dan bidang perdagangan umum. Perusahaan berkantor pusat di Jakarta dan memiliki beberapa anak perusahaan yang berdimisili di beberapa wilayah di Jawa. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1981.

PT UNITED TRACTORS

PT United Tractors Tbk ("Perusahaan") didirikan di Indonesia pada tanggal 13 Oktober 1972 dengan nama PT Inter Astra Motor Works. Ruang lingkup kegiatan Perusahaan dan anak anak perusahaannya (bersama-sama disebut "Grup") meliputi penjualan dan penyewaan alat-alat berat, penambangan batu bara dan kontraktor penambangan. Perusahaan memulai kegiatan operasinya pada tahun 1973. Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan mempunyai 18 cabang, 10 kantor lapangan (*site offices*) dan 10 kantor perwakilan yang tersebar di seluruh Indonesia. Kantor pusat Perusahaan berlokasi di Jalan Raya Bekasi Km. 22, Cakung, Jakarta.

PT Wicaksana Overseas

PT Wicaksana Overseas International didirikan pada tanggal 19 Januari 1973. Ruang lingkup perusahaan bergerak di bidang distribusi makanan, minuman, rokok, dan barang dagang lainnya. Perusahaan berkedudukan di Jakarta, dengan lokasi kantor pusat Jalan Ancol Barat VII Jakarta. Perusahaan ini memulai melakukan kegiatan operasi pada tahun 1973.

PT Hero Supermarket

PT Hero Supermarket, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 5 Oktober 1971. Perusahaan bergerak dalam bidang supermarket dan hypermarket. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1972.

PT Ramayana Lestari

PT Ramayana Lestari, Tbk didirikan di Indonesia pada tahun 1973. Perusahaan bergerak dalam bidang supermarket, pasar swalayan, sewa dan

pengelolaan gedung. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1980.

PT Matahari Putra Prima

PT Matahari Putra Prima, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 11 Maret 1986. Perusahaan bergerak dalam Bidang Toserba dan pusat mainan keluarga, Time Zone. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Menara Matahari, Lippo Karawaci, Jawa Barat dan memulai operasi komersial pada 1986.

PT Metro Supermarket Realty

PT Metro Supermarket Realty, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 7 Februari 1980. Perusahaan bergerak dalam bidang pasar swalayan, sewa dan pengelolaan gedung, investasi, dan pengembang real estate. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada November 1982.

PT Sona Topas Tourism Industry

PT Sona Topas Tourism Industry, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 25 Agustus 1978. Perusahaan bergerak dalam bidang biro perjalanan wisata. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di pasar baru dan menara sudirman, Jakarta. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1980.

PT Fast Food Indonesia

PT Fast Food Indonesia, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 19 Juni 1978. Perusahaan bergerak dalam bidang makanan dan restoran. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1979.

PT Jakarta Setiabudi International

PT Jakarta Setiabudi International, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 2 Juli 1975. Perusahaan bergerak dalam Bidang dokumen pembangunan, penyewaan, dan pengelola perhotelan, apartemen, perkantoran, rumah bundar, perumahan, dan pusat niaga. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Setiabudi Building, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1977.

PT Panorama Sentra Wisata

PT Panorama Sentra Wisata, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 22 Juli 1999. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa konsultasi pariwisata. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1999.

PT Plaza Indonesia Realty

PT Plaza Indonesia Realty, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 5 November 1983. Perusahaan bergerak dalam bidang perhotelan, pusat perbelanjaan, dan perkantoran. Perusahaan beralamat di Plaza Indonesia, Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1983.

PT Anta Tour

PT Anta Tour, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 10 Mei 1972. Perusahaan bergerak dalam bidang agen pariwisata dan transportasi. Perusahaan beralamat di Jakarta serta memiliki beberapa kantor cabang di beberapa kota besar dan memulai operasi komersial pada 1973.

PT Pioneerindo Gourmet Int

PT Pioneerindo Gourmet Int, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 13 Desember 1983. Perusahaan bergerak dalam bidang Restoran ayam goreng dengan

nama CFC. Perusahaan beralamat di gedung jaya, jakarta dan memulai operasi komersial pada 1984.

PT Hotel Sahid Jaya International

PT Hotel Sahid Jaya International, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 23 Mei 1969. Perusahaan bergerak dalam bidang perhotelan dan bisnis lain yang menyangkut bisnis utama perusahaan. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1970.

PT Indosiar Visual Mandiri

PT Indosiar Visual Mandiri, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 19 Juli 1991. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri pertelevisian. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1995.

PT Rajawali Indonesia

PT Rajawali Indonesia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 21 Agustus 1987. Perusahaan bergerak dalam Bidang Industri pertelevisian, dan advertising. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1990.

PT Tempo Inti Media

PT Tempo Inti Media, Tbk. didirikan pada tanggal 27 Agustus 1996. Perusahaan bergerak dalam penerbitan pers. Perusahaan berkantor pusat Perusahaan berkedudukan di, Jakarta,. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 1996.

PT Multipolar Corp

PT Multipolar Corp, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 4 Desember 1975. Perusahaan bergerak dalam bidang sistem terpadu import, perdagangan, distribusi, jasa perawatan dan penyewaan computer dan jasa lain terkait serta bertindak sebagai mitra dagang IBM. Kantor pusat Perusahaan beralamat di Menara Matahari, Lippo Karawaci, Jawa Barat dan memulai operasi komersial pada 1975.

PT Metro data Electronics

PT Metrodata Electronics, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 28 Oktober 1981. Perusahaan bergerak dalam bidang penjualan berbagai jenis komputer dan produk-produk teknologi tinggi lainnya yang berkaitan dengan komputer serta melakukan jasa pemeliharaan sebelum dan sesudah penjualan. Perusahaan memulai kegiatan komersialnya pada tahun 1983. Perusahaan berdomisili di Jakarta, kantor pusatnya berlokasi di Wisma Metropolitan I, Jakarta.

PT Bakrie & Brother

PT Bank Bakrie & Brother, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 13 Maret 1951. Perusahaan bergerak dalam bidang perdagangan umum, industri, terutama produksi pipa besi, bahan bangunan konstruksi, perangkat dan sistem komunikasi, barang elektrik dan elektronik serta penyertaan modal dan investasi ke perusahaan lain. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1951.

PT Lippo E-Net

PT Lippo E-Net, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 28 Mei 1983. Perusahaan bergerak dalam Bidang jasa TI dan pengelolaan bisnis dan management.

Kantor pusat Perusahaan beralamat di Lippo Cyber Park, Tangerang dan memulai operasi komersial pada 1983.

PT Pool Advista Indonesia

PT Pool Advista Indonesia, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 26 Agustus 1958. Perusahaan bergerak dalam bidang jasa konsultasi pengembangan investasi. Perusahaan beralamat di Jakarta dan memulai operasi komersial pada Agustus 1958.

PT Bimantara Citra

PT Bimantara Citra, Tbk didirikan di Jakarta pada tanggal 30 Juni 1981. Perusahaan bergerak dalam bidang melakukan investasi pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang media masa, telekomunikasi, infrastruktur, otomotif, transportasi, kimia, hotel, properti serta jasa keuangan dan investasi. Kantor pusat Perusahaan berkedudukan di Jakarta dan memulai operasi komersial pada 1981.

PT Siloam Health Care

PT Siloam Health Care, Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 11 Maret 1988 tadinya bernama PT Baligraha Medikatama. Perusahaan bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan, pengelolaan rumah saki, dan usaha-usaha lain yang berkaitan. Kantor pusat perusahaan berkedudukan di Tangerang dan sekaran telah mengelola 4 Rumah Sakit yang terletak di Kebun Jeruk, Jakarta, Lippo Karawaci, dan Jawa Timur. Perusahaan ini memulai usaha komersialnya pada 22 April 1992

BAB IV

IV. ANALISA DATA

Berdasarkan data pengungkapan social yang di peroleh dari perusahaan sample, dan telah di olah atau di kelompokkan berdasarkan jenis pengungkapan social berdasarkan kelompok industri, lokasi pengungkapan dan metode pengungkapan, maka penulis memperoleh hasil sebagai berikut :

IV.I. Tahun 2003

IV.1.1. Jumlah Sampel

Dibawah ini merupakan data jenis pengungkapan social berdasarkan data yang diperoleh yang di kelompokkan oleh 6 tema pengungkapan, yaitu : Tema Konsumen dan produk, tema lingkungan, tema mitra bisnis (pemerintah), tema pemegang saham, tema masyarakat, dan tema tenaga kerja. Selain itu dikelompokkan juga berdasarkan 9 jenis industri, yaitu, pertanian, pertambangan, industri dasar kimia, aneka industri, industri barang konsumsi, property dan real estate, infrastruktur, utilitas dan transportasi, keuangan, perdagangan, jasa dan investasi.

Tabel 1. Jumlah Perusahaan tahun 2003

Jenis Perusahaan	Jumlah Perusahaan
Pertanian	2
Pertambangan	4
Industri dasar Kimia	21
Aneka Industri	9
Indutri Barang Konsumsi	14
Properti & Real Estate	14
Infrastruktur, utilitas & transportasi	6
Keuangan	17
Perdagangan, jasa & Investasi	25
Total perusahaan sampel	112

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tersebut di atas adalah jumlah perusahaan yang dapat penulis temukan untuk di jadikan sampel, yaitu perusahaan-perusahaan yang dapat di temukan di PRPM BEJ, Pojok BEJ UII, Website perusahaan, dangan batasan perusahaan-perusahaan yang melakukan *full disclose*.

Tabel 2. Tabel Pengungkapan Sosial Berdasarkan Jenis Industri Tahun 2003

Jenis Industri	kosumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja		Total	Jumlah Sampel
		%		%		%		%		%		%		
Pertanian	1	4,17%	1	4,17%	0	0,00%	1	4,17%	11	45,83%	10	41,67%	24	2
Pertambangan	3	5,45%	11	20,00%	6	10,91%	1	1,82%	17	30,91%	17	30,91%	55	4
Industri dasar Kimia	9	9,00%	13	13,00%	4	4,00%	2	2,00%	12	12,00%	60	60,00%	100	21
Aneka Industri	2	4,76%	4	9,52%	2	4,76%	0	0,00%	3	7,14%	31	73,81%	42	9
Indutri Barang	8	11,27%	4	5,63%	10	14,08%	1	1,41%	14	19,72%	34	47,89%	71	14
Konsumsi	4	6,56%	5	8,20%	2	3,28%	0	0,00%	23	37,70%	27	44,26%	61	14
Properti & Real Estate	9	20,93%	2	4,65%	3	6,98%	1	2,33%	10	23,26%	18	41,86%	43	6
Infrastruktur, utilitas & transportasi	8	9,30%	2	2,33%	3	3,49%	2	2,33%	28	32,56%	43	50,00%	86	17
Keuangan	15	14,02%	2	1,87%	3	2,80%	1	0,93%	33	30,84%	53	49,53%	107	25
Perdagangan, jasa & Investasi	59	10,02%	44	7,47%	33	5,60%	9	1,53%	151	25,64%	293	49,75%	589	112

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.1.2. Analisa Jumlah Praktek Pengungkapan Berdasarkan Tema

Berdasarkan table diatas adalah hasil pengelompokan sample perusahaan berdasarkan tema pengungkapan pada tahun 2003. Dari pengelompokan per industri, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pertanian mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 41 % dan 45 % sedangkan untuk tema-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pertambangan banyak mengungkapkan tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 30 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut, selain itu, untuk tema lingkungan juga cukup besar dengan besar pengungkapan 20 %, hal ini disebabkan karena kegiatan perusahaan yang bergerak dalam industri ini memang secara langsung mengeksplorasi alam yang menimbulkan dampak negative pada lingkungan. Untuk industri dasar kimia, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 60 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema lingkungan dan kemasyarakatan terdapat pengungkapan sebesar 13 % dan 12%, sedangkan untuk tema konsumen dan produk terdapat pengungkapan sebesar 9 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan jaminan atas produk mereka, hal ini disebabkan karena konsumen dari produk ini cukup luas, selain itu dalam industri ini juga menimbulkan dampak langsung bagi lingkungan seperti polusi. Sedangkan pengungkapan yang paling banyak dilakukan dalam perusahaan-perusahaan dalam aneka industri adalah tema ketenagakerjaan sebesar 75 %. Untuk industri barang

konsumsi, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 47 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema lingkungan dan kemasyarakatan terdapat pengungkapan sebesar 14 % dan 19 %, sedangkan untuk tema konsumen dan produk terdapat pengungkapan sebesar 11 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan jaminan atas produk mereka, hal ini disebabkan karena konsumen dari produk ini cukup luas, selain itu dengan banyaknya konsumen menjadikan perusahaan yang bergerak dalam bidang ini mendapat banyak sorotan dari public yang dapat mengakibatkan banyaknya tekanan terhadap perusahaan untuk melakukan kinerja sosial. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri property dan real estate mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 37 % dan 44 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Untuk industri Infrastruktur, utilitas & transportasi, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 42 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema kemasyarakatan terdapat pengungkapan sebesar 23 % sedangkan untuk tema konsumen dan produk terdapat pengungkapan sebesar 20 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan jaminan atas produk mereka atau jaminan pelayanan yang akan mereka berikan, hal ini disebabkan karena konsumen dari produk ini cukup luas. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan

sebesar 32 % dan 50 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri perdagangan, investasi dan jasa mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 30 % dan 49 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan.

Jika kita melihat secara keseluruhan, tema konsumen dan produk terdapat sebesar 10,02% dari total pengungkapan sebesar 589 item pengungkapan atau sebanyak 59 item pengungkapan tema konsumen dan produk. Berdasarkan tabel (lampiran) dari Total 59 item untuk tema Produk & Konsumen, terdiri dari kegiatan yang paling banyak diungkap adalah adanya jaminan akan kualitas produk yang dilakukan oleh perusahaan, baik secara sertifikasi produk ataupun adanya quality control dalam setiap produk sebesar 29 pengungkapan. selain itu, perusahaan juga banyak melakukan kegiatan dalam bentuk peningkatan pelayanan terhadap konsumen sebanyak 21 pengungkapan. Namun ada beberapa perusahaan yang melakukan kegiatan pengembangan produk yang diungkapkan dalam laporan keuangan sebanyak 9 Pengungkapan. Untuk tema lingkungan terdapat pengungkapan sebesar 7,47 % dari total pengungkapan atau sebesar 44 item pengungkapan tema lingkungan. Dari keseluruhan tema lingkungan kegiatan yang paling banyak dilakukan dan diungkap adalah upaya konserfasi serta pelestarian alam yang menjadi lahan operasi perusahaan sebanyak 29 pengungkapan, dan 10 pengungkapan yang mengtakan beberapa kegiatan lain seperti upaya penanggulangan limbah, polusi yang diakibatkan oleh kegiatan utama perusahaan.

Untuk tema mitra bisnis, terdapat pengungkapan sebesar 5,60% atau sebesar 33 item tema pengungkapan mitra bisnis (pemerintah). Dari keseluruhan tema mitra bisnis (pemerintah) tersebut jenis kegiatan yang paling banyak di ungkapkan oleh perusahaan adalah adanya kerjasama perusahaan dengan pemerintah dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar melalui pemberdayaan ekonomi sebanyak 26 pengungkapan. Biasanya kegiatan ini berupa pemberian modal kerja kepada masyarakat dan pendampingan serta pemberian fasilitas kepada UKM setempat. Selain itu ada beberapa pengungkapan yang menggambarkan patuhnya perusahaan terhadap aturan pemerintah dan adanya inovasi manajemen dalam tubuh perusahaan. Tema pemegang saham terdapat pengungkapan sebesar 1,53% atau sebesar 9 item tema pengungkapan pemegang sahan dari keseluruhan item pengungkapan social. Dari keseluruhan tema pemegang saham jenis kegiatan yang paling banyak diungkap adalah upaya adanya peningkatan pengungkapan informasi dalam laopran keuangan terhadap stakeholder sebanyak 6 pengungkapan. Namun, ada beberapa kegiatan yang diungkapkan berupa peningkatan nilai dan loyalitas terhadap stakeholder. Tema kemasayarakatan terdapat item sebanyak 151 pengungkapan atau sebesar 25,64% dari total item pengungkapan. Dari keseluruhan tema kemasayarakatan kegiatan yang paling banyak diungkapkan adalah bantuan social yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa baksos maupun sumbangan bagi masyarakat yang kurang mampu yang biasanya rutin dilakukan sebesar 36 pengungkapan. Kegiatan lain yang paling banyak diungkapkan juga berupa bantuan sponsorship kegiatan masyarakat seperti sponsorship kegiatan

adat, hari-hari besar, serta agama yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sebanyak 37 pengungkapan. Dalam tema ini kegiatan yang juga cukup banyak diungkap oleh perusahaan sebanyak 27 pengungkapan mengenai kegiatan berupa bantuan pendidikan yang diberi perusahaan oleh masyarakat sekitar. Kegiatan ini biasanya berupa beasiswa, bantuan fasilitas pendidikan, dll. Selain itu, perusahaan juga banyak melakukan pengungkapan dengan kegiatan pembangunan fasilitas umum yang biasanya berupa pembangunan sarana dan prasarana umum, seperti pembangunan jalan umum, fasilitas kebersihan, kesehatan, dll. Beberapa kegiatan seperti pembinaan komunitas masyarakat, pembukaan pelatihan kerja bagi masyarakat sekitar, dll juga cukup banyak diungkapkan oleh perusahaan sebanyak 25 pengungkapan. Untuk tema tenaga kerja terdapat 49,75% atau sebesar 293 item tema pengungkapan dan kegiatan yang paling banyak diungkapkan sebanyak 91 pengungkapan adalah berupa pelatihan pengembangan kemampuan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, kegiatan ini biasanya berupa training. Selain itu, perusahaan juga melakukan pengungkapan kegiatan atau hal tentang penggajian terhadap karyawan sebanyak 65 pengungkapan, kegiatan ini biasanya berupa pengungkapan informasi berapa standart rata-rata gaji yang diberikan oleh perusahaan pada setiap jenjang kariernya serta jumlah kenaikan gaji pertahunnya. Selain itu informasi tentang dana pensiun yang nantinya akan diterima karyawan pada waktunya juga cukup banyak diungkapkan oleh perusahaan. Selain itu kegiatan berupa pemberian atau jaminan kesehatan yang di berikan perusahaan oleh karyawan terdapat sebanyak 35 pengungkapan, kegiatan ini biasanya berupa

pemberian fasilitas kesehatan bagi karyawan baik poliklinik gratis maupun bantuan berobat bagi karyawan. Untuk program kesehatan, keselamatan kerja diungkap sebanyak 37 pengungkapan. Kegiatan berupa penyertaan seluruh karyawan sebuah perusahaan dalam jamsostek diungkap sebanyak 10 pengungkapan.

