

**IMPLEMENTASI *CREATING SHARED VALUE*
PADA PT. NESTLE INDONESIA**

**Disusun oleh :
Syahierdian Wirdamawika Ramadhanny
105020309111001**

**SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2013

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “**IMPLEMENTASI CREATING SHARED VALUE PADA PT. NESTLE INDONESIA**” dengan baik. Tidak lupa, shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, juga segenap keluarga, para sahabat, serta seluruh umatnya.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis, antara lain :

1. Bpk. Prof. Dr. Candra Fajri A.,M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bpk Akie Rusaktiva Rustam,SE., MSA., Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis, sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Bpk. Nurkholis, SE.,MBus.,Ak.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang, terimakasih atas ilmu serta bimbingannya yang telah diberikan kepada penulis.
5. Segenap Staff dan Administrasi Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
6. Keluarga tercinta Ayah, Mama, Dinar dan Dian atas segala doa dan dukungan tanpa henti.
7. Fanny atas segala perhatian, masukan, motivasi dan doa yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. Seluruh teman-teman Jurusan Akuntansi SAP Angkatan 2010 atas segala perhatian, masukan, motivasi dan doa.
9. Kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Yang pada akhirnya tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini kecuali Allah SWT, demikian pula penyusunan penulisan skripsi ini yang masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis memohon kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri serta mahasiswa pada khususnya dan bagi masyarakat pada umumnya.

Malang, April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL JURNAL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

ABSTRAKSI

ABSTRACT

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
1.4 Sistematika Penelitian	5

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	7
2.1.1 Praktek CSR di Indonesia	9
2.1.2 Komponen Dasar <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.1.3 Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	15
2.1.4 Tujuan Organisasi Atau Perusahaan Melaksanakan CSR	18
2.2 <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) sebagai Pedoman Pelaporan Pengungkapan CSR.....	19

2.3 Konsep Biaya Lingkungan dan Tujuan Akuntansi	
Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan.....	22
2.4 Dasar Hukum dan Peraturan	
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	25
2.6 Penelitian Terdahulu	26

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Lokasi Penelitian	30
3.5 Metode Analisis Data.....	30

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1 Sejarah PT. Nestle	32
4.1.2 Sejarah Nestle di Indonesia	33
4.1.3 Visi dan Misi PT. Nestle Indonesia	36
4.1.4 Motto, Nilai, dan Tujuan PT. Nestle	38
4.1.5 Lokasi dan Pemasaran PT. Nestle di Indonesia	39
4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.2 Laporan <i>Creating Shared Value</i> (CSV)	
PT. Nestle Indonesia	42
4.3 Implementasi CSV dari segi Ekonomi, Sosial	
dan Lingkungan	49
4.3.1 Ekonomi	49
4.3.2 Sosial	52
4.3.3 Lingkungan	55
4.4 Proses alokasi dana untuk program <i>Creating Shared Value</i>	58
4.5 Dasar penentuan dana untuk alokasi program CSV sesuai	
peraturan dan hukum yang berlaku	60

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.3 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu tentang CSR	32
Tabel 4.1	Sejarah singkat PT. Nestle di Indonesia	41
Tabel 4.2	Manfaat CSV pada setiap rantai bisnis perusahaan	49
Tabel 4.4	Pengungkapan Strategi dan Profil Perusahaan pada laporan <i>Creating Shared Value</i> (CSV)	52
Tabel 4.5	Jumlah <i>Item Sustainability Reporting Performance Indicator</i> yang dilaksanakan PT. Nestle Indonesia	53
Tabel 4.6	Rata-rata pengungkapan indikator CSR PT. Nestle Indonesia	54

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Gambar 4.1 Piramida <i>Creating Shared Value</i>	50
--	----

LAMPIRAN

Tabel 4.3	Komparasi bentuk GRI yang diaplikasikan oleh PT. Nestle Indonesia pada laporan <i>Creating Shared Value</i>	65
(Lampiran ini merupakan pembahasan dari BAB 4)		