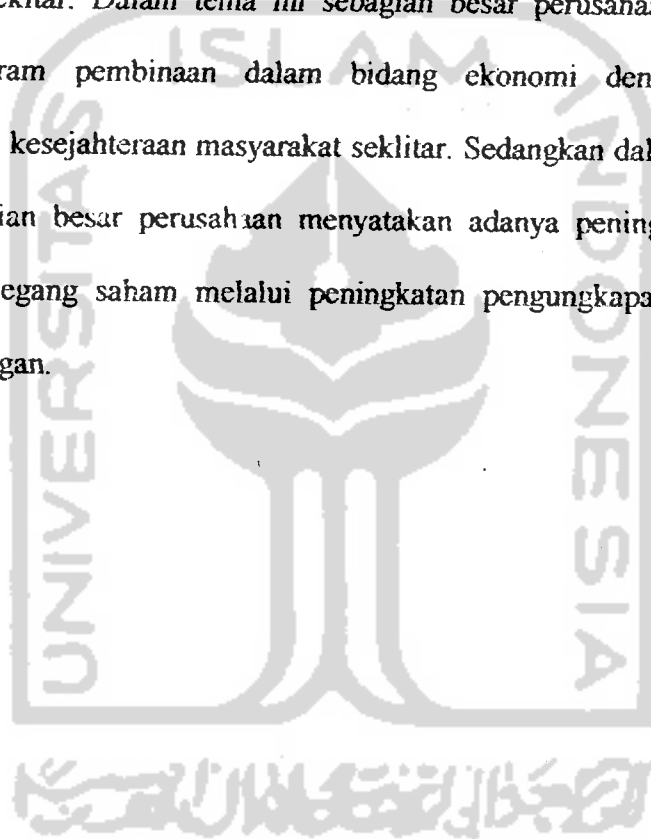
Setelah di lihat dari deskripsi table tersebut maka dapat diambil kesimpulan, bahwasanya tema tenaga kerja adalah tema yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan sebesar 49,75%. Hal ini tidak terlepas dari desakan masyarakat yang semakin sadar akan nasib tenaga kerja di Indonesia. Apalagi dengan bermunculannya serikat-serikat buruh yang secara konsisten terus-menerus memperjuangkan hak-hak tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, tenaga kerja bagi perusahaan adalah hal yang tidak bisa ditoklak lagi, tenaga kerja adalah termasuk salah satu factor produksi yang sangat penting bagi perusahaan. Sehingga, setiap perusahaan mau-tidak mau akan mengeluarkan biaya untuk memiliki factor produksi tersebut. Dengan kata lain, perusahaan harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup tenaga kerja baik secara material, maupun psikologis agar proses produksi berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu, tekanan dari pemerintah pun tiga tahun belakangan ini cukup gencar, secara nyata, isu-isu tenaga kerja merupakan isu yang cukup resisten di kalangan masyarakat. Hal ini merupakan suatu bukti aspirasi masyarakat yang harus di perjuangkan oleh pemerintah.

Untuk isu kemasyarakatan menempati urutan ke-2 atau sebanyak 25,64% yaitu sebanyak 151 tema pengungkapan. Hal ini juga menandakan bahwasanya, masyarakat sebagai factor penunjang keberlangsungan usaha memiliki perhatian

yang cukup besar dalam perusahaan. Secara langsung perusahaan pasti berdomisili di suatu wilayah territorial tertentu. Lingkungan tempat berdomisili industri tersebut secara tidak langsung terkena efek dari industri tersebut. Khususnya secara sosiologis, masyarakat sekitar area industri tersebut secara tidak langsungpun terkena imbas dari industri tersebut baik positif-seperti peningkatan ekonomi- maupun negative-akulturasi kebudayaan yang bersifat negative, fasilitas umum yang digunakan oleh perusahaan-. Maka dengan itu sebagai tanggung jawab dari dampak tersebut perusahaan perlu melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif untuk menanggulangi efek-efek negative dan mempertahankan efek positif. Selain itu kegiatan-kegiatan tersebut adalah sebagai salah satu wujud tanggung jawab perusahaan dalam pengembangan atau pembangunan masyarakat sekitar. Karena keberlangsungan hidup perusahaan adalah tergantung oleh seberapa kuat produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat bertahan di pasaran, yang sebagian besar konsumennya adalah masyarakat itu sendiri, baik sekitar lingkungan perusahaan maupun tidak.

Tema konsumen dan produk menempati urutan ke-3, hal ini dapat disebabkan mulai sadarnya dan kritisnya masyarakat dengan kualitas produk yang ia gunakan. Masyarakat saat ini cenderung lebih selektif dalam melakukan pembelian produk, karena sekarang banyak sekali produk sejenis dengan berbagai macam merek dengan berbagai kualitas berbeda. Hal tersebut dapat mengakibatkan peningkatan proses pemilihan produk yang lebih selektif oleh konsumen. Selain itu, untuk memperoleh keyakinan konsumen perusahaan pun berlomba-lomba

memberikan pelayanan yang lebih untuk konsumen. Dengan tercapainya loyalitas konsumen maka ada suatu jaminan bahwasanya produk dari perusahaan tersebut akan dapat bertahan di pasar. Sedangkan tema mitra bisnis (pemerintah) mengikuti setelah nya, dalam hal ini selain perhatian terhadap masyarakat, lingkungan, serta tenaga kerja, perusahaan juga dituntut untuk dapat memajukan perekonomian masyarakat sekitar. Dalam tema ini sebagian besar perusahaan mengungkapkan program-program pembinaan dalam bidang ekonomi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat seklitar. Sedangkan dalam tema pemegang saham, sebagian besar perusahaan menyatakan adanya peningkatan keterbukaan terhadap pemegang saham melalui peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan.



Tabel 3. Tabel Jumlah Perusahaan Yang Melakukan Pengungkapan Berdasarkan Tema Tahun 2003

Jenis Industri	Konsumen & Produk	lingkungan	Mitra Bisnis (pemerintah)	Pemegang Saham	Masyarakat	Tenaga Kerja	Jumlah Perusahaan
Pertanian	1	1	2	0	2	2	2
Pertambangan	3	4	4	2	4	4	4
Industri dasar Kimia	6	8	4	2	7	21	21
Aneka Industri	3	2	1	0	2	9	9
Indutri Barang Konsumsi	7	4	5	1	8	14	14
Properti & Real Estate	3	3	2	0	7	14	14
Infrastruktur, utilitas & transportasi	5	1	2	1	3	6	6
Keuangan	7	2	2	2	9	17	17
Perdagangan, jasa & Investasi	9	1	1	2	10	25	25
Jumlah	44	26	23	10	50	112	112
persentasi banyak perusahaan yang mengungkapan	39,29%	23,21%	20,54%	8,93%	44,64%	100,00%	100%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.1.3. Analisa Perusahaan Yang Melakukan Praktek Pengungkapan Sosial

Tabel diatas menggambarkan mengenai jumlah perusahaan per industri yang mengungkapkan per tema. Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema konsumen dan produk dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 44 perusahaan. Jumlah tersebut merupakan gabungan dari sebanyak 9 jenis industri yang berjumlah total perusahaan sebanyak 112 perusahaan. Sedangkan Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema lingkungan dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 26 perusahaan yang mengungkapkan tema ini. Untuk tema mitra bisnis (pemerintah) Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema ini dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 23 perusahaan yang mengungkapkan tema ini. Untuk tema pemegang saham Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema tersebut dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 10 perusahaan yang mengungkapkan tema ini. Selain itu Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema kemasyarakatan dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 50 perusahaan yang mengungkapkan tema ini. Untuk tema ketenagakerjaan menempati urutan paling banyak, dari rata-rata seluruh perusahaan melakukan pengungkapan dengan tema ini yang mengungkapkan tema ini tercatat 112 perusahaan.

Tabel 4. Tabel Pengungkapan Oleh Perusahaan Sample Berdasarkan Lokasi Pengungkapan Tahun 2003

Lokasi Pengungkapan	Tema kosumen & Produk		Tema lingkungan		Tema bisnis (pemerintah)		Tema pemegang saham		Tema masyarakat		Tema tenaga kerja		Total pengungkapan per Lokasi
		%		%		%		%		%		%	
Laporan Manajemen	32	54,24%	33	75,00%	26	78,79%	5	55,56%	139	92,05%	142	48%	377
CALk	1	1,69%	2	4,55%	3	9,09%	0	0,00%	1	0,66%	126	43%	133
Overview	25	42,37%	7	15,91%	4	12,12%	3	33,33%	1	0,66%	16	5%	56
Fiture	1	1,69%	1	2,27%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	0%	3
Analisa Manajemen	0	0,00%	1	2,27%	0	0,00%	1	11,11%	10	6,62%	8	3%	20
Total Item Pengungkapan	59	100 %	44	100 %	33	100 %	9	100 %	151	100 %	293	100 %	589

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.1.4. Analisa Praktek Pengungkapan Sosial Berdasarkan Lokasi

Tabel di atas menggambarkan tentang pengungkapan sosial berdasarkan lokasi pengungkapan. Penulis membagi tema pengungkapan social dengan lokasi pengungkapan menjadi 5 bagian : laporan manajemen, CALK, analisa manajemen, overview, future. Berdasarkan data diatas, untuk tema konsumen dan produk, lokasi pengungkapan untuk tema tersebut terbagi menjadi 54,24% dari tema pengungkapan produk dan konsumen berada di laporan manajemen, 42,37% berada di Overview, sedangkan sisanya 1,69 masing-masing berada di CALK dan future. Untuk tema lingkungan, 75% pengungkapan dilakukan di laporan manajemen, 15,91% diungkapkan di overview, sedangkan sisanya 4,55% diungkapkan di calk, dan 2,27% masing-masing diungkapkan di future dan analisa manajemen. Untuk tema mitra bisnis(pemerintah) 78% dari total pengungkapan tema tersebut diungkapkan di laporan manajemen, 12,12% diungkapkan di overview, sedangkan sisanya 9,09% diungkapkan di CALK. Untuk tema pemegang saham sebanyak 55,56% item pengungkapan social diungkapkan di laporan manajemen, 33,33% diungkapkau di overview dan sisanya sebanyak 11,11% diungkapkan di analisa manajemen. Untuk tema kemasyarakatan, sebanyak 92% dari total tema pengungkapan masyarakat diungkapkan di laporan manajemen sedangkan sisanya masing-masing 0,66% diungkapkan di CAK dan overview. Serta untuk tema tenaga kerja sebesar 48,46% dari total item pengungkapan tema tenaga kerja diungkapkan di laporan manajemen, sebanyak 43% diungkapkan di di CALK sedangkan sisanya diungkapkan di overview sebanyak 5,46% dan analisa manajemen sebesar 2,73%.

Dari deskripsi diatas secara keseluruhan, lokasi laporan manajemen yang paling banyak terdapat pengungkapan social yaitu sebanyak 377 pengungkapan dari total item pengungkapan tahun 2003 sebanyak 589 item pengungkapan. Dalam pengungkapan di laporan manajemen di dominasi oleh tema ketenaga kerjaan dan tema masyarakat yang masing-masing sebanyak 142 item pengungkapan social dan 139 item pengungkapan, serta sisanya adalah tema-tema pengungkapan social lain. Sedangkan selain pada laporan manajemen, pengungkapan social juga banyak diungkapkan di CALK, namun berbeda dengan laporan manajemen, dalam CALK di dominasi oleh tema ketenaga kerjaan sebanyak 126 item pengungkapan. Hal ini terjadi karena ketenaga kerjaan merupakan salah satu dari factor produksi, sehingga biayanyapun besar dan termuat dalam laporan keuangan yang dijelaskan secara terperinci dalam CALK. Selain itu PSAK NO.24 dan 18 mewajibkan perusahaan mengungkapkan tema ketenagakerjaan (Beban menfaat tenaga kerja dan dana pensiun atau imbalan pasca kerja) dalam CALK. Selain itu dalam overview perusahaan banyak melakukan pengungkapan social dengan tema produk dan konsumen. Dan dalam future tema ketenagakerjaan dan kemasyarakatan mendominasi.

Table 5. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Berdasarkan Metode Mengungkapan Tahun 2003

Metode Pengungkapan	Tema kosumen & Produk		Tema lingkungan		Tema mitra bisnis (pemerintah)		Tema pemegang saham		Tema masyarakat		Tema tenaga kerja	
	%		%		%		%		%		%	
Inventory Approach	59	100,00%	40	90,91%	23	69,70%	9	100,00%	125	82,78%	138	47,10%
Cost Approach	0	0,00%	4	9,09%	10	30,30%	0	0,00%	26	17,22%	155	52,90%
Programe Management Aproach	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cost Benefit Approach	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total pengungkapan	59	100,00%	44	100,00%	33	100,00%	9	100,00%	151	100,00%	293	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.1.5. Analisa Pengungkapan Sosial Berdasarkan Metode Pengungkapan

Dari table di atas, dapat kita peroleh gambaran. Bahwasanya penulis membagi tema pengungkapan sosial menjadi 4 metode pengungkapan social, yaitu : inventory approach, cost approach, progame manajemen approach, dan cost benefit approach. Dari gambaran diatas dapat di deskripsikan bahwa tema konsumen dan produk, dari total pengungkapan tema konsumen dan produk, semuanya atau 59 item pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach. Untuk tema lingkungan 90,90% atau sebanyak 40 item pengungkapan diungkapkan oleh inventory approach sedangkan sisanya sebanyak 9,09% diungkapkan dengan metode cost approach. Untuk tema Tema mitra bisnis (pemerintah) dari total pengungkapan tema mitra bisnis dan pemerintah sebanyak 33 item pengungkapan sebesar 69,70% atau sebanyak 23 item pengungkapan diungkapkan dengan metode Inventory approach sedangkan sisanya diungkapkan dengan metode cost approach. Tema pemegang saham secara keseluruhan atau sebanuak 9 item pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach. Sedangkan untuk tema kemasyarakatan dari total pengungkapan sebanyak 151 item pengungkapan, sebanyak 82,78% diungkapkan dengan metode inventory approach, dan sisanya sebanyak 17,22% atau sebanyak 26 tema pengungkapan diungkapkan dengan metode cost approach. Dan untuk tema ketenaakerjaan, sebanyak 138 pengungkapan atau sebesar 47,10% pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach dan sisanya sebanyak 52,90% atau sebanyak 155 item pengungkapan diungkapkan dengan metode cost approach.

Dari deskripsi diatas dapat kita peroleh gambaran bahwa metode pengungkapan social perusahaan-perusahaan di Indonesia masih menggunakan metode inventory approach dan costs approach. Sedangkan metode programe management approach dan cost benefit approach belum biasa dilakukasn di Indonesia.

IV.2. Tahun 2004

IV.2.1. Jumlah Perusahaan Sampel

Dibawah ini merupakan data jenis pengungkapan tahun 2004 yang di dasarkan oleh 6 tema pengungkapan, yaitu : Tema Konsumen dan produk, tema lingkungan, tema mitra bisnis (pemerintah), tema pemegang saham, tema masyarakat, dan tema tenaga kerja. Dan dikelompokan juga berdasarkan 9 jenis industri, yaitu, pertanian, pertambangan, industri dasar kimia, aneka industri, industri barang konsumsi, property dan real estate, infrastruktur, utilitas dan transportasi, keuangan, perdagangan, jasa dan investasi.

Tabel 6. Data jumlah Perusahaan tahun 2004

Jenis Perusahaan	Jumlah Perusahaan
Pertanian	2
Pertambangan	3
Industri dasar Kimia	23
Aneka Industri	19
Indutri Barang Konsumsi	12
Properti & Real Estate	12
Infrastruktur, utilitas & transportasi	3
Keuangan	16
Perdagangan, jasa & Investasi	20
Total perusahaan sampel	110

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Berikut di atas adalah jumlah perusahaan yang dapat penulis temukan untuk di jadikan sample, yaitu perusahaan-perusahaan yang dapat di temukan di PRPM BEJ, Pojok BEJ UII, Website perusahaan, dengan batasan perusahaan-perusahaan yang melakukan full disclose.

Tabel 7. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Tema Berdasarkan Jenis Industri 2004

Jenis Industri	kosumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja		Total	Jumlah Sampel
	%		%		%		%		%		%			
Pertanian	2	13,33%	2	13,33%	1	6,67%	1	6,67%	2	13,33%	7	46,67%	15	2
Pertambangan	2	4,55%	9	20,45%	4	9,09%	1	2,27%	11	25,00%	17	38,64%	44	3
Industri dasar Kimia	10	9,09%	17	15,45%	6	5,45%	1	0,91%	13	11,82%	63	57,27%	110	23
Aneka Industri	12	14,63%	13	15,85%	3	3,66%	0	0,00%	11	13,41%	43	52,44%	82	19
Indutri Barang	16	17,02%	2	2,13%	15	15,96%	1	1,06%	30	31,91%	30	31,91%	94	12
Konsumsi	1	2,50%	0	0,00%	1	2,50%	0	0,00%	15	37,50%	23	57,50%	40	12
Properti & Real Estate	5	15,15%	1	3,03%	4	12,12%	1	3,03%	9	27,27%	13	39,39%	33	3
Infrastruktur, utilitas & transportasi	7	9,09%	2	2,60%	4	5,19%	3	3,90%	24	31,17%	37	48,05%	77	16
Keuangan	8	7,41%	2	1,85%	2	1,85%	1	0,93%	36	33,33%	59	54,63%	108	20
Perdagangan, jasa & Investasi	63	10,45%	48	7,96%	40	6,63%	9	1,49%	151	25,04%	292	48,42%	603	110
Total Pengungkapan														

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.2.2. Analisa Jumlah Praktek Pengungkapan Berdasarkan Tema

Dia atas adalah hasil pengelompokan sample perusahaan berdasarkan tema pengungkapan pada tahun 2004. Dari pengelompokan per industri, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pertanian mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dengan pengungkapan sebesar 46 % dan untuk tema kemasyarakatan, lingkungan dan produk sebesar 13 %. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pertambangan banyak mengungkapkan tema ketenagakerjaan sebesar 38 % dan tema kemasyarakatan sebesar 25 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut, selain itu, untuk tema lingkungan juga cukup besar dengan besar pengungkapan 20 %, hal ini disebabkan karena kegiatan perusahaan yang bergerak dalam industri ini memang secara langsung mengeksplorasi alam yang menimbulkan dampak negative pada lingkungan. Untuk industri dasar kimia, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 57 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema lingkungan dan kemasyarakatan terdapat pengungkapan sebesar 15 % dan 11%, sedangkan untuk tema konsumen dan produk terdapat pengungkapan sebesar 9 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan pada sisi lingkungan karena biasanya dalam industri ini juga menimbulkan dampak langsung bagi lingkungan seperti polusi. Sedangkan pengungkapan yang paling banyak dilakukan dalam perusahaan-perusahaan dalam aneka industri adalah tema ketenagakerjaan sebesar 52 % dan untuk tema konsumen dan produk, lingkungan dan kemasyarakatan terdapat pengungkapan sebesar 13 % --

15. %. Untuk industri barang konsumsi, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dan kemasayarakatan dengan pengungkapan sebesar 32 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema mitra bisnis (pemerintah) dan produk terdapat pengungkapan sebesar 15 % dan 17 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan jaminan atas produk mereka, hal ini disebabkan karena konsumen dari produk ini cukup luas, selain itu dengan banyaknya konsumen menjadikan perusahaan yang bergerak dalam bidang ini mendapat banyak sorotan dari public yang dapat mengakibatkan banyaknya tekanan terhadap perusahaan untuk melakukan kinerja sosial. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri property dan real estate mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasayarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 35 % dan 57 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Untuk industri Infrastruktur, utilitas & transportasi, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 39 % dan kemasayarakatan sebesar 27 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema mitra bisnis (pemerintah) terdapat pengungkapan sebesar 12 % sedangkan untuk tema konsumen dan produk terdapat pengungkapan sebesar 15 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan jaminan atas produk mereka atau jaminan pelayanan yang akan mereka berikan, hal ini disebabkan karena konsumen dari produk ini cukup luas. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasayarakatan dan ketenagakerjaan

sebesar 31 % dan 48 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri perdagangan, investasi dan jasa mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 33 % dan 54 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan.