ABSTRAK

**IMPLEMENTASI *CREATING SHARED VALUE*
PADA PT. NESTLE INDONESIA**

**Oleh :
Syahierdian Wirdamawika Ramadhanny
105020309111001**

Penelitian ini dilakukan di PT. Nestle Indonesia dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk dari *Creating Shared Value*, indikator-indikator yang diungkapkan sesuai dengan pedoman pelaporan *Corporate Social Responsibility*, implementasinya dari segi ekonomi, sosial dan lingkungan dan alokasi dana untuk program CSV yang telah ditetapkan dasar-dasarnya sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan observasi dan wawancara langsung terhadap pengungkapan sosial yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Kemudian data-data yang diperoleh dipelajari dan disusun sehingga dapat dipergunakan sebagai dasar dalam pembahasan dan pemecahan masalah. Hasil penelitian menunjukkan indikator-indikator dari laporan *Creating Shared Value* yang diungkapkan sesuai dengan pedoman pelaporan dari GRI G3, mulai dari indikator profil perusahaan dan indikator kinerja pelaporan CSV. Analisa program Gizi, Air dan Pembangunan Pedesaan pada laporan CSV dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Terakhir adalah penentuan alokasi dana untuk program CSV yang dikeluarkan oleh perusahaan sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas no.40 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Negara BUMN no.Per-05/MBU/2007.

Kata kunci : tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), pengungkapan, penerapan perusahaan, nilai perusahaan, *Global Reporting Initiative* versi 3 (GRI G3)

ABSTRACT
IMPLEMENTASI *CREATING SHARED VALUE*
PADA PT. NESTLE INDONESIA

By :
Syahierdian Wirdamawika Ramadhanny
105020309111001

This research was conducted in PT . Nestle Indonesia using a qualitative descriptive approach . This study aims to analyze the shape of Creating Shared Value, the indicators are disclosed in accordance with the reporting guidelines of Corporate Social Responsibility, implementation of economic, social and environmental programs and the allocation of funds for specified CSV basics in accordance with the laws apply . The method used is direct observation and interviews with the existing social disclosure in annual reports. Then the data obtained studied and prepared so that it can be used as a basis for discussion and problem solving . The results showed indicators of Creating Shared Value report disclosed in accordance with the GRI G3 reporting guidelines, ranging from indicators of company profiles and performance indicators CSV reports. The analysis program Nutrition, Water and Rural Development in CSV is reports from the economic, social and environmental. The determination of the allocation of funds to CSV program is issued by the company in accordance with the Limited Liability Company Act no.40 of 2007 and the Regulation of the Minister of State Enterprises no.Per-05/MBU/2007.

Keywords : corporate social responsibility (CSR), the disclosure, the application of the company, the value of the company, the Global Reporting Initiative version 3 (GRI G3)

ABSTRACT
IMPLEMENTASI *CREATING SHARED VALUE*
PADA PT. NESTLE INDONESIA

By :
Syahierdian Wirdamawika Ramadhanny
105020309111001

This research was conducted in PT . Nestle Indonesia using a qualitative descriptive approach . This study aims to analyze the shape of Creating Shared Value, the indicators are disclosed in accordance with the reporting guidelines of Corporate Social Responsibility, implementation of economic, social and environmental programs and the allocation of funds for specified CSV basics in accordance with the laws apply . The method used is direct observation and interviews with the existing social disclosure in annual reports. Then the data obtained studied and prepared so that it can be used as a basis for discussion and problem solving . The results showed indicators of Creating Shared Value report disclosed in accordance with the GRI G3 reporting guidelines, ranging from indicators of company profiles and performance indicators CSV reports. The analysis program Nutrition, Water and Rural Development in CSV is reports from the economic, social and environmental. The determination of the allocation of funds to CSV program is issued by the company in accordance with the Limited Liability Company Act no.40 of 2007 and the Regulation of the Minister of State Enterprises no.Per-05/MBU/2007.

Keywords : corporate social responsibility (CSR), the disclosure, the application of the company, the value of the company, the Global Reporting Initiative version 3 (GRI G3)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Menunjang pelaksanaan *Corprorate Social Responsibility* terhadap *going concern* atau keberlangsungan usaha, maka perusahaan perlu melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk *sustainability reporting* atau laporan berkelanjutan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan selalu memperhatikan unsur keberlanjutan, bukan hanya sesaat.

Keberadaan perusahaan di tengah-tengah lingkungan sosial dan masyarakat terkait dalam kontrak, dimana perusahaan berkewajiban untuk menjalankan kewajiban kontrak sosial yang pada umumnya merupakan transaksi-transaksi *non-comercial*. Transaksi tersebut merupakan transaksi yang sangat erat kaitannya dengan lingkungan sosial di mana perusahaan tersebut berada. Eksistensi perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan aspek positif dan negatif. Aspek positif tersebut meliputi perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, serta menciptakan lapangan kerja baru. Namun, di sisi lain tidak jarang masyarakat mendapat dampak buruk dari aktivitas bisnis

perusahaan. Banyak kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan, baik yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, keamanan dan kualitas produk, serta eksploitasi besar-besaran terhadap energi dan sumber daya alam.