Secara keseluruhan tema pengungkapan social berjumlah sebanyak 603 pengungkapan, tema konsumen dan produk terdapat sebesar 10,45% dari total pengungkapan sebesar 603 item pengungkapan atau sebanyak 63 item pengungkapan tema konsumen dan produk. Pengungkapan dalam jenis kegiatan yang paling banyak diungkap adalah adanya jaminan akan kualitas produk yang dilakukan oleh perusahaan, baik secara sertifikasi produk ataupun adanya quality control dalam setiap produk sebesar 34 pengungkapan. selain itu, perusahaan juga banyak melakukan kegiatan dalam bentuk peningkatan pelayanan terhadap konsumen sebanyak 23 pengungkapan. Namun ada beberapa perusahaan yang melakukan kegiatan pengembangan produk yang diungkapkan dalam laporan keuangan. Untuk tema lingkungan terdapat pengungkapan sebesar 7,96 % dari total pengungkapan atau sebesar 48 item pengungkapan tema lingkungan. Kegiatan yang paling banyak dilakukan dalam tema lingkungan adalah upaya konserfasi serta pelestarian alam yang menjadi lahan operasi perusahaan sebanyak 33 pengungkapan dan ada 10 pengungkapan yang menyatakan beberapa kegiatan lain seperti upaya penanggulangan limbah, polusi yang diakibatkan oleh kegiatan utama perusahaan. Untuk tema mitra bisnis, terdapat pengungkapan sebesar 6,63% atau sebesar 40 item

tema pengungkapan mitra bisnis (pemerintah). Jenis kegiatan yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan dalam tema ini adalah kerjasama dengan pemerintah dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar melalui pemberdayaan ekonomi sebanyak 30 pengungkapan. Biasanya kegiatan ini berupa pemberian modal kerja kepada masyarakat dan pendampingan serta pemberian fasilitas kepada UKM setempat. Beberapa kegiatan dengan pengungkapan bahwa perusahaan menaati peraturan pemerintah, dll juga diungkapkan walaupun Cuma terdapat sedikit pengungkapan. Tema pemegang saham terdapat pengungkapan sebesar 1,49% atau sebesar 9 item tema pengungkapan pemegang saham dari keseluruhan item pengungkapan social. Jenis kegiatan yang paling banyak diungkap adalah upaya adanya peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan terhadap stakeholder. Namun, ada beberapa kegiatan yang diungkapkan berupa peningkatan nilai dan loyalitas terhadap stakeholder. Tema kemasyarakatan terdapat item sebanyak 151 pengungkapan atau sebesar 25,04% dari total item pengungkapan. Pada tahun ini kegiatan yang paling banyak diungkapkan pada tema kemasyarakatan adalah berupa bantuan social yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa baksos maupun sumbangan bagi masyarakat yang kurang mampu yang biasanya rutin dilakukan sebesar 36 pengungkapan. Kegiatan lain yang paling banyak diungkapkan juga berupa bantuan sponsorship kegiatan masyarakat seperti sponsorship kegiatan adat, hari-hari besar, serta agama yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sebanyak 42 pengungkapan. Dalam tema ini kegiatan yang juga cukup banyak diungkap oleh perusahaan sebanyak 27

pengungkapan mengenai kegiatan berupa bantuan pendidikan yang diberi perusahaan oleh masyarakat sekitar. Kegiatan ini biasanya berupa beasiswa, bantuan fasilitas pendidikan, dll. Selain itu, kegiatan dalam tema ini sebanyak 20 pengungkapan berupa pembangunan fasilitas umum yang biasanya berupa pembangunan sarana dan prasarana umum, seperti pembangunan jalan umum, fasilitas kebersihan, kesehatan, dll. Beberapa kegiatan seperti pembinaan komunitas masyarakat, pembukaan pelatihan kerja bagi masyarakat sekitar, dll juga cukup banyak diungkapkan oleh perusahaan sebanyak 21 pengungkapan. Untuk tema tenaga kerja terdapat 48,42% atau sebesar 292 item tema pengungkapan. Kegiatan yang paling banyak diungkapkan sebanyak 94 pengungkapan adalah berupa pelatihan pengembangan kemampuan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, kegiatan ini biasanya berupa training. Selain itu, perusahaan juga melakukan pengungkapan kegiatan atau hal tentang penggajian terhadap karyawan sebanyak 68 pengungkapan, kegiatan ini biasanya berupa pengungkapan informasi berupa standart rata-rata gaji yang diberikan oleh perusahaan pada setiap jenjang kariernya serta jumlah kenaikan gaji pertahunnya. Selain itu informasi tentang dana pensiun yang nantinya akan diterima karyawan pada waktunya juga cukup banyak diungkapkan oleh perusahaan. Selain itu kegiatan berupa pemberian atau jaminan kesehatan yang di berikan perusahaan oleh karyawan terdapat sebanyak 25 pengungkapan, kegiatan ini biasanya berupa pemberian fasilitas kesehatan bagi karyawan baik poliklinik gratis maupun bantuan berobat bagi karyawan. Untuk program kesehatan, keselamatan kerja diungkap sebanyak 39 pengungkapan.

Kegiatan berupa penyertaan seluruh karyawan sebuah perusahaan dalam jamsostek diungkap sebanyak 13 pengungkapan. Untuk kegiatan pemberian tunjangan karyawan diungkapkan sebanyak 18 pengungkapan dari seluruh pengungkapan dalam tema ini.

Setelah di lihat dari deskripsi table tersebut maka dapat diambil kesimpulan, bahwasanya tidak jauh berbeda dengan hasil analisa tahun 2003 bahwa tema tenaga kerja adalah tema yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan sebesar 48,42%. Hal ini tidak terlepas dari desakan masyarakat yang semakin sadar akan nasib tenaga kerja di Indonesia. Apalagi dengan bermunculannya serikat-serikat buruh yang secara konsisten terus-menerus memperjuangkan hak-hak tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, tenaga kerja bagi perusahaan adalah hal yang tidak bisa ditoklak lagi, tenaga kerja adalah termaksud salah satu factor produksi yang sangat penting bagi perusahaan. Sehingga, setiap perusahaan mau-tidak mau akan mengeluarkan biaya untuk memiliki factor produksi tersebut. Dengan kata lain, perusahaan harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan hiduptenaga kerja baik secara material, maupun psikologis agar proses produksi berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu, tekanan dari pemerintah pun tiga tahun belakangan ini cukup gencar, secara nyata, isu-isu tenaga kerja merupakan isu yang cukup resisten di kalangan masyarakat. Dalam tahun 2004 sendiri, isu ketenaga kerjaan sempat beberapa kali muncul di kalangan masyarakat serta dengan adanya peringatan hari buruh sedunia, hal ini merupakan suatu bukti aspirasi masyarakat yang harus di perjuangkan oleh pemerintah.

Untuk isu kemasyarakatan menempati urutan ke-2 atau sebanyak 25,04% juga tidak banyak berbeda dengan tahun 2003 yaitu sebanyak 151 tema pengungkapan. Hal ini juga menandakan bahwasanya, masyarakat sebagai factor penunjang keberlangsungan usaha memiliki perhatian yang cukup besar dalam perusahaan. Secara langsung perusahaan pasti bertempat di suatu wilayah teritorial tertentu. Lingkungan tempat berdomisili industri tersebut secara tidak langsung terkena efek dari industri tersebut. Khususnya secara sosiologis, masyarakat sekitar area industri tersebut secara tidak langsungpun terkena imbas dari industri tersebut baik positif-seperti peningkatan ekonomi- maupun negative-akulturasi kebudayaan yang bersifat negative, fasilitas umum yang digunakan oleh perusahaan-. Maka dengan itu sebagai tanggung jawab dari dampak tersebut perusahaan perlu melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif untuk menanggulangi efek-efek negative dan memperiahankan efek positif. Selain itu kegiatan-kegiatan tersebut adalah sebagai salah satu wujud tanggung jawab perusahaan dalam pengembangan atau pembangunan masyarakat sekitar. Karena keberlangsungan hidup perusahaan adalah tergantung oleh seberapa kuat produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat bertahan di pasaran, yang sebagian besar konsumennya adalah msyarakat itu sendiri, baik sekitar lingkungan perusahaan maupun tidak. Selain itu perusahaan harus memberikan kontribusi positif dalam lingkungan usahanya.

Tema konsumen dan produk menempati urutan ke-3, hal ini dapat disebabkan mulai sadarnya dan kritisnya masyarakat dengan kualitas produk yang ia gunakan. Masyarakat saat ini cenderung lebih selektif dalam melakukan pembelian

produk, karena sekarang banyak sekali produk sejenis dengan berbagai macam merek dengan berbagai kualitas berbeda. Selain itu, untuk memperoleh keyakinan konsumen perusahaan pun berlomba-lomba memberikan pelayanan yang lebih untuk konsumen. Dengan tercapainya loyalitas konsumen maka ada suatu jaminan bahwasanya produk dari perusahaan tersebut akan dapat bertahan di pasar. Tema lingkungan juga mendapat perhatian cukup besar bagi perusahaan, apalagi dengan adanya beberapa kasus lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan, sebut saja kasus teluk buya oleh newmount sehingga masyarakatpun saat ini sudah mulai sadar akan pentingnya kelestarian alam. Hal ini juga diiringi dengan beberapa tekanan dari berbagai LSM tingkatan nasional maupun internasional yang sadar akan kelestarian lingkungan. Sedangkan tema mitra bisnis (pemerintah) mengikuti setelahnya. Dalam tema ini sebagian besar perusahaan mengungkapkan program-program pembinaan dalam bidang ekonomi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sedangkan dalam tema pemegang saham, sebagian besar perusahaan menyatakan adanya peningkatan keterbukaan terhadap pemegang saham melalui peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Dalam hasil deskripsi di atas juga dapat digambarkan dari sisi total pengungkapan social dan distribusi frekwensi pengungkapan social berdasarkan tema pengungkapan tidak jauh berbeda dengan tahun 2003.

Tabel 8. Tabel Jumlah Perusahaan yang Melakukan Pengungkapan Berdasarkan Tema Tahun 2004

Jenis Industri	Konsumen & Produk	lingkungan	Mitra Bisnis (pemerintah)	Pemegang Saham	Masyarakat	Tenaga Kerja	Jumlah Sampel
Pertanian	2	2	1	1	1	2	2
Pertambangan	2	3	3	2	3	3	3
Industri dasar kimia	8	12	5	1	9	23	23
Aneka Industri	10	8	2	1	5	19	19
Industri Barang Konsumsi	10	3	7	1	9	12	12
Properti & Real Estate	1	1	1	0	6	12	12
Infrastruktur, utilitas & transportasi	2	0	3	1	3	3	3
Keuangan	6	2	2	3	9	16	16
Perdagangan, jasa & Investasi	6	1	1	2	10	20	20
Jumlah	47	32	25	12	55	110	110
persentasi perusahaan yang mengungkapkan	42,73%	29,09%	22,73%	10,91%	50,00%	100,00%	100 %

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.2.3. Analisa Perusahaan Yang Melakukan Praktek Pengungkapan Sosial

Tabel diatas menggambarkan mengenai jumlah perusahaan per industri yang mengungkapkan per tema. Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema konsumen dan produk dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 47 perusahaan. Jumlah tersebut merupakan gabungan dari sebanyak 9 jenis industri. Sedangkan Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema lingkungan dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 32 perusahaan. Untuk tema mitra bisnis (pemerintah) Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema ini dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 25 perusahaan. Untuk tema pemegang saham Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema tersebut dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 12 perusahaan. Selain itu Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema kemasyarakatan dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 55 perusahaan. Untuk tema ketenagakerjaan menempati urutan paling banyak, sebanyak 110 perusahaan dari seluruh sample perusahaan pada tahun ini yang melakukan pengungkapan dengan tema ini.

Tabel 9. Tabel Pengungkapan Social Perusahaan Sample Berdasarkan Lokasi Pengungkapan Tahun 2004

Lokasi Pengungkapan	kosumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja		Total pengungkapan per Lokasi
		%		%		%		%		%		%	
Laporan Manajemen	31	49,21%	36	75,00%	31	77,50%	5	50,00%	141	93,38%	155	53,08%	399
CALK	0	0,00%	4	8,33%	3	7,50%	0	0,00%	2	1,32%	120	41,10%	129
Overview	29	46,03%	7	14,58%	6	15,00%	5	50,00%	6	3,97%	11	3,77%	64
Fiture	2	3,17%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2
Analisa													
Manajemen	1	1,59%	1	2,08%	0	0,00%	0	0,00%	2	1,32%	6	2,05%	10
Total Item													
Pengungkapan	63	100 %	48	100 %	40	100 %	10	100 %	151	100 %	292	100 %	604

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.2.4. Analisa Praktek Pengungkapan Sosial Berdasarkan Lokasi

Tabel di atas merupakan data tentang pengungkapan sosial berdasarkan lokasi pengungkapan. Penulis membagi tema pengungkapan sosial dengan lokasi pengungkapan menjadi 5 bagian : laporan manajemen, CALK, analisa manajemen, overview, future. Berdasarkan data di atas, untuk tema konsumen dan produk, lokasi pengungkapan untuk tema tersebut terbagi menjadi 49,21% dari tema pengungkapan produk dan konsumen berada di laporan manajemen, 46,03% berada di Overview, sedangkan sisanya 3,17% diungkapkan di future dan 1,29% diungkapkan di analisa manajemen. Untuk tema lingkungan, 75% pengungkapan dilakukan di laporan manajemen, 14,58% diungkapkan di overview, sedangkan sisanya 8,33% diungkapkan di calk, dan 2,07% masing-masing diungkapkan di analisa manajemen. Untuk tema mitra bisnis(pemerintah) 77,50% dari total pengungkapan tema tersebut diungkapkan di laporan manajemen, 15% diungkapkan di overview, sedangkan sisanya 7,50% diungkapkan di CALK. Untuk tema pemegang saham sebanyak 50% item pengungkapan social diungkapkan di laporan manajemen, dan sisanya sebanyak 50% diungkapkan di overview. Untuk tema kemasyarakatan, sebanyak 93,38% dari total tema pengungkapan masyarakat diungkapkan di laporan manajemen sedangkan sisanya masing-masing 3,97% diungkapkan overview dan sebanyak 1,32% masing-masing diungkapkan di CALK dan analisa manajemen. Serta untuk tema tenaga kerja sebesar 53,08% dari total item pengungkapan tema tenaga kerja diungkapkan di laporan

manajemen, sebanyak 41,01% diungkapkan di di CALK sedangkan sisanya diungkapkan di overview sebanyak 3,77% dan analisa manajemen sebesar 2,05%.

Dari deskripsi diatas secara keseluruhan, lokasi laporan manajemen yang paling banyak terdapat pengungkapan social yaitu sebanyak 399 pengungkapan dari total item pengungkapan tahun 2004 sebanyak 604 item pengungkapan. Dalam pengungkapan di laporan manajemen di dominasi oleh tema ketenaga kerjaan dan tema masyarakat yang masing-masing sebanyak 141 item pengungkapan social dan 155 item pengungkapan, serta sisanya adalah tema-tema pengungkapan social lain seperti konsumen dan produk dan mitra bisnis yang masing-masing sebanyak 31 item. Sedangkan selain pada laporan manajemen, pengungkapan social juga banyak diungkapkan di CALK dengan pengungkapan sebanyak 129 dari total sebanyak 604 pengungkapan, namun berbeda dengan laporan manajemen, dalam CALK di dominasi oleh tema ketenaga kerjaan sebanyak 120 item pengungkapan. Hal ini terjadi karena ketenaga kerjaan merupakan salah satu dari factor produksi yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi, sehingga biayanyapun besar dan termuat dalam laporan keuangan yang dijelaskan secara terperinci dalam CALK. Selain itu PSAK NO.24 mewajibkan perusahaan mengungkapkan tema ketenagakerjaan (Beban menfaat tenaga kerja dan dana pensiun atau imbalan pasca kerja) dalam CALK. Selain itu dalam overview perusahaan banyak melakukan pengungkapan social mayoritas dengan tema produk dan konsumen, namun tema-tema lain seperti tenaga kerja, masyarakat juga cukup banyak. Dan dalam future tema konsumen dan produk mendominasi. Dalam hasil deskripsi di atas juga dapat

digambarkan dari sisi lokasi pengungkapan ada beberapa perbedaan dengan tahun sebelumnya terutama dalam future, namun dalam lokasi laporan manajemen, CALK, dan overview tidak jauh berbeda dengan tahun 2003.



Table 10. Tabel Pengungkapan social perusahaan sample berdasarkan metode pengungkapan tahun 2004

Metode Pengungkapan	kosumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja	
		%		%		%		%		%		%
Inventory Approach	63	100,00%	41	85,42%	24	60,00%	10	100,00%	127	84,11%	122	41,78%
Cost Approach	0	0,00%	7	14,58%	16	40,00%	0	0,00%	24	15,89%	170	58,22%
Programe Management	0	0,00%										
Approach	0	0,00%										
Cost and benefit	0	0,00%										
Total pengungkapan	63	100 %	48	100 %	40	100 %	10	100 %	151	100 %	292	100 %

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.2.5. Analisa Pengungkapan Sosial Berdasarkan Metode Pengungkapan

Dari table di atas, dapat kita peroleh gambaran. Bahwasanya penulis membagi tema pengungkapan sosial menjadi 4 metode pengungkapan social, yaitu : inventory approach, cost approach, progame manajemen approach, dan cost benefit approach. Dari gambaran diatas dapat di deskripsikan bahwa tema konsumen dan produk, dari total pengungkapan tema konsumen dan produk, semuanya atau 63 item pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach. Untuk tema lingkungan 85,42% atau sebanyak 41 item pengungkapan diungkapkan oleh inventory approach sedangkan sisanya sebanyak 14,58% diungkapkan dengan metode cost approach. Untuk tema Tema mitra bisnis (pemerintah) dari total pengungkapan tema mitra bisnis dan pemerintah sebanyak 40 item pengungkapan sebesar 60% atau sebanyak 24 item pengungkapan diungkapkan dengan metode Inventory approach sedangkan sisanya diungkapkan dengan metode cost approach. Tema pemegang saham secara keseluruhan atau sebanuak 10 item pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach. Sedangkan untuk tema kemasyarakatan dari total pengungkapan sebanyak 151 item pengungkapan, sebanyak 84,11% diungkapkan dengan metode inventory approach, dan sisanya sebanyak 15,89% atau sebanyak 26 tema pengungkapan diungkapkan dengan metode cost approach. Dan untuk tema ketenaakerjaan, sebanyak 122 pengungkapan atau sebesar 41,78% pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach dan sisanya sebanyak 58,22% atau sebanyak 170 item pengungkapan diungkapkan dengan metode cost approach.