Dalam perspektif tujuan perusahaan yang menegejar profitabilitas, dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasional perusahaan bukan merupakan hal yang dipertimbangkan dan tidak jarang atau bahkan sering diabaikan. Hal tersebut disebabkan karena orientasi utama mereka adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien dengan mengabaikan efek yang ditimbulkannya.

Perubahan masyarakat yang semakin memahami hak-hak mereka mendorong timbulnya tuntutan-tuntutan terhadap kepedulian sosial perusahaan. Perusahaan diminta untuk bertanggung jawab atas penggunaan sumber daya yang di ambil dari lingkungan sosial kepada lingkungan sosialnya atau masyarakat. Atas masalah sosial yang ditimbulkannya, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang ada disekitarnya.

Dua prinsip utama pengelolaan perusahaan adalah transparansi dan akuntabilitas yang menuntut diungkapkannya informasi secara tepat waktu, memadai, jelas, dan akurat. Transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan operasional perusahaan. Sedangkan prinsip akuntabilitas menuntut

perusahaan untuk mempertanggungjawabkan segala informasi mengenai kinerja perusahaan secara wajar.

Tuntutan perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, semakin memaksa perubahan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosial dan kewajiban terhadap pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR). Pada intinya CSR merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk ikut serta dalam kegiatan yang bertujuan untuk melindungi serta meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan, di samping kegiatan-kegiatan bisnis yang bertujuan untuk keperluan perusahaan dengan tetap memenuhi hukum dan prinsip-prinsip ekonomi. Dari permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Implementasi *Creating Shared Value* pada PT. Nestle Indonesia”**

1.2 Perumusan Masalah

Keberadaan perusahaan-perusahaan di Indonesia sebagai dampak dari era globalisasi saat ini, dimana aktivitas mereka tidak dapat dipisahkan dari lingkungan dan masyarakat, memerlukan adanya mekanisme pelaporan suatu informasi yang tidak hanya berguna bagi aspek finansial, tetapi juga bagi usaha-usaha yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan. Hal ini mendorong perusahaan untuk melaporkan aktivitas sosial mereka dalam berbagai bentuk sesuai dengan jenis entitas bisnis mereka. Sesuai aktivitas perusahaan yang tidak dapat dari lingkungan dan masyarakat maka muncullah berbagai pertanyaan dan pemikiran sebagai berikut:

1. Apakah bentuk laporan *Creating Shared Value* (CSV) pada PT. Nestle Indonesia telah sesuai dengan pedoman GRI?
2. Bagaimanakah implementasi program CSV dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan pada PT. Nestle Indonesia?
3. Bagaimanakah proses alokasi dana yang dikeluarkan oleh PT. Nestle Indonesia untuk program CSV?
4. Apakah proses alokasi dana CSV telah sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia?

1.3 Tujuan dan Manfaat Perusahaan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan kali ini adalah untuk:

1. Mengetahui kesesuaian bentuk laporan *Creating Shared Value* dari PT. Nestle Indonesia dengan pedoman GRI.
2. Menganalisis implementasi CSV dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan pada PT. Nestle Indonesia.
3. Mengetahui dasar penentuan dana untuk program CSV yang dikeluarkan oleh PT. Nestle Indonesia.
4. Mengetahui kesesuaian alokasi dana program *Creating Shared Value* dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Bagi Penulis:

1. Mengetahui konsep pertanggungjawaban sosial pada perusahaan swasta terhadap lingkungan sekitar.

2. Memperoleh tambahan pengetahuan tentang bagaimana bentuk dan penerapan CSR pada PT. Nestle Indonesia.

Bagi Perusahaan:

1. Sebagai salah satu sarana bagi perusahaan untuk menunjukkan kinerja dalam program pertanggungjawaban sosial perusahaan.
2. Dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan, khususnya dalam bidang CSR dan untuk kepentingan *long term* perusahaan.

Bagi Pihak-Pihak Lain yang Berkepentingan:

1. Sebagai bahan acuan penelitian lain yang berhubungan dengan tema *corporate social responsibility*.
2. Mendorong para peneliti untuk ikut serta dalam merencanakan program *corporate social responsibility* sebagai usaha pembangunan dan pengembangan masyarakat.

1.4 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti yang nantinya akan digunakan sebagai dasar pemikiran dalam pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang metodologi yang akan digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik penulisan dan metode analisis data.