Dari deskripsi diatas dapat kita peroleh gambaran bahwa metode pengungkapan social perusahaan-perusahaan di Indonesia masih menggunakan metode inventory approach dan costs approach. Sedangkan metode program management approach dan cost benefit approach belum biasa dilakukasn di Indonesia.

Dalam hasil deskripsi di atas secara keseluruhan juga dapat digambarkan dari sisi total pengungkapan social dan beberapa pembagian berdasarkan lokasi serta metode pengungkapan memang ada beberapa perbedaan, namun secara umum tidak jauh berbeda dengan tahun 2003.

IV.3. Tahun 2005

IV.3.1. Jumlah Perusahaan Sampel

Dibawah ini merupakan data jenis pengungkapan tahun 2004 yang di dasarkan oleh 6 tema pengungkapan, yaitu : Tema Konsumen dan produk, tema lingkungan, tema mitra bisnis (pemerintah), tema pemegang saham, tema masyarakat, dan tema tenaga kerja. Dan dikelompokan juga berdasarkan 9 jenis industri, yaitu, pertanian, pertambangan, industri dasar kimia, aneka industri, industri barang konsumsi, property dan real estate, infrastruktur, utilitas dan transportasi, keuangan, perdagangan, jasa dan investasi.

Tabel 11. Jumlah Perusahaan tahun 2005

Jenis Perusahaan	Jumlah Perusahaan
Pertanian	3
Pertambangan	4
Industri dasar Kimia	23
Aneka Industri	22
Indutri Barang Konsumsi	16
Properti & Real Estate	16
Infrastruktur, utilitas & transportasi	12
Keuangan	20
Perdagangan, jasa & Investasi	20
Total	117

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Berikut di atas adalah jumlah perusahaan yang dapat penulis temukan untuk di jadikan sample, yaitu perusahaan-perusahaan yang dapat di temukan di PRPM BEJ, Pojok BEJ UII, Website perusahaan, dangan batasan perusahaan-perusahaan yang melakukan full disclose.

Tabel 12. Tabel Pengungkapan Sosial Perusahaan Sample Tema Berdasarkan Jenis Industri 2005

Jenis Industri	kosumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja		Total	Jumlah Sampel
		%		%		%		%		%		%		
Pertanian	0	0,00%	3	20,00%	1	6,67%	0	0,00%	3	20,00%	8	53,33%	15	3
Pertambangan	3	5,00%	9	15,00%	4	6,67%	4	6,67%	18	30,00%	22	36,67%	60	4
Industri dasar Kimia	11	11,11%	14	14,14%	3	3,03%	1	1,01%	19	19,19%	51	51,52%	99	22
Aneka Industri	6	8,96%	8	11,94%	1	1,49%	1	1,49%	12	17,91%	39	58,21%	67	16
Indutri Barang Konsumsi	10	12,05%	3	3,61%	11	13,25%	0	0,00%	30	36,14%	29	34,94%	83	16
Properti & Real Estate	1	1,59%	4	6,35%	2	3,17%	0	0,00%	33	52,38%	23	36,51%	63	12
Infrastruktur, utilitas & transportasi	2	7,14%	4	14,29%	1	3,57%	1	3,57%	7	25,00%	13	46,43%	28	4
Keuangan	6	6,06%	2	2,02%	5	5,05%	2	2,02%	36	36,36%	48	48,48%	99	20
Perdagangan, jasa & Investasi	10	8,85%	1	0,88%	4	3,54%	0	0,00%	32	28,32%	66	58,41%	113	20
Total	49	7,81%	48	7,66%	32	5,10%	9	1,44%	190	30,30%	299	47,69%	627	117

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah



IV.3.2. Analisa Jumlah Praktek Pengungkapan Berdasarkan Tema

Dia atas adalah hasil pengelompokan sample perusahaan berdasarkan tema pengungkapan pada tahun 2005. Dari pengelompokan per industri, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pertanian mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasyarakatan dengan pengungkapan sebesar 53 % dan untuk tema kemasyarakatan, lingkungan dan produk sebesar 20 %. Dalam industri ini perusahaan memang kegiatannya berhubungan langsung dengan alam. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pertambangan banyak mengungkapkan tema ketenagakerjaan sebesar 30 % dan tema kemasyarakatan sebesar 36 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut, selain itu, untuk tema lingkungan juga cukup besar dengan besar pengungkapan 15 %, hal ini disebabkan karena kegiatan perusahaan yang bergerak dalam industri ini memang secara langsung mengeksplorasi alam yang menimbulkan dampak negative pada lingkungan. Untuk industri dasar kimia, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 51 % dan untuk tema kemasyarakatan sebesar 19 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema lingkungan dan produk terdapat pengungkapan sebesar 14 % dan 11%. Sedangkan pengungkapan yang paling banyak dilakukan dalam perusahaan-perusahaan dalam aneka industri adalah tema ketenagakerjaan sebesar 58 % dan sebesar 17 % untuk tema kemasyarakatan, sedangkan untuk tema konsumen dan produk dan lingkungan terdapat pengungkapan sebesar 8 % dan 11 %. Untuk industri barang konsumsi, kinerja social yang paling banyak diungkapkan

adalah tema ketenagakerjaan dan kemasayarakatan dengan pengungkapan sebesar 36 % dan 34 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema mitra bisnis (pemerintah) dan produk terdapat pengungkapan sebesar 13 % dan 12 %. Dalam industri ini biasanya perusahaan cukup menekankan akan adanya jaminan atas produk mereka, hal ini disebabkan karena konsumen dari produk ini cukup luas. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri property dan real estate mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasayarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 52 % dan 36 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Untuk industri Infrastruktur, utilitas & transportasi, kinerja social yang paling banyak diungkapkan adalah tema ketenagakerjaan dengan pengungkapan sebesar 46 % dan kemasayarakatan sebesar 25 % dari total pengungkapan industri tersebut, sedangkan untuk tema lingkungan terdapat pengungkapan sebesar 14 %. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasayarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 36 % dan 48 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan. Untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri perdagangan, investasi dan jasa mengungkapkan paling banyak kinerja social dengan tema kemasayarakatan dan ketenagakerjaan sebesar 28 % dan 58 % sedangkan untuk tem-tema lain hanya sedikit diungkapkan.

Jika kita melihat secara keseluruhan, secara keseluruhan tema pengungkapan social berjumlah sebanyak 603 pengungkapan, tema konsumen dan produk terdapat

sebesar 7,81% dari total pengungkapan sebesar 603 item pengungkapan atau sebanyak 49 item pengungkapan tema konsumen dan produk. Kegiatan yang paling banyak diungkap dari keseluruhan pengungkapan dengan tema ini adalah adanya jaminan akan kualitas produk yang dilakukan oleh perusahaan, baik secara sertifikasi produk ataupun adanya quality control dalam setiap produk sebesar 24 pengungkapan. selain itu, perusahaan juga banyak melakukan kegiatan dalam bentuk peningkatan pelayanan terhadap konsumen sebanyak 19 pengungkapan. Nemun ada beberapa perusahaan yang melakukan kegiatan pengembangan produk yang diungkapkan dalam laporan keuangan. Untuk tema lingkungan terdapat pengungkapan sebesar 7,66 % dari total pengungkapan atau sebesar 48 item pengungkapan tema lingkungan. dalam tema lingkungan kegiatan yang paling banyak dilakukan adalah upaya konserfasi serta pelestarian alam yang menjadi lahan operasi perusahaan sebanyak 34 pengungkapan. Ada beberapa kegiatan lain seperti upaya penanggulangan limbah, polusi yang diakibatkan oleh kegiatan utama perusahaan. Untuk tema mitra bisnis, terdapat pengungkapan sebesar 5,10% atau sebesar 32 item tema pengungkapan mitra bisnis (pemerintah). Jenis kegiatan yang paling banyak di untkapkan oleh perusahaan adalah kerjasama dengan pemerintah dalam peningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar melalui pemberdayaan ekonomi sebanyak 27 pengungkapan. Biasanya kegiatan ini berupa pemberian modal kerja kepada masyarakat dan pendampingan serta pemberian fasilitas kepada UKM setempat. Beberapa kegiatan dengan bentuk menaati peraturan pemerintah, dll juga diungkapkan walaupun Cuma terdapat sedikit pengungkapan. Tema

pemegang saham terdapat pengungkapan sebesar 1,44% atau sebesar 9 item tema pengungkapan pemegang saham dari keseluruhan item pengungkapan social. Jenis kegiatan yang paling banyak diungkap adalah upaya adanya peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan terhadap stakeholder. Namun, ada beberapa kegiatan yang diungkapkan berupa peningkatan nilai dan loyalitas terhadap stakeholder. Tema kemasyarakatan terdapat item sebanyak 190 pengungkapan atau sebesar 30,30% dari total item pengungkapan. Pada tahun ini kegiatan yang paling banyak diungkapkan adalah bantuan social yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat, tahun ini banyak kegiatan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang terkena bencana terdapat sebesar 61 pengungkapan. Kegiatan lain yang paling banyak diungkapkan juga berupa bantuan sponsorship kegiatan masyarakat seperti sponsorship kegiatan adat, hari-hari besar, serta agama yang dilakukan oleh masyarakat sekitar sebanyak 40 pengungkapan. Dalam tema ini kegiatan yang juga cukup banyak diungkap oleh perusahaan sebanyak 35 pengungkapan mengenai kegiatan berupa bantuan pendidikan yang diberi perusahaan oleh masyarakat sekitar. Kegiatan ini biasanya berupa beasiswa, bantuan fasilitas pendidikan, dll. Selain itu, kegiatan dalam tema ini sebanyak 23 pengungkapan berupa pembangunan fasilitas umum yang biasanya berupa pembangunan sarana dan prasarana umum, seperti pembangunan jalan umum, fasilitas kebersihan, kesehatan, dll. Beberapa kegiatan seperti pembinaan komunitas masyarakat, pembukaan pelatihan kerja bagi masyarakat sekitar, dll juga cukup banyak diungkapkan oleh perusahaan sebanyak 20 pengungkapan. Untuk kegiatan

dukungan perusahaan terhadap seni, budaya, serta olah raga yang dilakukan oleh masyarakat sekitar terdapat 11 pengungkapan. Untuk tema tenaga kerja terdapat 47,69% atau sebesar 299 item tema pengungkapan. Kegiatan yang paling banyak diungkapkan sebanyak 102 pengungkapan adalah berupa pelatihan pengembangan kemampuan yang diberikan perusahaan kepada karyawan, kegiatan ini biasanya berupa training. Selain itu, perusahaan juga melakukan pengungkapan kegiatan atau hal tentang penggajian terhadap karyawan sebanyak 78 pengungkapan, kegiatan ini biasanya berupa pengungkapan informasi berupa standart rata-rata gaji yang diberikan oleh perusahaan pada setiap jenjang kariernya serta jumlah kenaikan gaji pertahunnya. Selain itu informasi tentang dana pensiun yang nantinya akan diterima karyawan pada waktunya juga cukup banyak diungkapkan oleh perusahaan. Selain itu kegiatan berupa pemberian atau jaminan kesehatan yang di berikan perusahaan oleh karyawan terdapat sebanyak 18 pengungkapan, kegiatan ini biasanya berupa pemberian fasilitas kesehatan bagi karyawan baik poliklinik gratis maupun bantuan berobat bagi karyawan. Untuk program kesehatan, keselamatan kerja diungkap sebanyak 41 pengungkapan. Kegiatan berupa penyertaan seluruh karyawan sebuah perusahaan dalam jamsostek diungkap sebanyak 7 pengungkapan. Untuk kegiatan pemberian tunjangan karyawan diungkapkan sebanyak 25 pengungkapan dari seluruh pengungkapan dalam tema ini.

Setelah di lihat dari deskripsi table tersebut maka dapat diambil kesimpulan, bahwasanya tidak jauh berbeda dengan hasil analisa tahun 2003 dan 2004 bahwa tema tenaga kerja adalah tema yang masih paling banyak diungkapkan oleh

perusahaan-perusahaan sebesar 47,69%. Dengan alasan yang masih sama, Hal ini tidak terlepas dari desakan masyarakat yang semakin sadar akan nasib tenaga kerja di Indonesia. Apalagi dengan bermunculannya serikat-serikat buruh yang secara konsisten terus-menerus memperjuangkan hak-hak tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, tenaga kerja bagi perusahaan adalah hal yang tidak bisa ditoklak lagi, tenaga kerja adalah termaksud salah satu factor produksi yang sangat penting bagi perusahaan. Sehingga, setiap perusahaan mau-tidak mau akan mengeluarkan biaya untuk memiliki factor produksi tersebut. Dengan kata lain, perusahaan harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan hiduptenaga kerja baik secara material, maupun psikologis agar proses produksi berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu, tekanan dari pemerintah pun tiga tahun belakangan ini cukup gencar, secara nyata, isu-isu tenaga kerja merupakan isu yang cukup resisten di kalangan masyarakat. Dalam tahun 2004 sendiri, isu ketenaga kerjaan sempat beberapa kali muncul di kalangan masyarakat serta dengan adanya peringatan hari buruh sedunia, hal ini merupakan suatu bukti aspirasi masyarakat yang harus di perjuangkan oleh pemerintah.

Untuk Tema kemasyarakatan menempati urutan ke-2 atau sebanyak 30,30% juga tidak banyak berbeda dengan tahun 2003 dan tahun 2004, namun mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 190 tema pengungkapan. Hal ini juga menandakan bahwasanya, masyarakat sebagai factor penunjang keberlangsungan usaha memiliki perhatian yang cukup besar dalam perusahaan. Secara langsung perusahaan pasti bertempat di suatu wilayah teritorial tertentu.

Lingkungan tempat berdomisili industri tersebut secara tidak langsung terkena efek dari industri tersebut. Khususnya secara sosiologis, masyarakat sekitar area industri tersebut secara tidak langsungpun terkena imbas dari industri tersebut baik positif seperti peningkatan ekonomi- maupun negative-akulturasi kebudayaan yang bersifat negative, fasilitas umum yang digunakan oleh perusahaan-. Maka dengan itu sebagai tanggung jawab dari dampak tersebut perusahaan perlu melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat positif untuk menanggulangi efek-efek negative dan mempertahankan efek positif. Selain itu kegiatan-kegiatan tersebut adalah sebagai salah satu wujud tanggung jawab perusahaan dalam pengembangan atau pembangunan masyarakat sekitar. Karena keberlangsungan hidup perusahaan adalah tergantung oleh seberapa kuat produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat bertahan di pasaran, yang sebagian besar konsumennya adalah masyarakat itu sendiri, baik sekitar lingkungan perusahaan maupun tidak. Selain itu perusahaan harus memberikan kontribusi positif dalam lingkungan usahanya. Peningkatan tersebut terkait dengan beberapa bukti kurang perhatiannya perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan-seperti kasus Freeport-sehingga tekanan masyarakat terhadap perusahaan terkait dengan kasus ini meningkat.

Tema konsumen dan produk menempati urutan ke-3, hal ini dapat disebabkan mulai sadarnya dan kritisnya masyarakat dengan kualitas produk yang ia gunakan. Masyarakat saat ini cenderung lebih selektif dalam melakukan pembelian produk, karena sekarang banyak sekali produk sejenis dengan berbagai macam merek dengan berbagai kualitas berbeda. Selain itu, untuk memperoleh keyakinan

konsumen perusahaan pun berlomba-lomba memberikan pelayanan yang lebih untuk konsumen. Dengan tercapainya loyalitas konsumen maka ada suatu jaminan bahwasanya produk dari perusahaan tersebut akan dapat bertahan di pasar. Tema lingkungan juga mendapat perhatian cukup besar bagi perusahaan, apalagi dengan adanya beberapa kasus lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan, sebut saja kasus teluk buya oleh newmount dan Lumpur lapindo sehingga masyarakatpun saat ini sudah mulai sadar akan pentingnya kelestarian alam yang mengakibatkan banyaknya tuntutan masyarakat terhadap tanggung jawab perusahaan yang telah meng eksplorasi alam demi kepentingan profit mereka. Hal ini juga diiringi dengan beberapa tekanan dari berbagai lsm tingkatan nasional maupun internasional yang sadar akan kelestarian lingkungan. Sedangkan tema mitra bisnis (pemerintah) mengikuti setelahnya. Dalam tema ini sebagian besar perusahaan mengungkapkan program-program pembinaan dalam bidang ekonomi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sedangkan dalam tema pemegang saham, sebagian besar perusahaan menyatakan adanya peningkatan keterbukaan terhadap pemegang saham melalui peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Dalam hasil deskripsi di atas juga dapat digambarkan dari sisi secara keseluruhan pengungkapan social dan distribusi frekwensi pengungkapan social berdasarkan tema pengungkapan ada beberapa perubahan terutama dalam tema kemasyarakatan namun secara umum tidak jauh berbeda dengan tahun 2003 dan tahun 2004.

Tabel 13. Tabel Jumlah Perusahaan yang Melakukan Pengungkapan Berdasarkan Tema Tahun 2005

Jenis Industri	Konsumen & Produk	lingkungan	Mitra Bisnis (pemerintah)	Pemegang Saham	Masyarakat	Tenaga Kerja	Jumlah Sampel
Pertanian	0	2	1	0	1	3	3
Pertambangan	3	3	2	3	4	4	4
industri dasar kimia	9	9	3	1	9	22	22
Aneka Industri	5	5	1	1	5	16	16
Indutri Barang Konsumsi	7	4	8	0	10	16	16
Properti & Real Estate	1	3	2	0	7	12	12
Infrastruktur, utilitas & transportasi	1	1	1	1	2	4	4
Keuangan	4	2	3	3	12	19	20
Perdagangan, jasa & Investasi	8	1	4	1	12	20	20
Jumlah	38	30	25	10	62	116	117
persentasi perusahaan yang mengungkapkan	32,48%	25,64%	21,37%	8,55%	52,99%	99,15%	100 %

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.3.3. Analisa Jumlah Perusahaan Yang Melakukan Praktek Pengungkapan Sosial

Tabel diatas menggambarkan mengenai jumlah perusahaan per industri yang mengungkapkan per tema. Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema konsumen dan produk dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 38 perusahaan. Jumlah tersebut merupakan gabungan dari sebanyak 9 jenis industri yang terdiri dari 117 perusahaan. Sedangkan Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema lingkungan dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 30 perusahaan. Untuk tema mitra bisnis (pemerintah) Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema ini dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 25 perusahaan. Untuk tema pemegang saham Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema tersebut dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 10 perusahaan. Selain itu Jumlah perusahaan yang mengungkapkan tema kemasyarakatan dalam jumlah sample secara keseluruhan sebanyak 62 perusahaan. Untuk tema ketenagakerjaan menempati urutan paling banyak, dari seluruh perusahaan melakukan pengungkapan terdapat 116 perusahaan.