BAB IV Pembahasan

Pada bab ini dimulai dengan penjelasan mengenai gambaran umum perusahaan sampel. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisa indikator-indikator yang ada pada laporan CSV sesuai pedoman GRI G3, kemudian menganalisis program CSV dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, dan menganalisa dasar penentuan dana dan kesesuaian program CSV dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB V Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu juga dijelaskan mengenai saran dan rekomendasi penulis mengenai permasalahan yang ada dan bagi penelitian selanjutnya, serta keterbatasan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara suka rela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006). Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya.

Menilik sejarahnya, gerakan CSR modern berkembang pesat selama dua puluh tahun terakhir ini, lahir akibat desakan organisasi-organisasi masyarakat sipil dan jaringan di tingkat global. Keprihatinan utama yang sering disuarakan adalah perilaku korporasi, demi maksimalisasi laba, lazim mempraktikkan cara-cara yang tidak *fair* dan tidak etis, dan dalam banyak kasus bahkan dapat dikategorikan sebagai kejahatan korporasi. Beberapa raksasa korporasi transnasional sempat merasakan jatuhnya reputasi mereka akibat kampanye dalam skala global tersebut (Wikipedia,2012).

Perihal penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan dan keputusan menteri, yaitu UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Keputusan Menteri BUMN Nomor : Kep-236/MBU/2003 tentang program Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Mewajibkan CSR merupakan salah satu upaya pemerintah dalam menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi.

Dalam menerapkan CSR, umumnya perusahaan akan melibatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai obyek maupun sebagai subyek program CSR. Hal ini dikarenakan masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. Masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif maupun negatif. Dampak ini dapat terjadi dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun lingkungan. Adapun tujuan CSR adalah:

1. Untuk menciptakan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Pertanggungjawaban 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 produksinya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya (*Global Reporting Initiative, 2005*).

2.1.1 Praktek CSR di Indonesia

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk (Dewi Ayuningtyas, 2012), yaitu:

1. Public Relations

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Strategi Defensif

Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru dan bersifat positif.

3. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri.

Sedangkan model atau pola CSR yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sebagai berikut (Said dan Abidin,2004):

1. Keterlibatan langsung, yaitu perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, di sini perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media masa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif

mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sangat bergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, maka kebijakan CSR hanya sekedar basa-basi semata.

2.1.2 Komponen Dasar *Corporate Social Responsibility*

John Elkington (1997) yang dikutip oleh Hasibuan dan Sodyono (2006:73), menyatakan bahwa *corporate social responsibility* di bagi menjadi tiga komponen utama yaitu:

1. *Profit*

Memastikan bahwa tetap mampu memenuhi permintaan dengan kualitas tinggi dan biaya murah sebagai sebuah perusahaan internasional yang kompetitif. Dengan kata lain perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para pemegang sahamnya. Contoh kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan dengan melakukan pembinaan UKM, pemberdayaan tenaga lokal, pengembangan koperasi, teknologi kewirausahaan, serta bantuan modal dan kredit.

2. *Planet*

Memastikan bahwa pelaksanaan usaha tetap melindungi keanekaragaman hayati dan mengurangi penurunan kualitas lingkungan. Perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggung jawab dan menjaga keadaan lingkungan serta limbah produksi dan memperkecil produksi limbah.

3. *People*

Menyediakan kesempatan untuk ikut serta dalam pengentasan kemiskinan serta menjadi tempat untuk pemilihan pekerjaan. Sebuah bisnis harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterahkan masyarakat sosial serta seluruh pemegang sahamnya. Adapun contoh kegiatan yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan beasiswa pendidikan, pelayanan kesehatan, perlindungan konsumen, perlindungan anak, dan perumahan bagi masyarakat berpendapatan rendah dan bantuan-bantuan lain kepada masyarakat yang membutuhkan.

Ketiga komponen inilah yang saat ini kerap dijadikan dasar perencanaan implementasi dan evaluasi (pelaporan) program-program *corporate sosial responsibility* yang kemudian dikenal sebagai *triple bottom line*. *Triple bottom line* merupakan sinergi dari tiga elemen yang merupakan komponen dasar dari pelaksanaan dasar *corporate sosial responsibility*. *Triple bottom line* sering dijadikan acuan dalam pembuatan program-program *corporate sosial responsibility*. Program-program *corporate sosial responsibility* dapat dikelompokkan atas tiga aspek yaitu:

1. Program sosial
2. Program lingkungan
3. Program ekonomi

Berikut ini adalah langkah-langkah perencanaan, persiapan, pengimplementasian, evaluasi, dan pelaporan *corporate sosial responsibility* (Rahendrawan, 2006:63)

1. Perencanaan *corporate sosial responsibility*
 - a. Mempersiapkan target dan tujuan dari pelaksanaan *corporate sosial responsibility* untuk perusahaan.
 - b. Mempersiapkan perangkat alat ukur kinerja dan alat ukur status dari *corporate sosial responsibility*.
 - c. Mengidentifikasi inovasi dan masalah *corporate sosial responsibility* yang relevan dengan kegiatan operasional perusahaan.
 - d. Mengidentifikasi tingkat kesiapan pelaksanaan *corporate sosial responsibility*, baik dengan unit organisasi dan dari kematangan *corporate sosial responsibility* itu sendiri.
 - e. Menentukan daerah operasi perusahaan yang akan diterapkan *corporate sosial responsibility* didalamnya.
 - f. Mengidentifikasi stakeholder perusahaan dan melibatkan pihak-pihak yang relevan dalam merancang *corporate sosial responsibility*.
 - g. Mempersiapkan program-program dari *corporate sosial responsibility*.
2. Persiapan aktivitas *corporate sosial responsibility*
 - a. Proses pengambilan keputusan dan pengesahan *corporate sosial responsibility*.

- b. Memanage perubahan dan inovasi-inovasi yang dibutuhkan.
 - c. Organisasi program-program *corporate sosial responsibility*, baik internal dan eksternal.
 - d. Sumber daya internal perusahaan dari perusahaan (seperti sumber daya manusia, modal, dsb).
3. Pengimplementasian *corporate sosial responsibility*
- a. Menghubungkan program-program *corporate sosial responsibility* dengan para *stakeholders*, yang keterlibatannya akan ditentukan berdasarkan kondisi, prioritas dan anggaran perusahaan.
 - b. Mengimplementasikan program.
 - c. *Persons in charge*, orang yang memimpin pelaksanaan program *corporate sosial responsibility*.
4. Evaluasi
- a. Metode pengawasan dan perangkatnya.
 - b. Metode evaluasi dan perangkatnya.
 - c. Mekanisme pengembangan terus menerus.
 - d. *Persons in charge*, orang yang ditugaskan untuk memimpin jalannya evaluasi.
5. Pelaporan
- a. Mekanisme dan sistem pelaporan internal dan eksternal.
 - b. Komunikasi internal dan sistem koordinasi.
 - c. Sistem komunikasi internal.
 - d. Laporan verifikasi.

2.1.3 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Darwin (2006) ruang lingkup CSR terdiri dari lima pokok, yaitu:

1. Hak Asasi Manusia (HAM). Bagaimana perusahaan menyingkapi masalah HAM dan strategi serta kebijakan apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghindari terjadinya pelanggaran HAM di perusahaan yang bersangkutan.
2. Tenaga Kerja (buruh). Bagaimana kondisi tenaga kerja di *supply chain*, dipabrik sendiri, dan di kantor pusat mulai dari soal sistem penggajian, kesejahteraan hari tua dan keselamatan kerja, peningkatan keterampilan dan profesionalisme karyawan, sampai pada soal penggunaan tenaga kerja di bawah umur.
3. Lingkungan hidup. Bagaimana strategi dan kebijakan yang berhubungan dengan masalah lingkungan hidup. Bagaimana perusahaan mengatasi dampak lingkungan atas produk atau jasa mulai dari pengadaan bahan baku sampai buangan limbah, dan dampak lingkungan yang diakibatkan oleh proses produksi dan distribusi produk.
4. Sosial-masyarakat. Strategi dan kebijakan dalam bidang sosial dan pengembangan masyarakat setempat (*community development*), dampak operasi perusahaan terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakat setempat.
5. Dampak produk dan jasa terhadap pelanggan. Apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa produk dan jasa bebas dari dampak negatif, seperti : mengganggu kesehatan, mengancam keamanan, dan produk terlarang.

Ruang lingkup CSR menurut Ernst (2001) dalam Utami (2004:,18-21) antara lain adalah:

1. Lingkungan

Aspek-aspek lingkungan dalam operasi merupakan tanggung jawab manajemen. Antara lain dapat diwujudkan dengan melakukan pengendalian polusi yang berkaitan dengan aktivitas usaha, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan sebagai akibat pemrosesan sumber daya alam dan konservasinya.