Tabel 14. Tabel Pengungkapan Perusahaan Sample Berdasarkan Lokasi Pengungkapan Tahun 2005

Lokasi Pengungkapan	kesumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja		Total Lokasi
		%		%		%		%		%		%	
Laporan Manajemen	26	53,06%	35	72,92%	29	90,63%	3	33,33%	186	97,89%	148	49%	427
CALk	0	0,00%	2	4,17%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	128	43%	130
Overview	20	40,82%	10	20,83%	3	9,38%	6	66,67%	4	2,11%	17	6%	60
Fiture	3	6,12%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	1%	6
Analisa Manajemen	0	0,00%	1	2,08%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	1%	4
Total Item Pengungkapan	49	100 %	48	100 %	32	100 %	9	100 %	190	100 %	299	100 %	627

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.3.4. Analisa Praktek Pengungkapan Sosial Berdasarkan Lokasi

Tabel di atas merupakan data tentang pengungkapan sosial berdasarkan lokasi pengungkapan. Penulis membagi tema pengungkapan sosial dengan lokasi pengungkapan menjadi 5 bagian : laporan manajemen, CALK, analisa manajemen, overview, future. Berdasarkan data diatas, untuk tema konsumen dan produk, lokasi pengungkapan untuk tema tersebut terbagi menjadi 53,06% dari tema pengungkapan produk dan konsumen berada di laporan manajemen, 40,82% berada di Overview, sedangkan sisanya 6,12% diungkapkan di future. Untuk tema lingkungan, 72,92% pengungkapan dilakukan di laporan manajemen, 20,83% diungkapkan di overview, sedangkan sisanya 4,17% diungkapkan di calk, dan 2,08% masing-masing diungkapkan di analisa manajemen. Untuk tema mitra bisnis (pemerintah) 90,63% dari total pengungkapan tema tersebut diungkapkan di laporan manajemen, sedangkan sisanya sebanyak 9,38% diungkapkan di overview. Untuk tema pemegang saham sebanyak 33,33% item pengungkapan social diungkapkan di laporan manajemen, dan sisanya sebanyak 66,67% diungkapkan di overview. Untuk tema kemasyarakatan, sebanyak 97,89% dari total tema pengungkapan masyarakat diungkapkan di laporan manajemen sedangkan sisanya sebesar 2,11% diungkap di overview. Serta untuk tema tenaga kerja sebesar 49,50% dari total item pengungkapan tema tenaga kerja diungkapkan di laporan manajemen, sebanyak 42,81% diungkapkan di di CALK sedangkan sisanya diungkapkan di overview sebanyak 5,68% dan analisa manajemen serta future sebesar 1%.

Dari deskripsi diatas secara keseluruhan, lokasi laporan manajemen yang paling banyak terdapat pengungkapan social yaitu sebanyak 427 pengungkapan dari total item pengungkapan tahun 2004 sebanyak 604 item pengungkapan. Dalam pengungkapan di laporan manajemen di dominasi oleh tema ketenaga kerjaan dan tema masyarakat yang masing-masing sebanyak 148 item pengungkapan social dan 186 item pengungkapan, serta sisanya adalah tema-tema pengungkapan social lain seperti konsumen dan produk dan mitra bisnis yang masing-masing sebanyak 26 item dan 29 item. Sedangkan selain pada laporan manajemen, pengungkapan social juga banyak diungkapkan di CALK dengan pengungkapan sebanyak 130 dari total sebanyak 604 pengungkapan, namun berbeda dengan laporan manajemen, dalam CALK di dominasi oleh tema ketenaga kerjaan sebanyak 128 item pengungkapan. Hal ini terjadi karena ketenaga kerjaan merupakan salah satu dari factor produksi yang digunakan untuk menentukan harga pokok produksi, sehingga biayanyapun besar dan termuat dalam laporan keuangan yang dijelaskan secara terperinci dalam CALK. Selain itu PSAK NO.24 mewajibkan perusahaan mengungkapkan tema ketenagakerjaan (Beban menfaat tenaga kerja dan dana pensiun atau imbalan pasca kerja) dalam CALK. Selain itu dalam overview perusahaan banyak melakukan pengungkapan social mayoritas dengan tema produk dan konsumen, dan tema lingkungan. Dan dalam future tema konsumen dan produk serta ketenagakerjaan mendominasi. Dalam hasil deskripsi di atas juga dapat digambarkan dari sisi lokasi pengungkapan ada beberapa perbedaan dengan tahun sebelumnya terutama dalam future yang berbeda dengan tahun 2004 namun hamper sama dengan tahun 2003,

namun dalam lokasi laporan manajemen, CALK, dan overview tidak jauh berbeda dengan tahun 2003 dan 2004.



Table 15. Tabel Pengungkapan Social Perusahaan Sample Berdasarkan Metode Pengungkapan

Metode Pengungkapan	kosumen & Produk		lingkungan		mitra bisnis (pemerintah)		pemegang saham		masyarakat		tenaga kerja	
		%		%		%		%		%		%
Inventory Approach	49	100,00%	44	91,67%	24	72,73%	9	100,00%	163	85,79%	133	44,48%
Cost Approach	0	0,00%	4	8,33%	9	27,27%		0,00%	27	14,21%	166	55,52%
Programe Management Aproach	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Total pengungkapan	49	100 %	48	100 %	33	100 %	9	100 %	190	100 %	299	100 %

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.3.5. Analisa Pengungkapan Sosial Berdasarkan Metode Pengungkapan

Dari table di atas, dapat kita peroleh gambaran. Bahwa penulis membagi tema pengungkapan sosial menjadi 4 metode pengungkapan social, yaitu : inventory approach, cost approach, progame manajemen approach, dan cost benefit approach. Dari gambaran diatas dapat di deskripsikan bahwa tema konsumen dan produk, dari total pengungkapan tema konsumen dan produk, semuanya atau 49 item pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach. Untuk tema lingkungan 91,67% atau sebanyak 44 item pengungkapan diungkapkan oleh inventory approach sedangkan sisanya sebanyak 8,33% diungkapkan dengan metode cost approach. Untuk tema Tema mitra bisnis (pemerintah) dari total pengungkapan tema mitra bisnis dan pemerintah sebanyak 33 item pengungkapan sebesar 72,73% atau sebanyak 24 item pengungkapan di ungkapkan dengan metode Inventory approach sedangkan sisanya diungkapkan dengan metode cost approach. Tema pemegang saham secara keseluruhan atau sebanuak 9 item pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach. Sedangkan untuk tema kemasyarakatan dari total pengungkapan sebanyak 190 item pengungkapan, sebanyak 85,79% diungkapkan dengan metode inventory approach, dan sisanya sebanyak 14,21% atau sebanyak 27 tema pengungkapan diungkapkan dengan metode cost approach. Dan untuk tema ketenaakerjaan, sebanyak 133 pengungkapan atau sebesar 44,48% pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach dan sisanya sebanyak 55,52% atau sebanyak 166 item pengungkapan diungkapkan dengan metode cost approach.

Dari deskripsi diatas dapat kita peroleh gambaran bahwa metode pengungkapan social perusahaan-perusahaan di Indonesia masih menggunakan metode inventory approach dan costs approach. Sedangkan metode programe management approach dan cost benefit approach belum biasa dilakukan di Indonesia.

IV.4. Dekskripsi Perbandingan Antar Tahun

IV.4.1. Perbandingan Tema

Berikut merupakan tabel perbandingan secara keseluruhan setiap tema dari tahun 2003 hingga tahun 2005.

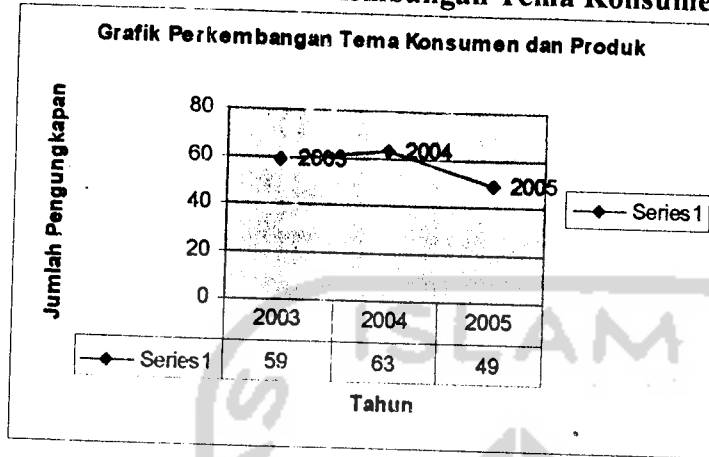
Tabel 16. Perbandingan Tema Tahun 2003 – 2005

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	59	10,02%	63	10,45%	49	7,81%
Lingkungan	44	7,71%	48	7,69%	48	7,44%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	33	5,60%	40	6,63%	32	5,10%
Pemegang Saham	9	1,53%	9	1,49%	9	1,44%
Masyarakat	151	25,64%	151	25,04%	190	30,30%
Tenaga Kerja	293	49,75%	292	48,42%	299	47,69%
Jumlah Total seluruh Pengngkapan per tahun	589	100,00%	603	100,00%	627	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

IV.4.1.1. Konsumen dan Produk

Gambar 1. Grafik Perkembangan Tema Konsumen

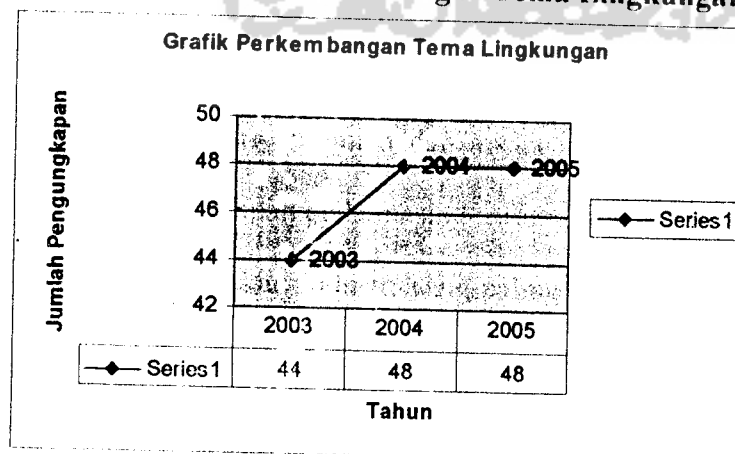


Dalam tabel diatas dapat kita lihat gambarannya dalam Grafik di atas, perkembangan pengungkapan tema konsumen dan produk dari tahun 2003 sampai 2005. Pada tahun 2003 jumlah pengungkapan dengan tema konsumen terdapat 59 pengungkapan dan meningkat pada tahun 2004 menjadi 63 pengungkapan. Namun pada tahun 2005 pengungkapan dengan tema ini mengalami penurunan menjadi 49 pengungkapan. Namun secara keseluruhan kondisi general antar tahun masih sama, antara tahun 2003 dan 2004 dan pada tahun 2005 mengalami penurunan. Namun secara keseluruhan tema konsumen dan produk menempati tema ke-3 yang paling banyak diungkap pada masing-masing tahun, hanya saja proporsinya yang berubah antar tahun. Dalam tema ini pada tahun 2003 industri yang paling banyak melakukan pengungkapan adalah industri Infrastruktur, utilitas & transportasi dengan proporsi sebanyak 20 % dari total pengungkapan dalam industri ini. Sedangkan Perdagangan, jasa & Investasi dan Indutri Barang Konsumsi menempati urutan ke dua dan tiga

dengan besar proporsi pengungkapan dalam masing-masing industri sebanyak 14 dan 11 %. Sedangkan yang paling rendah dalam melakukan pengungkapan dalam tema ini adalah industri pertanian dan aneka industri, masing-masing sebesar 4 % dari seluruh pengungkapan pada masing-masing industri. Pada tahun 2004, industri barang konsumsi merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan dengan tema ini. Sebanyak 17 % dari total pengungkapan dalam industri ini. Sedangkan industri Infrastruktur, utilitas & transportasi dan aneka industri menempati urutan ke dua dan tiga dengan besar pengungkapan sebesar 14 dan 15 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut. Sedangkan pengungkapan paling sedikit berada pada jenis industri Property dan Real Estate. Pada tahun 2005, industri barang konsumsi dan industri dasar kimia merupakan perusahaan yang paling banyak melakukan pengungkapan dalam tema ini. Dengan besar pengungkapan 11 dan 10 % dari total pengungkapan yang ada pada masing-masing industri. Sedangkan pengungkapan paling sedikit berada pada jenis industri Property dan Real Estate.

IV.4.1.2. Lingkungan

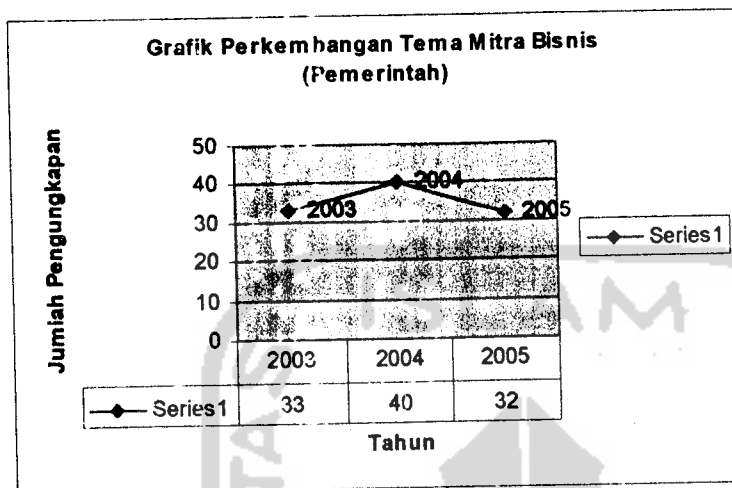
Gambar 2. Grafik Perkembangan Tema Lingkungan



Berdasarkan tabel diatas dan dalam Grafik di atas, perkembangan pengungkapan tema konsumen dan produk dari tahun 2003 sampai. Menurut data yang di peroleh, pengungkapan dengan tema ini tahun pada tahun 2004 sebanyak 48 pengungkapan mengalami sedikit kenaikan di banding tahun 2003 sebanyak 44 pengungkapan. namun pada tahun 2005 jumlah pengungkapan sama dengan tahun 2004. dalam tema ini tidak ada kenaikan atau penurunan yang cukup besar antar tahunnya. Dalam tema ini, pada tahun 2003 industri pertambangan dan dasar kimia merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 20 dan 13 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri perdagangan jasa dan investasi merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 1,8% dari total pengungkapan dalam industri tersebut. Pada tahun 2004 industri pertambangan dan dasar kimia serta aneka industri merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 20 dan 15 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri perdagangan jasa dan investasi merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 1,8% dari total pengungkapan dalam industri tersebut. Pada tahun 2005 industri pertambangan dan dasar kimia merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 15 dan 14 % serta 11 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri perdagangan jasa dan investasi merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 1 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut.

IV.4.1.3. Mitra Bisnis (Pemerintah)

Gambar 3. Grafik Perkembangan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah)

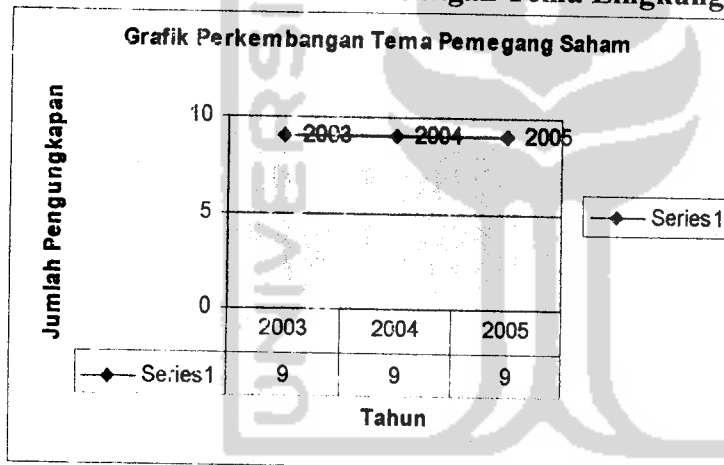


Berdasarkan tabel di atas dan grafik menggambarkan perkembangan pengungkapan tema mitra bisnis (pemerintah). Secara mendetail memang ada beberapa perubahan pengungkapan antar tahun. Pada tahun 2004 terjadi peningkatan sebesar 50 pengungkapan, namun pada tahun 2005 sebaliknya, terjadi penurunan bila dibanding dengan tahun 2004. Namun secara general proporsi pengungkapan antar tahun cenderung tidak terdapat perubahan yang besar. Dalam tema ini, pada tahun 2003 industri barang konsumsi dan pertambangan merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 14 dan 10 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, dalam industri pertanian tidak ditemukan pengungkapan dengan tema tersebut. Pada tahun 2004 industri barang konsumsi dan infrastruktur dan transportasi merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 15 dan 12 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri

perdagangan jasa dan investasi merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 1,8% dari total pengungkapan dalam industri tersebut. Pada tahun 2005 industri barang konsumsi merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, sebesar 13 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, aneka industri merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 1,5 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut.

IV.4.1.4. Pemegang Saham

Gambar 4. Grafik Perkembangan Tema Lingkungan

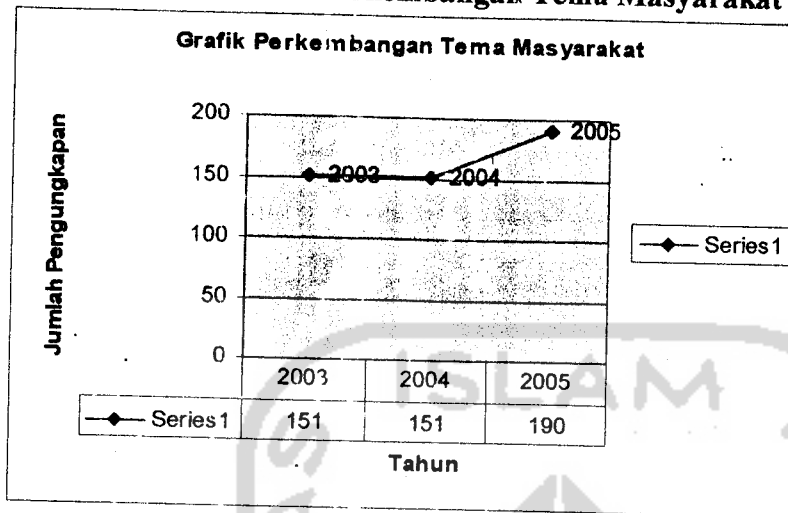


Berdasarkan tabel diatas dan grafik menggambarkan perbandingan pengungkapan social dengan tema pemegang saham. Secara general memang pengungkapan dengan tema ini cenderung sama, namun, jika lihat dari sisi prosentase maka sebenarnya terjadi penurunan antar tahun pada tema ini. Walaupun tidak besar dan secara garis besar masih sama. Pada tahun 2003 terdapat 1,53 % dari seluruh

pengungkapan, tahun 2004 terdapat 1,49 % dari seluruh pengungkapan, serta tahun 2005 terdapat 1,44 % dari seluruh pengungkapan. Namun dari sisi jumlah pengungkapan cenderung sama dari tahun 2003 hingga tahun 2005. Dalam tema ini, pada tahun 2003 industri pertanian merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, sebesar 4 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri Property dan aneka industri tidak ditemukan pengungkapan dengan tema ini. Pada tahun 2004 industri pertanian merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, sebesar 6 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri Property dan aneka industri tidak ditemukan pengungkapan dengan tema ini. Pada tahun 2005 industri pertambangan merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, sebesar 6 % serta 11 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri Property dan aneka industri tidak ditemukan pengungkapan dengan tema ini.