2. Tujuan Sosial Perusahaan

Dapat dilihat dari usaha pengurangan efek sosial eksternalitas negatif akibat industri dan dalam mengadopsi teknologi yang efisien untuk meminimalkan penggolongan sumber daya yang tidak dapat digantikan dan menimbulkan produksi limbah.

3. Energi

Perusahaan bertanggung jawab atas usaha penghematan energi yang berkaitan dengan aktivitas usaha perusahaan. Perusahaan juga bertanggung jawab atas peningkatan efisiensi penggunaan energi pada produk-produk perusahaan.

4. Praktik usaha yang sehat

Meliputi hubungan usaha perusahaan yang berkaitan dengan kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan khusus, meliputi :

- a. Jabatan bagi kelompok minoritas.
- b. Jabatan bagi kaum wanita.
- c. Jabatan bagi kelompok yang berkepentingan lainnya.

- d. Promosi bagi kelompok minoritas.
- e. Dukungan bagi pengusaha.

5. Sumber Daya Manusia

Pada area ini, tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan dengan efek dari aktivitas perusahaan, yaitu terhadap orang-orang yang menyangkut terhadap sumber daya manusia dari perusahaan. Aktivitas-aktivitasnya meliputi:

- a. Praktik perekrutan.
- b. Praktik pelatihan.
- c. Tingkat gaji dan upah.
- d. Kesehatan pekerja.
- e. Keamanan kerja dan stabilitas angkatan kerja.
- f. Peningkatan pengalaman rotasi pekerjaan.
- g. Kebijakan transfer dan promosi.

6. Keterlibatan Masyarakat

Tanggung jawab sosial perusahaan pada sektor ini meliputi aktivitas-aktivitas kemasyarakatan yang berkaitan dengan kesehatan, pendidikan, seni dan pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

7. Produk dan jasa

Meliputi aspek kualitatif produk, sebagai contoh adalah kegunaan, daya tahan umur, keselamatan dan kemudahan servis dan efek-efek produk tersebut pada pencemaran. Di samping itu, termasuk pula kepuasan konsumen, nilai kebenaran iklannya, juga kelengkapan dan kejelasan label dan kemasan.

2.1.4 Tujuan Organisasi Atau Perusahaan Melaksanakan CSR

Menurut Williams (2001:123), perusahaan dapat memberi manfaat yang terbaik bagi pemegang saham dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan. Tanggung jawab ekonomis sebuah perusahaan haruslah menghasilkan laba dimana sebuah perusahaan harus memiliki nilai tambah sebagai prasyarat untuk dapat berkembang. Laba merupakan pondasi yang diperlukan demi kelangsungan hidup perusahaan.

Tanggung jawab legal, dimana dalam mencapai tujuan mencari laba sebuah perusahaan harus menaati hukum. Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang atau dihindari.

Tanggung jawab etika, dimana perusahaan berkewajiban menjalankan hal yang baik dan benar, adil dan berimbang. Perusahaan harus menghindari praktek yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut di atas. Norma-norma masyarakat menjadi rujukan bagi langkah-langkah bisnis perusahaan.

Tanggung jawab filantropis, tanggung jawab ini mewajibkan perusahaan untuk memberikan kontribusi kepada publik dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan semuanya.

Keempat tanggung jawab tersebut perlu dipahami sebagai salah satu kesatuan. Walaupun demikian, kesalahan interpretasi umumnya kerap terjadi dimana muncul argumen bahwa laba yang harus dipentingkan. Tetapi kegiatan mencari keuntungan atau laba hendaknya dikaitkan atau tidak terlepas dengan kegiatan lainnya, seperti mengembangkan masyarakat.

2.2 *Global Reporting Initiative (GRI)* sebagai Pedoman Pelaporan Pengungkapan CSR

Pedoman yang paling banyak dijadikan acuan dalam pelaporan CSR saat ini adalah *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI didirikan di New York pada tahun 1997 dan saat ini berpusat di Amsterdam. GRI dibentuk untuk meningkatkan praktek *sustainability reporting* menuju tingkatan yang setara dengan pelaporan keuangan, dengan mencapai komparabilitas, kredibilitas, ketelitian, batas waktu, dan dapat diverifikasi dari informasi yang dilaporkan. Tujuan GRI adalah membuat pedoman bagi perusahaan sebagai dasar pelaporan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari kegiatan bisnis mereka (*Global Reporting Initiative, 2005*).

GRI membuat *GRI Guidelines* sebagai sebuah kerangka kerja untuk pelaporan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial organisasi. *Guidelines* tersebut menyajikan hal-hal sebagai berikut (GRI, 2005):

1. Prinsip-prinsip pelaporan dan kandungan spesifik untuk memandu persiapan laporan *sustainability* tingkat organisasi.
2. Cara menilai organisasi dalam penyajian sebuah gambaran keseimbangan dan kelayakan dari kinerja ekonomi, lingkungan dan sosialnya.
3. Cara mengembangkan *sustainability report* yang dapat dikembangkan (*comparability*)
4. Penilaian kinerja *sustainability* dan *benchmarking* dengan mentaati kode-kode, standar kinerja dan inisiatif sukarela.
5. Sebagai sebuah instrumen untuk memfasilitasi perjanjian *stakeholder*.

GRI guidelines bukan merupakan aturan ketat atau rangkaian prinsip-prinsip perilaku, standar kinerja atau sebuah sistem manajemen. Misi GRI adalah untuk meningkatkan kualitas pelaporan menuju tingkat komparabilitas, konsistensi dan kegunaan yang lebih tinggi. Maksud dari *Guidelines* secara keseluruhan adalah untuk menangkap dan memunculkan persetujuan bersama pada praktek laporan (*GRI Guidelines*,2005).

GRI menyediakan rangkaian indikator kinerja yang dapat digunakan perusahaan sebagai pedoman bagi perusahaan yang ingin mempublikasikan aktivitas CSR (Fisher,2006). GRI membuat *sustainability reporting guidelines* yang memberi petunjuk pembuatan laporan dengan memperhatikan aspek ekonomi-sosial-lingkungan. Akan tetapi, GRI tidak mewajibkan perusahaan membuat laporan tersebut.

Indikator-indikator yang dapat digunakan sebagai pedoman adalah (*Global Reporting Initiative*, 2005):

1. Indikator kinerja ekonomi:

a. Dampak ekonomi langsung:

- Pelanggan
- Pemasok
- Karyawan
- Penyedia modal
- Sektor publik
- Perolehan,pengolahan dan distribusi pendapatan
- Nilai tambah

b. Dampak ekonomi tidak langsung

2. Indikator kinerja lingkungan

- a. Material
- b. Pengolahan material
- c. Pemrosesan limbah pertambangan
- d. Energi
- e. Air
- f. Keanekaragaman hayati
- g. Emisi dan limbah pabrik
- h. Pemasok
- i. Produk dan jasa
- j. *Compliance*
- k. Transportasi
- l. Keseluruhan

3. Indikator kinerja sosial

- a. Praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak:
 - Ketenaga kerjaan
 - Hubungan manajemen dengan tenaga kerja
 - Kesehatan dan keamanan
 - Pelatihan dan pendidikan
 - Keberagaman dan kesempatan
 - Kesiap-siagaan pada situasi darurat
- b. Hak asasi manusia:
 - Strategi dan manajemen
 - Non-diskriminasi

- Kebebasan berserikat dan perundingan bersama
- Pekerja anak
- Tenaga kerja paksa dan wajib
- Praktek kedisiplinan
- Praktek-praktek pengamanan
- Hak masyarakat pribumi

c. Kemasyarakatan:

- Masyarakat
- Peroindahan tempat tinggal
- Penutupan operasional
- Hak atas tanah
- Penyuapan dan korupsi
- Kontribusi politis
- Kompetisi dan penetapan harga

d. Tanggung jawab dari dampak produk:

- Kesehatan dan keselamatan konsumen
- Produk dan jasa
- Periklanan
- Penghargaan terhadap privasi

2.3 Konsep Biaya Lingkungan dan Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial & Lingkungan

Biaya perusahaan dan organisasi non bisnis sangat bervariasi. Biaya tersebut dapat digolongkan menjadi 2 kelompok besar, yaitu:

a. Biaya Konvensional.

Di dalam biaya konvensional termasuk biaya pengadaan tanah, peralatan, mesin, biaya pembangunan gedung dan pabrik, dan biaya pemasangan peralatan dan mesin tersebut. Dalam akuntansi konvensional, biaya lingkungan pada umumnya belum tentu diperhitungkan, ada yang sudah diperhitungkan namun belum lengkap. Biaya konvensional dan biaya lingkungan ada kalanya sulit dibedakan dan dipisahkan, seperti biaya bahan baku, barang modal dan barang persediaan merupakan biaya konvensional, tetapi bila terjadi pengurangan yang signifikan dalam penggunaan bahan dan barang tersebut dapat pula dianggap sebagai biaya lingkungan, karena penggunaannya dapat ditekan sedemikian rupa, sehingga mengurangi degradasi lingkungan. Biaya ini dimasukkan ke dalam akuntansi lingkungan.