IV.4.1.5. Kemasyarakatan

Gambar 5. Grafik Perkembangan Tema Masyarakat

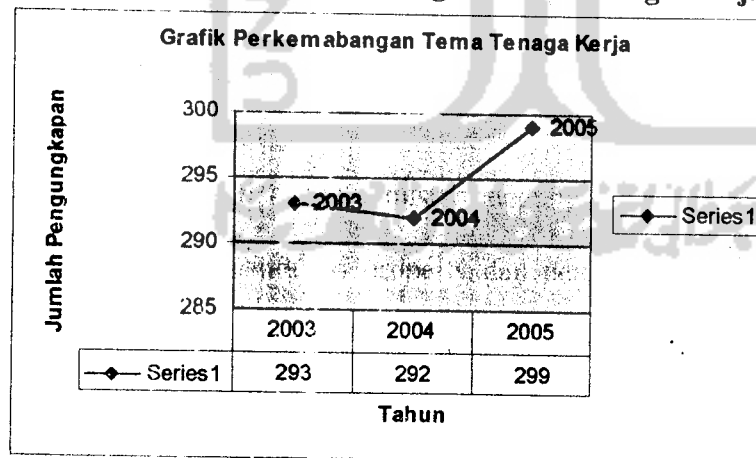


Dalam tabel diatas dan grafik menggambarkan perkembangan untuk tema kemasyarakatan. Pada tahun 2003 dan tahun 2004 tidak ada perubahan yang besar. Namun pada tahun 2005 terjadi peningkatan yang cukup besar sebanyak 40 pengungkapan. Peningkatan ini di dominasi dengan adanya peningkatan dengan item bantuan terhadap bencana. Mengingat pada tahun 2004 dan 2005 di Indonesia terdapat berbagai macam bencana alam. Dengan adanya bencana ini memang menjadi perhatian masyarakat, sehingga banyak perusahaan pun yang secara sukarela mengulurkan tangan atau sekedar memfasilitasi untuk mengkoordinasi untuk membantu masyarakat yang terkena bencana. Tercatat di tabel pada tahun 2005 terdapat 190 pengungkapan bila disbanding dengan tahun sebelumnya sebanyak 151 pengungkapan. Dalam tema ini, pada tahun 2003 industri barang pertambangan dan Property merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 45 dan 37 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri.

Sedangkan, dalam aneka industri pengungkapan yang paling sedikit sebesar 7 %. Pada tahun 2004 industri property dan perdagangan, jasa dan investasi merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 37 dan 35 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri pertanian merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 13 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut. Pada tahun 2005 industri keuangan, barang konsumsi dan keuangan merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, sebesar 52 dan 36 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, aneka industri merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 19 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut.

IV.4.1.6. Ketenaga Kerjaan

Gambar 6. Grafik Perkembangan Tema Tenaga Kerja



Dalam tabel di atas menggambarkan perbandingan pengungkapan dengan tema ketenagakerjaan dari tahun 2003 sampai tahun 2005. Secara keseluruhan memang tidak terdapat perubahan yang besar dalam jumlah pengungkapan, namun, secara proporsional pengungkapan per tahunnya mengalami penurunan walaupun tidak besar dan dapat dikatakan secara keseluruhan sama. Pada tahun 2003 terdapat 293 pengungkapan dengan persentase 49 % dari total seluruh pengungkapan. Pada tahun 2004 terdapat 292 pengungkapan dengan persentase 48 % dari total seluruh pengungkapan. Sedangkan pada tahun 2005 terdapat 299 pengungkapan dengan persentase 48 % dari total seluruh pengungkapan. Dalam tema ini, pada tahun 2003 aneka industri dan dasar kimia merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 73 dan 60 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan dalam tema ini adalah industri pertambangan dengan pengungkapan sebesar 30,9 % dari total pengungkapan dalam industri ini. Pada tahun 2004 industri dasar kimia, aneka industri dan Property merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 57 dan 54 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, barang konsumsi merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 31,9 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut. Pada tahun 2005 aneka industri, dasar kimia, dan perdagangan dan investasi merupakan industri yang paling banyak melakukan pengungkapan, masing-masing sebesar 58 dan 53 % dari total pengungkapan dalam masing-masing industri. Sedangkan, industri barang konsumsi

merupakan industri yang paling sedikit melakukan pengungkapan, sebesar 34,9 % dari total pengungkapan dalam industri tersebut.

Dalam hasil perbandingan pengungkapan berdasarkan tema antar tahun, memang memiliki kecenderungan sama. Walaupun untuk tema konsumen dan produk, lingkungan, mitra bisnis (pemerintah), pemegang saham serta ketenaga kerjaan mengalami sedikit perubahan khususnya untuk tahun 2005 yang mengalami sedikit penurunan pada masing-masing tema. Padahal secara keseluruhan jumlah pengungkapan pada masing-masing tahun mengalami peningkatan dan yang terbanyak adalah pada tahun 2005, ternyata memang peningkatan pengungkapan terjadi untuk tema kemasyarakatan pada tahun 2005 mengalami peningkatan yang cukup besar. Peningkatan ini di dominasi dengan adanya peningkatan dengan item bantuan terhadap bencana. Mengingat pada tahun 2004 dan 2005 di Indonesia terdapat berbagai macam bencana alam. Dengan adanya bencana ini memang menjadi perhatian masyarakat, sehingga banyak perusahaan pun yang secara sukarela mengulurkan tangan atau sekedar memfasilitasi untuk mengkoordinasi untuk membantu masyarakat yang terkena bencana. Bisa di katakan hal ini bisa menjadikan salah satu cara untuk menekankan eksistensi perusahaan dikalangan masyarakat.

IV.4.2. Perbandingan Lokasi Pengungkapan Sosial

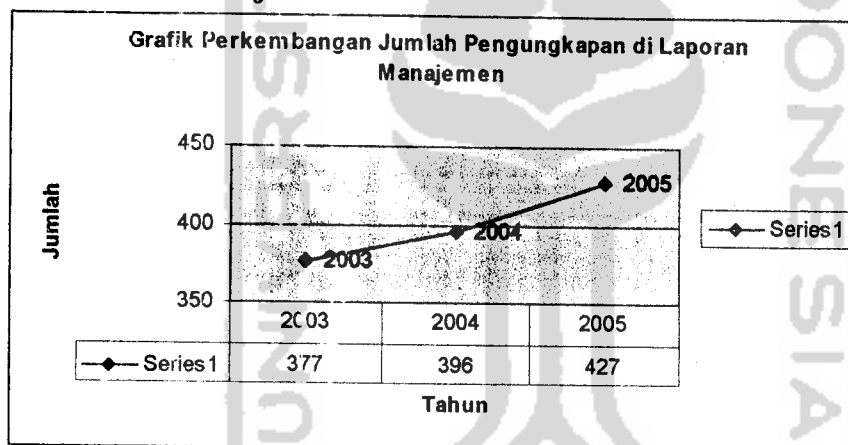
IV.4.2.1. Laporan Manajemen

Tabel 17. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Laporan Manajemen

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	32	8,49%	31	7,83%	26	6,09%
Lingkungan	33	8,75%	36	9,09%	35	8,20%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	26	6,90%	31	7,83%	29	6,79%
Pemegang Saham	5	1,33%	5	1,26%	3	0,70%
Masyarakat	139	36,87%	141	35,61%	186	43,56%
Tenaga Kerja	142	37,67%	152	38,38%	148	34,66%
Total Lokasi	377	100,00%	396	100,00%	427	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 7. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Laporan Manajemen



Tabel dan grafik di atas menggambarkan jumlah pengungkapan yang diungkapkan di laporan manajemen. Secara umum, laporan manajemen di masih di dominasi oleh 2 item pengungkapan, yaitu tema ketenaga kerjaan dan tema kemasyarakatan. Untuk tema ketenaga kerjaan, pada tahun 2005 terjadi penurunan bila dibanding dengan tahun 2004. hal ini seiring dengan adanya penurunan

pengungkapan pada tema tersebut. Sedangkan, Terdapat kenaikan yang cukup besar pada pengungkapan tema kemasyarakatan pada tahun 2005, kenaikan ini di sebabkan oleh adanya kenaikan jumlah pengungkapan dalam tema tersebut. Sedangkan untuk tema-tema lain terdapat beberapa perubahan, namun tidak besar. Secara keseluruhan, jumlah pengungkapan dalam lokasi ini mengalami peningkatan seiring dengan adanya peningkatan dengan jumlah pengungkapan secara keseluruhan.

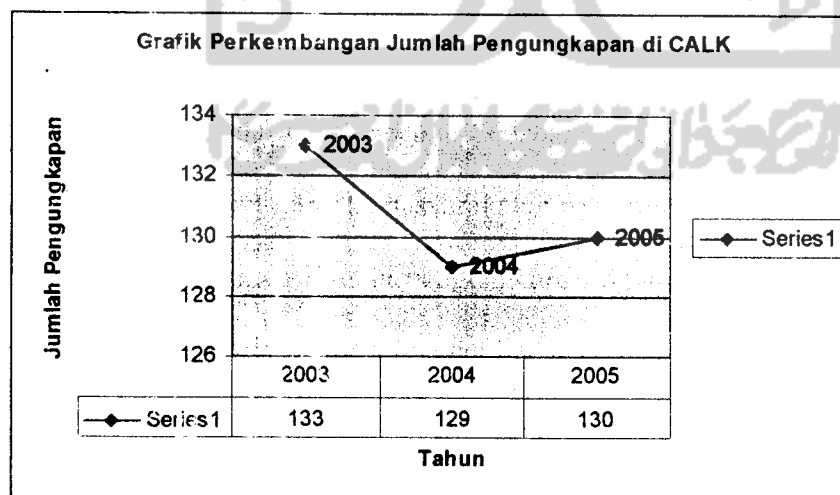
IV.4.2.2. CALK

Tabel 18. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di CALK

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	1	0,75%	0	0,00%	0	0,00%
Lingkungan	2	1,50%	4	3,10%	2	1,54%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	3	2,26%	3	2,33%	0	0,00%
Pemegang Saham	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Masyarakat	1	0,75%	2	1,55%	0	0,00%
Tenaga Kerja	126	94,74%	120	93,02%	128	98,46%
Total Lokasi	133	100,00%	129	100,00%	130	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 8. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di CALK



Dalam tabel dan grafik di atas menjelaskan dalam lokasi pengungkapan CALK hampir semuanya di dominasi oleh tema ketenagakerjaan. Hal ini menjadi wajar, karena ketenagakerjaan memang satu-satunya tema yang diungkap dalam laporan keuangan (dalam arti sempit), dan akan di perelas dalam CALK. Selain itu, memang sudah ada peraturan yang mengatur tentang hal tersebut. Tidak ada perubahan yang cukup banyak dalam pengungkapan di atas, sejak tahun 2003 hingga 2005 CALK tetap di dominasi oleh pengungkapan dengan tema tersebut. Walaupun ada beberapa tema yang diungkap juga dalam CALK, namun jumlahnya sangat sedikit sekali. Secara keseluruhan, pengungkapan dalam lokasi ini dari tahun ke tahun cenderung sama jumlahnya, walaupun ada beberapa perubahan jumlah, namun jumlahnya tidak besar.

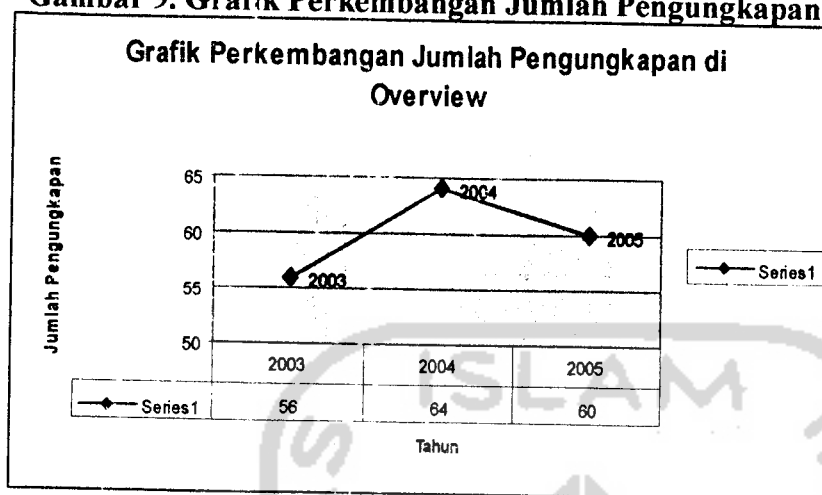
IV.4.2.3. Overview

Tabel 19. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Overview

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	25	44,64%	29	45,31%	20	33,33%
Lingkungan	7	12,50%	7	10,94%	10	16,67%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	4	7,14%	6	9,38%	3	5,00%
Pemegang Saham	3	5,36%	5	7,81%	6	10,00%
Masyarakat	1	1,79%	6	9,38%	4	6,67%
Tenaga Kerja	16	28,57%	11	17,19%	17	28,33%
Total pengungkapan Lokasi	56	100,00%	64	100,00%	60	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 9. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Overview



Untuk lokasi pengungkapan di Overview, tema yang paling banyak diungkapkan adalah tema Produk & Konsumen, dan tema ketenagakerjaan. Namun tema-tema lain juga cukup banyak diungkapkan, seperti tema lingkungan, mitra bisnis, dan pemegang saham. Dalam tema ini biasanya kinerja social yang diungkapkan tidak bersifat mendetail, mengingat bagian ini adalah gambaran secara sekilas tentang perusahaan dan peran-peran yang diambil oleh perusahaan. Pada tahun 2003, terdapat 56 pengungkapan yang diungkapkan di lokasi ini. Sebanyak 40 % nya adalah tema konsumen dan produk, 29% tema tenaga kerja, 12 % tema lingkungan, dan beberapa tema lain. Untuk tema kemasyarakatan pada tahun ini memiliki perbedaan cukup besar bila di dibandingkan dengan tahun setelahnya, hal ini terjadi karena pada tahun ini tema kemasyarakatan lebih banyak diungkap di analisa manajemen. Pada tahun 2004 juga masih di dominasi oleh tema pengungkapan konsumen dan produk, sebanyak 45 % dari total item pengungkapan social yang

diungkapkan di lokasi ini. Sedangkan untuk tema tenaga kerja mengalami penurunan dari tahun sebelumnya menjadi 17 %. Hal ini terjadi karena pada tahun ini, tema tenaga kerja lebih banyak dijabarkan di laporan manajemen. Sedangkan untuk tema yang lain pada tahun 2004 cenderung sama dengan tahun 2003. Untuk tahun 2005, tema konsumen dan produk yang biasanya mendominasi lokasi ini mengalami penurunan, bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan ini terjadi karena tema ini memang secara keseluruhan tema ini pada tahun 2005 mengalami penurunan pengungkapan. Untuk tema lain cenderung sama dengan tahun sebelumnya. Secara keseluruhan, jumlah pengungkapan dengan tema ini memang mengalami peningkatan pada tahun 2004, walaupun tidak besar dan dapat dikatakan cenderung sama.

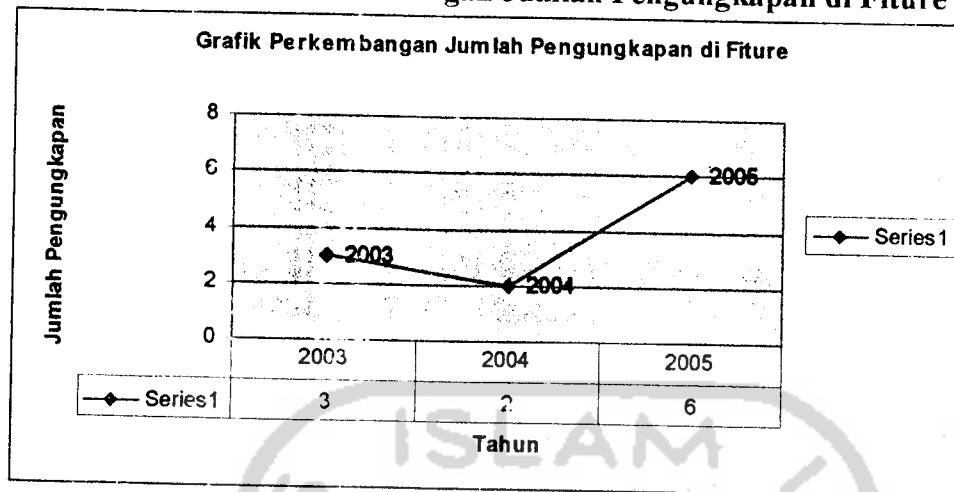
IV.4.2.4. Future

Tabel 20. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Future

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	1	33,33%	2	100,00%	3	50,00%
Lingkungan	1	33,33%	0	0,00%	0	0,00%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Pemegang Saham	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Masyarakat	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Tenaga Kerja	1	33,33%	0	0,00%	3	50,00%
Total Lokasi	3	100,00%	2	100,00%	6	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 10. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Fiture



Dalam lokasi ini tidak banyak pengungkapan social yang diungkap, mengingat memang tidak banyak juga perusahaan yang menyertakan lokasi ini dalam pengungkapan laporan keuangannya. Namun ada beberapa perusahaan yang menggunakan lokasi ini untuk melakukan pengungkapan social, biasanya untuk tema konsumen & produk, Lingkungan, dan ketenaga kerjaan. Seperti terlihat di atas, pengungkapan di tahun 2003, hanya sebanyak 3 item yang masing-masing adalah tema konsumen & produk, Lingkungan, dan ketenaga kerjaan. Sedangkan tahun 2004 semua pengungkapan dalam lokasi ini mengungkapkan tema kosumen & produk. Pada tahun 2005 pengungkapan dalam lokasi ini terdiri dari item tenaga kerja dan konsumen & Produk. Namun karena sedikitnya pengungkapan dalam lokasi ini menyebabkan perbedaan yang ada karena adanya perbedaan sample perusahaan. Secara keseluruhan jumlah pengungkapan dalam lokasi ini memang tidak banyak dan ada beberapa perubahan jumlah pengungkapan terutama peningkatan pada tahun 2005.

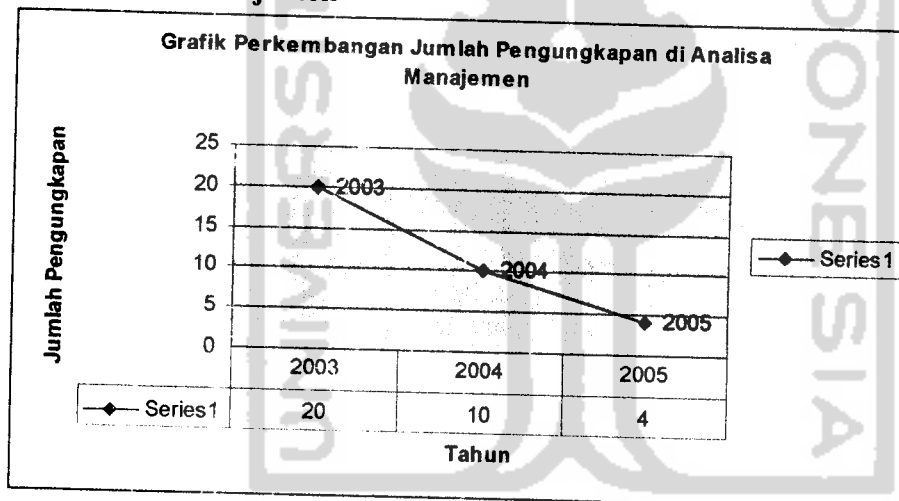
IV.4.2.5. Analisa Manajemen

Tabel 21. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan di Analisa Manajemen

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	0	0,00%	1	10,00%	0	0,00%
Lingkungan	1	5,00%	1	10,00%	1	25,00%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Pemegang Saham	1	5,00%	0	0,00%	0	0,00%
Masyarakat	10	50,00%	2	20,00%	0	0,00%
Tenaga Kerja	8	40,00%	6	60,00%	3	75,00%
Total Lokasi	20	100,00%	10	100,00%	4	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 11. Grafik Perkembangan Jumlah Pengungkapan di Analisa Manajemen



Dalam tabel dan grafik diatas dapat kita ambil gambaran bahwa padalokasi ini tidak banyak kinerja social yang diungkapkan, mengingat lokasi ini biasanya digunakan untuk menampilkan analisa kebijakan-kebijakan serta kinerja keuangan perusahaan yang telah diambil oleh manajemen dalam satu tahun kepemimpinan mereka. Ada beberapa perusahaan yang melakukan pengungkapan dalam lokasi ini,

pada tahun 2003 dan 2004 lokasi ini di dominasi oleh pengungkapan dengan tema masyarakat dan tenaga kerja. Namun pada tahun 2004 tema konsumen & Produk dan lingkungan juga diungkapkan dalam lokasi ini, walaupun tidak banyak. Pada tahun 2005, terjadi penurunan pengungkapajn dalam lokasi ini, namun masih di dominasi oleh tema tenaga kerja. Secara keseluruhan, pengungkapan dalam lokasi ini memang tidak besar. Terjadi penurunan jumlah pengungkapan dalam lokasi ini pada tahun 2004 dan 2005 bila disbanding dengan tahun sebelumnya. Hal ini dapat terjadi karena pada tahun 2004 dan 2005 lokasi ini lebih banyak di gunakan untuk melakukan deskripsi analisis terhadap penafsiran laporan keuangan.

IV.4.3. Perbandingan Metode Pengungkapan

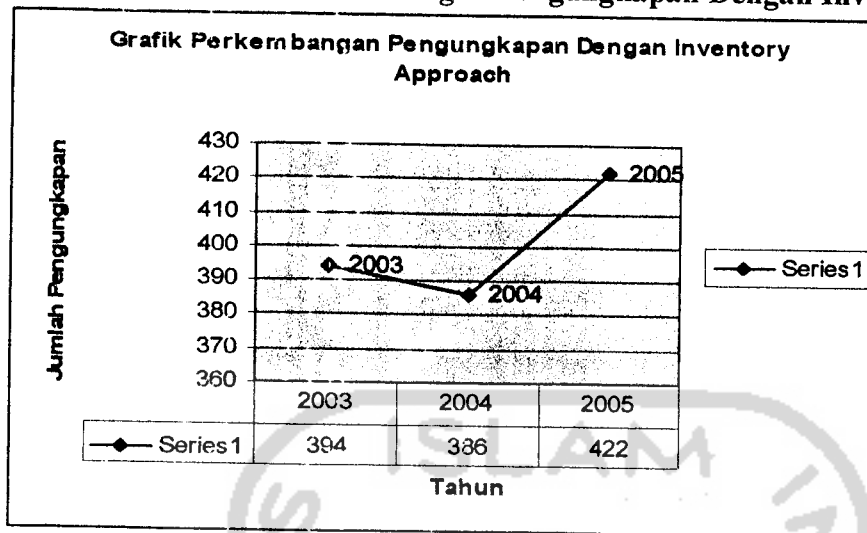
IV.4.3.1. Inventory Approach

Tabel 22. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan dengan Inventory Approach

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	59	15,21%	63	16,28%	49	11,48%
Lingkungan	40	10,31%	41	10,59%	44	10,30%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	23	5,93%	24	6,20%	24	5,62%
Pemegang Saham	9	2,28%	9	2,33%	9	2,11%
Masyarakat	125	31,73%	127	32,90%	163	38,17%
Tenaga Kerja	138	35,03%	122	31,61%	133	31,15%
Total Lokasi	394	100,00%	386	100,00%	422	98,83%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 12. Grafik Perkembangan Pengungkapan Dengan Inventory Approach



Data perbandingan diatas dapat digambarkan bahwa kinerja social yang diungkapkan dengan metode Inventory Approach kebanyakan adalah tema ketenagakerjaan dan masyarakat. Masing-masing sebesar 30 % pengungkapan yang menggunakan metode ini adalah kinerja dengan tema tenaga kerja and masyarakat. Sedangkan pengungkapan dengan metode ini sebesar 15,21 % dan 10 % adalah dengan tema konsumen & produk dan lingkungan, dan sisanya sebanyak 6 % aslah tema mitra bisnis (pemerintah). Pada tahun 2004 terdapat beberapa perbedaan, namun tidak besar, dan secara general relative sama. Pada tahun 2005 perbedaan terlihat pada penurunan proporsi untuk tema konsumen & Produk, lingkungan, dan mitra bisnis pemerintah, namun hal ini terjadi seiring dengan penurunan jumlah pengungkapan secara keseluruhan pada tema tersebut. Sedangkan untuk tema masyarakat mengalami kenaikan yang cukup besar dari 32 % pada tahun-tahun sebelumnya menjadi 38 % pada tahun 2005 atau dengan jumlah 125 pengungkapan

pada tahun sebelumnya menjadi 163 pengungkapan. Hal ini juga terjadi seiring dengan kenaikan jumlah pengungkapan tema ini secara keseluruhan.

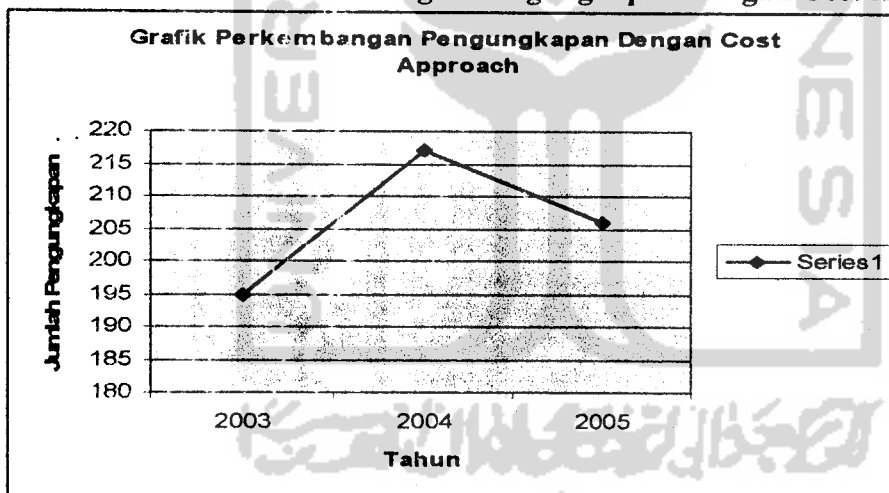
IV.4.3.2. Cost Approach

Tabel 23. Data Jumlah Tema yang Diungkapkan dengan Cost Approach

Tema	2003		2004		2005	
		%		%		%
Konsumen & Produk	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Lingkungan	4	2,05%	7	3,23%	4	1,94%
Mitra Bisnis (Pemerintah)	10	5,13%	16	7,37%	9	4,37%
Pemegang Saham	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Masyarakat	26	13,33%	24	11,06%	27	13,11%
Tenaga Kerja	155	79,49%	170	78,34%	166	80,58%
Total Lokasi	195	100,00%	217	100,00%	206	100,00%

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Gambar 2. Grafik Perkembangan Pengungkapan Dengan Cost Approach



Dalam tabel dan grafik di atas dapat kita lihat bahwa pada tahun 2003 pengungkapan yang diungkapkan dengan metode cost approach sebanyak 195 pengungkapan dari total pengungkapan. Sedangkan tema yang paling banyak diungkapkan dengan metode ini adalah tema ketenaga kerjaan, sebanyak 79 % dan

sisanya sebanyak 13 % atau 26 item pengungkapan dengan metode ini adalah tema masyarakat, serta sisanya adalah untuk tema lain lingkungan dan mitra bisnis. Sedangkan untuk tahun 2004 dan tahun 2005 tidak terdapat perubahan yang cukup besar. Adanya kenaikan pada tema tenaga kerja terjadi seiring dengan adanya kenaikan jumlah pengungkapan yang menggunakan metode ini. Secara keseluruhan, jumlah pengungkapan dengan tema ini memang cenderung sama, walaupun ada beberapa perubahan namun tidak besar.

IV.4.3.2. Programe Manajemen dan Cost & Benefit Approach

Dalam data yang kami temui, untuk metode Programe Manajemen dan Cost & Benefit Approach belum di gunakan di Indonesia. Walaupun secara prakten diluat negri cukup banyak perusahaan yang menggunakan metode ini, namun lain halnya di Indoneisa metode ini belum ada yang menggunakan. Terutama untuk cost benefit approach, perusahaan di tuntun melakukan secara transparan mengungkapkan efek baik positif dan negative yang ditimbulkan dari kegiatan operasi perusahaan. Hal ini perlu kesadaran yang cukup baik untuk melakukannya, apalagi menurut Sri Sultan Hamengkubuwon X dalam sarasehan CSR mengatakan pengungkapan yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Indonesai masih cenderung selektif dan masih bukan di dorong oleh kesadaran akan keperdulian, tetapi masih di dorong akan pentingnya nilai eksistensi perusahaan walaupun tidak semua.

BAB V

V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Dari hasil data yang diperoleh oleh peneliti, dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain

1. Dari sisi Tema pengungkapan social antara tahun 2003, 2004, dan 2005 cenderung memiliki beberapa kesamaan. Pengungkapan social yang dilakukan oleh perusahaan rata-rata masih di dominasi oleh tema-tema kemasyarakatan dan tenaga kerja. Pada tahun 2003 sebesar 49 % atau sebesar 293 pengungkapan dari seluruh tema pengungkapan yang di dapat merupakan tema ketenagakerjaan sedangkan sebanyak 25,6 % atau 151 pengungkapan adalah tema kemasyarakatan, dan sisanya terbagi dengan tema lain. Pada tahun 2004, sebesar 48 % atau sebesar 290 pengungkapan dari total pengungkapan adalah tema ketenagakerjaan, sedangkan sebesar 25 % merupakan tema kemasyarakatan. Pada tahun 2005, sebanyak 47 % dari total pengungkapan tahun 2005 merupakan tema ketenagakerjaan, sedangkan tema kemasyarakatan memiliki kenaikan menjadi 30 % dari total pengungkapan. Adanya kenaikan pada tahun 2005 khususnya pada tema kemasyarakatan dikarenakan banyaknya terjadi bencana nasional pada tahun tersebut, sehingga mendorong simpati perusahaan

untuk membantu para korban. Selain itu memang cukup banyak tekanan dari masyarakat kepada perusahaan agar melakukan pertanggungjawaban social terhadap lingkungannya. Secara keseluruhan, isu ketenagakerjaan dan kemasyarakatan memang merupakan isu yang cukup resisten di kalangan masyarakat. Dari tema masyarakat, beberapa kejadian yang belakangan ini timbul, seperti kasus Newmont, Lapindo, Freeport secara umum telah mengubah paradigma masyarakat tentang pentingnya eksistensi masyarakat bagi perusahaan di mata perusahaan dimana tempat perusahaan tersebut berdomisili. Masyarakat sudah mulai sadar akan efek-efek negative yang mungkin dapat ditimbulkan ketika sebuah korporasi melakukan kegiatannya di sekitar masyarakat. Dari sisi ketenagakerjaan belakangan ini banyak LSM - LSM atau serikat-serikat buruh yang menyuarakan adanya perlakuan yang adil terhadap buruh. Namun untuk tema-tema lingkungan dan produk dan konsumen, memang belakangan ini belum menjadi suatu isu yang marak, sehingga perusahaan masih cenderung belum melakukan pertanggung jawaban untuk tema-tema tersebut.

2. Dari sisi lokasi pengungkapan, jika kita bandingkan perkembangannya antara tahun 2003, 2004 dan 2005 untuk tema konsumen dan produk, perusahaan banyak melakukan pengungkapan di laporan manajemen dan overview walaupun ada sedikit perusahaan yang melakukan

pengungkapan tersebut di future dan analisa manajemen. Pada tema lingkungan hidup, perusahaan sebagian besar melakukan pelaporan di lokasi laporan manajemen, menurut data yang di peroleh dari tahun 2003 hingga tahun 2005 sebesar 75 % pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan tema ini diungkapkan di laporan manajemen, dan sebesar 15 – 20% diungkapkan pada lokasi overview. Untuk tema mitra bisnis (pemerintah) sebagian besar perusahaan menggunakan lokasi laporan manajemen untuk mengungkapkan tema ini. Pada tahun 2003 dan 2004 sebesar 78 % pengungkapan dengan tema ini diungkapkan di laporan manajemen dan 12 – 15% pengungkapan dengan tema ini diungkapkan di overview. Sedangkan pada tahun 2005 sebanyak 90% pengungkapan dengan tema ini di ungkapkan di laporan manajemen dan sisanya diungkapkan di overview. Secara general kita bisa lihat, bahwa untuk tema mitra bisnis sebagian besar perusahaan melakukan pengungkapan di laporan manajemen dan overview. Untuk tema pemegang saham, perusahaan melakukan pengungkapan di laporan manajemen dan overview sama besarnya. Untuk tema kemasyarakatan hampir semua pengungkapan yang diungkapkan oleh perusahaan diungkapkan di laporan manajemen dan hanya sedikit yang melakukan pengungkapan di overview. Untuk tema ketenagakerjaan diungkapkan sama besar di laporan manajemen dan calk walaupun ada sebagian kecil yang diungkapkan di overview.

Secara keseluruhan pengungkapan social dengan tema konsumen dan produk, tema lingkungan, mitra bisnis, pemegang saham dan kemasyarakatan di ungkapkan di laporan manajemen dan overview. Sedangkan untuk tema ketenagakerjaan diungkapkan sama banyak di laporan manajemen dan calk, hal ini disebabkan karena dalam PSAK NO. 24 &18 mewajibkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tentang beban, beban pensiun karyawan dan karyawan merupakan factor yang di perhitungkan dalam menentukan HPP perusahaan sehingga biaya yang dikeluarkan di ungkapkan dalam laporan keuangan. Banyaknya perusahaan yang mengungkapkan kinerja sosialnya di laporan manajemen, dapat di sebabkan karena dalam lokasi tersebut pengungkapan yang dilakukan dapat lebih fleksibel. Biasaya bagian overview digunakan untuk mengungkapkan sekilas tentang profil perusahaan, sedangkan dalam analisa manajemen banyak perusahaan yang mengspesifikan lokasi tersebut untuk melakukan tafsil analisa terhadap kinerja keuangan yang digambarkan dalam laporan keuangan.

3. Dari sisi metode pengungkapan, sebagian besar pengungkapan diungkapkan dengan metode inventory approach dan sebagian kecil untuk tema-tema tema, tema lingkungan, mitra bisnis, pemegang saham diungkapkan dengan metode cost approach sedangkan untuk tema ketenagakerjaan pembagian antara kedua metode tersebut adalah

sama besar serta untuk tema kemasyarakatan sebagian kecil menggunakan metode cost approach. Sedangkan untuk metode program manajemen approach belum biasa dilakukan di Indonesia. Untuk konsumen dan produk dari tahun 2003 hingga tahun 2005 semua pengungkapan untuk tema tersebut dilakukan dengan tema konsumen dan produk. Untuk tema lingkungan juga sebesar 90 % pengungkapan dengan tema ini menggunakan metode inventory approach, sedangkan sisanya menggunakan cost approach. Untuk tema mitra bisnis tahun 2003 dan 2005 sebanyak 70% serta tahun 2004 sebesar 60 % pengungkapan dengan tema ini menggunakan pendekatan inventory approach, sedangkan sisanya menggunakan cost approach. Tema pemegang saham, dari tahun 2003 hingga tahun 2005 semuanya menggunakan metode inventory approach. Sedangkan untuk tema masyarakat dari tahun 2003 hingga tahun 2005 sebanyak 80 % pengungkapan dari seluruh pengungkapan tema ini menggunakan pendekatan inventory approach dan sisanya menggunakan pendekatan cost approach. Untuk tema tenaga kerja sebanyak 55 % dari total pengungkapan tema ini menggunakan costs approach dan sisanya inventory approach.

4. secara keseluruhan dapat dikatakan pengungkapan yang sebagian besar dilakukan oleh perusahaan adalah tentang tema ketenagakerjaan, hal ini didukung oleh timbulnya peraturan tentang

pentingnya pengungkapan akan hal tersebut yang tentunya banyak tekanan dari berbagai pihak. Selain itu pengungkapan dengan tema-tema lain masih sedikit sekali perusahaan yang melakukan pengungkapan. Hal ini dikarenakan selain memang belum adanya peraturan bagi perusahaan untuk melaporkan hal tersebut, namun dikarenakan juga masih kecilnya tekanan terhadap perusahaan untuk melakukan pengungkapan tersebut. Memang dinegara maju seperti Amerika pun pengungkapan social masih merupakan kerelaan bukan menjadi suatu kewajiban, namun kita bisa berharap bahwa masih ada peluang bagi pemberlakuan peraturan untuk hal tersebut. Hal ini ditandai dengan sudah adanya UU No. 4 & 23 (Pengelolaan lingkungan), No. 13 (Tenaga kerja) yang dapat dijadikan acuan dalam membuat regulasi yang lebih baik dan jelas. Selain itu dari sisi pajak, pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk kegiatan social belum dapat dijadikan sebagai pengurangan pendapatan yang akan terkena pajak, akhirnya pengeluaran seperti itu memang akan mengurangi laba. factor utamanya adalah karena belum sadarnya para perusahaan akan keberlangsungan hidup di sekitarnya secara jangka panjang. Selain itu banyak perusahaan yang menganggap pengeluaran bantuan sponsorship terhadap kegiatan masyarakat merupakan hal yang biasa, sehingga tidak dimuat dalam laporan keuangan. Banyak juga dari perusahaan yang memang mendisain laporan tersebut hanya

untuk pemegang saham, pemerintah, sehingga informasi untuk stakeholder yang lain seperti masyarakat, tenaga kerja, dll kurang di tekankan. Secara prakteknya memang dalam pengungkapan social pada laporan keuangan memiliki beberapa kelemahan, diantaranya informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan bersifat sukarela dan selektif sehingga penulis belum dapat melihat kinerja social secara komprehensif yang memiliki kecenderungan bias saja perusahaan hanya menyoroti dampak-dampak positive yang ditimbulkan serta mengabaikan dampak negativenya. Walaupun tidak semua dan ada beberapa perusahaan memang melakukan kinerja social secara komprehensif.

V.2. Keterbatasan penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis memiliki beberapa masalah diantaranya :

1. peneliti masih mengalami kesulitan untuk menemukan laporan keuangan tahunan perusahaan yang lengkap. Hal ini dikarenakan kurang lengkapnya sumber-sumber acuan peneliti dalam pencarian data.
2. Cukup sulit untuk menentukan criteria, jenis, serta kualitas pengungkapan yang ada pada laporan keuangan tahunan perusahaan.

Hal ini dikarenakan, biasanya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tidak mendetail.

3. belum adanya peraturan yang baku tentang pengungkapan social, sehingga peneliti cukup kesulitan untuk menentukan standart pengungkapan social.

V.3. Saran

Dalam penelitian ini memiliki banyak kekurangan, maka diperoleh beberapa saran dengan harapan agar penelitian yang akan datang dapat menyempurnakan kekurangan penelitian ini. Saran-saran yang di ajukan peneliti antara lain

1. Untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan data perusahaan yang lebih banyak dan beragam, hal ini ditujukan agar penelitian dapat lebih menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan variable yang lebih baru dan lebih mencakup berbagai sisi, hal ini di tujukan agar sudut pandang penelitian dapat lebih baru dan mencakup semuanya.
3. Dengan adanya penelitian ini penulis berharap agar pemerintah segera membuat regulasi yang jelas. Karena saat ini pengungkapan yang ada cenderung bersifat selektif yang dapat mengakibatkan kurang objektifnya penilaian yang dilakukan oleh perusahaan terhadap efek keberadaannya di lingkungan.

LAMPIRAN 1

Tema Pengungkapan Sosial dengan Penjabarannya

Dibawah ini akan kami jabarkan jenis kegiatan secara detail yang diungkapkan oleh perusahaan berdasarkan tema pengungkapan.

I. Konsumen & Produk

1. Iklan dan layanan Masyarakat,
2. Penelitian dan pengembangan produk,
3. Sertifikasi produk,
4. Upaya peningkatan kepuasan konsumen,
5. Distribusi dan Produksi,
6. Dan Lain-lain

II. Lingkungan

7. Penggunaan Listrik, Air, Gas, bahan baker,
8. Penggunaan telepon, faximail, internet,
9. Konservasi alam
10. Penadatan kebakaran
11. Sewa
12. Pajak dan retribusi
13. Pengembangan lokasi rekreasi
14. Izin
15. Dan lain-lain

III. Mitra Bisnis (Pemerintah)

16. Menaati kegiatan pemerintah,
17. Membantu lembaga pemerintahan sesuai dengan kemampuan perusahaan,
membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan social masyarakat,

18. Pengembangan dan inovasi management,

19. Dan lain-lain

IV. Pemegang Saham

20. Sifat keterbukaan direksi kepada semua persero,
21. Peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan,
22. Pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan social,
23. Dan lain-lain.

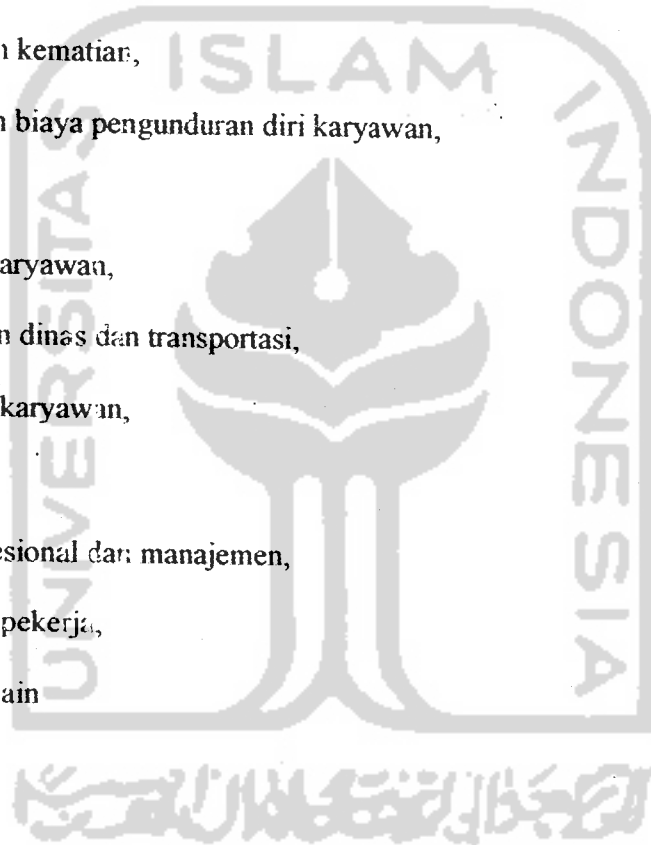
V. Masyarakat

24. Sumbangan / Bantuan social,
25. Sponsorship kegiatan masyarakat,
26. Pembangunan fasilitas umum,
27. Bantuan pendidikan,
28. Pemeliharaan fasilitas umum,
29. Bantuan seni, budaya, dan olah raga,
30. Dan lain-lain,

VI. Tenaga Kerja

31. Pendidikan dan pelatihan Karyawan,
32. Gaji,
33. Dana pension,

34. Jamsostek,
35. Fasilitas kesehatan karyawan,
36. Tunjangan kesejahteraan karyawan,
37. Fasilitas ibadah dan seni,
38. Tunjangan karyawan,
39. Tunjangan kematian,
40. Cadangan biaya pengunduran diri karyawan,
41. Cuti,
42. Piutang karyawan,
43. Perjalanan dinas dan transportasi,
44. Koperasi karyawan,
45. Asuransi,
46. Jasa profesional dan manajemen,
47. Turn over pekerja,
48. Dan lain-lain



LAMPIRAN 2

Dibawah ini merupakan tabel jenis kegiatan yang merupakan jabaran dari tema pengungkapan social perusahaan. Tabel di bawah menggambarkan jenis kegiatan social yang diungkapkan perusahaan yang disajikan kembali berdasarkan tema, tahun dan jenis industri.

Tahun 2003

Tabel 24 . Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2003

Jenis Industri	Jenis Kegiatan					
	1	2	3	4	5	6
Pertanian	0	0	0	1	0	0
Pertambangan	0	1	2	0	0	0
Industri dasar Kimia	0	3	3	3	0	0
Aneka Industri	0	0	2	0	0	0
Indutri Barang Konsumsi	0	1	7	0	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	4	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	7	2	0	0
Keuangan	0	2	2	4	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	2	6	7	0	0
Jumlah jenis kegiatan	0	9	29	21	0	0

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 25. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2003

Jenis Industri	Jenis Kegiatan								
	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Pertanian	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Pertambangan	2	0	7	1	0	0	0	0	1
Industri dasar Kimia	0	0	8	0	0	0	0	0	5
Aneka Industri	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Indutri Barang Konsumsi	0	0	3	0	0	0	1	0	0
Properti & Real Estate	0	0	2	0	0	0	1	0	2
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Keuangan	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Jumlah jenis kegiatan	2	0	29	1	0	0	2	0	10

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 28. P

Jenis Industri
Pertanian
Pertambangan
Industri dasar Kimia
Aneka Industri
Industri Barang Konsumsi
Properti & Real Estate
Infrastruktur, utilitas & transportasi
Keuangan
Perdagangan, jasa & Investasi
Jumlah jenis kegiatan

Sumber : P

Tabel 26. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2003

Jenis Industri	Jenis Kegiatan			
	16	17	18	19
Pertanian	0	0	0	0
Pertambangan	1	5	0	0
Industri dasar Kimia	0	4	0	0
Aneka Industri	0	1	1	0
Industri Barang Konsumsi	1	8	1	0
Properti & Real Estate	0	2	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	1	2	0	0
Keuangan	1	1	1	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	3	0	0
Jumlah jenis kegiatan	4	26	3	0

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 29. I

Jenis Industri
Pertanian
Pertambangan
Industri dasar Kimia
Aneka Industri
Industri Barang Konsumsi
Properti & Real Estate
Infrastruktur, utilitas & transportasi
Keuangan
Perdagangan, jasa & Investasi
Jumlah jenis kegiatan

Tabel 27. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2003

Jenis Industri	Jenis Kegiatan			
	20	21	22	23
Pertanian	0	1	0	0
Pertambangan	0	1	0	0
Industri dasar Kimia	0	2	0	0
Aneka Industri	0	0	0	0
Industri Barang Konsumsi	0	1	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	0	1
Keuangan	0	1	0	1
Perdagangan, jasa & Investasi	0	0	1	0
Jumlah jenis kegiatan	0	6	1	2

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Sumber : F

Tabel 28. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2003

Jenis Industri	Jenis Kegiatan						
	24	25	26	27	28	29	30
Pertanian	2	1	3	1	0	2	2
Pertambangan	1	0	8	4	0	0	4
Industri dasar Kimia	1	2	1	1	1	0	6
Aneka Industri	1	0	0	2	0	0	0
Indutri Barang Konsumsi	3	4	1	2	0	2	2
Properti & Real Estate	3	7	4	3	1	0	5
Infrastruktur, utilitas & transportasi	4	1	0	3	0	0	2
Keuangan	11	9	1	5	0	1	1
Perdagangan, jasa & Investasi	10	13	1	6	0	0	3
Jumlah jenis kegiatan	36	37	19	27	2	5	25

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 29. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2003

Jenis Industri	Jenis Kegiatan																		
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Pertanian	4	0	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pertambangan	1	1	4	0	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Industri dasar Kimia	18	13	6	1	3	3	3	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	6
Aneka Industri	11	9	1	0	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
Indutri Barang Konsumsi	11	8	4	0	1	7	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Properti & Real Estate	8	7	4	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Infrastruktur, utilitas & transportasi	6	3	2	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3
Keuangan	15	11	7	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	4
Perdagangan, jasa & Investasi	17	13	5	2	1	7	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Jumlah jenis kegiatan	91	65	34	3	10	34	5	2	0	6	0	0	0	5	0	0	1	0	37

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

LAMPIRAN 3

Dibawah ini merupakan tabel jenis kegiatan yang merupakan jabaran dari tema pengungkapan social perusahaan. Tabel di bawah menggambarkan jenis kegiatan social yang diungkapkan perusahaan yang disajikan kembali berdasarkan tema, tahun dan jenis industri.

Tahun 2004

Tabel 30. Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2004

Jenis Industri	Jenis Kegiatan					
	1	2	3	4	5	6
Pertanian	0	0	0	2	0	0
Pertambangan	0	0	2	0	0	0
Industri dasar Kimia	0	0	6	3	0	1
Aneka Industri	0	1	5	6	0	0
Indutri Barang Konsumsi	1	1	11	3	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	1	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	4	1	0	0
Keuangan	0	1	2	4	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	1	4	3	0	0
Jumlah jenis kegiatan	1	4	34	23	0	1

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 31. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2004

Jenis Industri	Jenis Kegiatan								
	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Pertanian	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Pertambangan	1	0	8	0	0	0	0	0	0
Industri dasar Kimia	1	0	11	0	0	0	0	0	5
Aneka Industri	2	0	6	0	0	0	0	0	5
Indutri Barang Konsumsi	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Keuangan	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Jumlah jenis kegiatan	4	0	33	0	0	0	1	0	10

Sumber : PRPM BEJ, 2007. Diolah

Tabel 32. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2004

Jenis Industri	Jenis Kegiatan			
	16	17	18	19
Pertanian	0	1	0	0
Pertambangan	0	4	0	0
Industri dasar Kimia	0	5	0	1
Aneka Industri	0	2	1	0
Indutri Barang Konsumsi	1	10	1	3
Properti & Real Estate	0	1	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	3	0	0
Keuangan	1	2	1	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	2	0	0
Jumlah jenis kegiatan	2	30	3	4

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 33. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2004

Jenis Industri	Jenis Kegiatan			
	20	21	22	23
Pertanian	0	1	0	0
Pertambangan	0	1	0	0
Industri dasar Kimia	0	1	0	0
Aneka Industri	0	1	0	0
Indutri Barang Konsumsi	0	1	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	0	1
Keuangan	0	2	0	1
Perdagangan, jasa & Investasi	0	0	0	1
Jumlah jenis kegiatan	0	7	0	3

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 34. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2004

Jenis Industri	Jenis Kegiatan						
	24	25	26	27	28	29	30
Pertanian	0	0	1	0	0	0	1
Pertambangan	1	0	4	3	0	0	3
Industri dasar Kimia	2	2	3	0	0	0	6
Aneka Industri	2	2	0	4	0	0	3
Industri Barang Konsumsi	5	8	7	4	0	4	2
Properti & Real Estate	6	2	3	2	0	0	2
Infrastruktur, utilitas & transportasi	3	1	0	3	0	0	2
Keuangan	8	12	1	3	0	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	9	15	1	8	0	1	2
Jumlah jenis kegiatan	36	42	20	27	0	5	21

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 35. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2004

Jenis Industri	Jenis Kegiatan																		
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Pertanian	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Pertambangan	3	3	3	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Industri dasar Kimia	18	16	4	0	3	9	0	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	9
Aneka Industri	15	12	2	1	1	2	0	0	0	3	0	0	0	2	0	0	0	0	5
Industri Barang Konsumsi	12	9	2	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Properti & Real Estate	8	7	1	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	2
Infrastruktur, utilitas & transportasi	3	1	1	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
Keuangan	14	8	4	0	0	1	0	0	0	6	0	0	0	1	0	0	0	0	3
Perdagangan, jasa & Investasi	19	12	2	2	2	9	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	9
Jumlah jenis kegiatan	94	68	20	3	13	25	1	4	0	18	0	0	0	5	0	1	0	1	39

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

LAMPIRAN 4

Dibawah ini merupakan tabel jenis kegiatan yang merupakan jabaran dari tema pengungkapan social perusahaan. Tabel di bawah menggambarkan jenis kegiatan social yang diungkapkan perusahaan yang disajikan kembali berdasarkan tema, tahun dan jenis industri.

Tahun 2005

Tabel 36. Pemetaan Kegiatan Tema Konsumen dan Produk Tahun 2005

Jenis Industri	Jenis Kegiatan					
	1	2	3	4	5	6
Pertanian	0	0	0	0	0	0
Pertambangan	0	0	2	1	0	0
Industri dasar Kimia	0	2	5	3	0	1
Aneka Industri	0	0	3	3	0	0
Indutri Barang Konsumsi	0	0	6	4	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	1	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	2	0	0	0
Keuangan	0	1	1	4	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	2	5	3	0	0
Jumlah jenis kegiatan	0	5	24	19	0	1

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 37. Pemetaan Kegiatan Tema Lingkungan Tahun 2005

Jenis Industri	Jenis Kegiatan								
	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Pertanian	0	0	3	0	0	0	0	0	0
Pertambangan	1	0	8	0	0	0	0	0	0
Industri dasar Kimia	2	0	11	0	0	0	0	0	1
Aneka Industri	2	0	3	0	0	0	0	0	3
Indutri Barang Konsumsi	0	0	2	0	0	0	1	0	0
Properti & Real Estate	0	0	3	0	0	0	0	0	1
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	2	0	0	0	1	0	1
Keuangan	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Jumlah jenis kegiatan	5	0	34	0	0	0	2	0	7

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 38. Pemetaan Kegiatan Tema Mitra Bisnis (Pemerintah) Tahun 2005

Jenis Industri	Jenis Kegiatan			
	16	17	18	19
Pertanian	0	1	0	0
Pertambangan	0	4	0	0
Industri dasar Kimia	0	3	0	0
Aneka Industri	0	1	0	0
Indutri Barang Konsumsi	0	8	0	3
Properti & Real Estate	0	2	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	1	0	0
Keuangan	1	4	0	0
Perdagangan, jasa & Investasi	0	3	0	1
Jumlah jenis kegiatan	1	27	0	4

Sumber : PRPM BEJ, 2007. Diolah

Tabel 39. Pemetaan Kegiatan Tema Pemegang Saham Tahun 2005

Jenis Industri	Jenis Kegiatan			
	20	21	22	23
Pertanian	0	0	0	0
Pertambangan	0	4	0	0
Industri dasar Kimia	0	1	0	0
Aneka Industri	0	1	0	0
Indutri Barang Konsumsi	0	0	0	0
Properti & Real Estate	0	0	0	0
Infrastruktur, utilitas & transportasi	0	0	0	1
Keuangan	0	1	0	1
Perdagangan, jasa & Investasi	0	0	0	0
Jumlah jenis kegiatan	0	7	0	2

Sumber : PRPM BEJ, 2007. Diolah

Tabel 40. Pemetaan Kegiatan Tema Masyarakat Tahun 2005

Jenis Industri	Jenis Kegiatan						
	24	25	26	27	28	29	30
Pertanian	0	0	1	1	0	0	1
Pertambangan	2	3	4	4	0	1	4
Industri dasar Kimia	5	5	3	2	0	0	4
Aneka Industri	4	2	0	4	2	2	0
Indutri Barang Konsumsi	7	9	5	4	0	4	1
Properti & Real Estate	12	3	7	4	0	1	6
Infrastruktur, utilitas & transportasi	3	1	0	1	0	1	1
Keuangan	14	9	2	8	0	2	1
Perdagangan, jasa & Investasi	14	8	1	7	0	0	2
Jumlah jenis kegiatan	61	40	23	35	2	11	20

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah

Tabel 41. Pemetaan Kegiatan Tema Tenaga Kerja Tahun 2005

Jenis Industri	Jenis Kegiatan																		
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Pertanian	3	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pertambangan	5	4	3	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Industri dasar Kimia	14	15	1	0	1	6	1	1	0	3	0	0	0	2	0	0	0	0	7
Aneka Industri	12	9	2	1	1	1	0	0	0	6	0	0	0	1	0	0	0	0	6
Indutri Barang Konsumsi	12	9	1	0	0	2	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Properti & Real Estate	8	8	1	0	0	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Infrastruktur, utilitas & transportasi	3	4	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1
Keuangan	20	12	5	0	0	2	0	0	0	3	0	0	0	1	0	0	0	0	5
Perdagangan, jasa & Investasi	25	16	1	2	1	4	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	14
Jumlah jenis kegiatan	102	78	15	3	7	18	2	1	0	25	0	0	0	5	0	1	0	1	41

Sumber : PRPM BEJ, 2007, Diolah