b. Biaya Lingkungan

Biaya lingkungan terkait erat dengan lingkungan. Akuntansi lingkungan banyak berkaitan dengan biaya lingkungan tersebut. Akuntansi lingkungan ternyata sangat cocok untuk menghitung dan mencatat berbagai biaya lingkungan, biaya tersembunyi, biaya yang umumnya dialpakan atau dialokasikan secara tidak tepat dalam akuntansi konvensional. Biaya lingkungan meliputi biaya degradasi tanah, biaya pencemaran lingkungan, biaya penyusutan air, biaya untuk daur ulang, biaya untuk membayar denda dan biaya ganti rugi karena kerusakan lingkungan.

Biaya pengelolaan lingkungan hidup adalah salah satu diantara bermacam-macam biaya yang timbul selama operasi perusahaan. Biaya pengelolaan

lingkungan hidup ini perlu diperhatikan dengan serius oleh manajemen karena biaya pengelolaan lingkungan hidup dapat ditekan melalui perubahan aktivitas dan keputusan bisnis. Biaya pengelolaan lingkungan hidup biasanya dialokasikan pada biaya *overhead*, bukan pada akun tertentu, dan hal seperti ini tidak dapat diabaikan. Dengan lebih memahami pemahaman atas faktor-faktor dan besarnya biaya pengelolaan lingkungan akan membantu mengetahui besarnya biaya dan harga yang harus ditetapkan oleh perusahaan atas barang atau jasa secara akurat (Suhartono, 2006).

Memahami lingkungan dapat membantu manajemen perusahaan untuk menghitung keuntungan memproduksi barang atau jasa yang berwawasan lingkungan. Akuntansi yang lebih rinci atas biaya pengelolaan lingkungan hidup dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan sistem manajemen lingkungan perusahaan.

Menurut Suhartono (2006), biaya lingkungan biasanya disoroti dalam hal-hal sebagai berikut:

1. Pengalokasiannya, apakah dikapitalisasi atau dialokasikan sebagai beban.
2. Pengakuan dan pengukuran kewajiban komitmen kepada lingkungan.
3. Pengungkapan
4. Laporan keuangannya

Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial & Lingkungan bertujuan untuk mengukur biaya dan manfaat sosial sebagai akibat dari kegiatan perusahaan dan pelaporan prestasi perusahaan, dimana biaya dan manfaat tidak selalu dapat diukur nilainya dan dinyatakan dalam struktur keuangan, sehingga berpengaruh terhadap bentuk dan cara pelaporan akuntansi.

Dengan diterapkannya akuntansi lingkungan, maka perusahaan dapat mengukur kinerjanya dengan lebih baik. Dengan demikian, perusahaan dapat menghitung pengeluaran dan pemasukan dari pemeliharaan lingkungan dengan baik dan lebih transparan dalam laporan keuangan. Selain itu juga akan menimbulkan kesan positif dari *stakeholder*, yang dapat menaikkan citra positif di mata *stakeholder*. Perusahaan juga akan dapat mempunyai kemampuan untuk mempertahankan tingkat profitabilitas, dalam jangka panjang, memperoleh pandangan positif dari masyarakat dan memperoleh kesempatan pengembangan bisnis usaha baru.

2.4 Dasar Hukum dan Peraturan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adapun yang menjadi dasar hukum dalam pengaturan perusahaan dalam melaksanakan dan membentuk program CSR adalah sebagai berikut:

- a. Pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pengertian CSR dapat dilihat dalam Pasal 74 yang menyebutkan:
 1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
 2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
 3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang diundangkan di Jakarta oleh Menteri Hukum dan HAM Amir Syamsudin. Peraturan ini di buat untuk melaksanakan ketentuan pasal 74 Undang-Undang no.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- c. Keputusan Menteri BUMN no.Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan Menteri Badan Usaha Milik Negara. Penetapannya pada bab III yaitu Penetapan dan Penggunaan Dana Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan pasal 8 ayat 1(a) dan 2(a) : ”penyisihan laba setelah pajak sebesar 1% sampai dengan 3%”.
- d. Peraturan Menteri Negara BUMN nomor per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, Penetapannya pada bab III yaitu penetapan dan penggunaan dana pasal 9 ayat (1) a dan (2) a : “penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 2%”.

2.6 Penelitian Terdahulu

Laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan salah satu cara agar perusahaan bisa mempertahankan kinerja dan kontribusinya kepada masyarakat dan lingkungan agar mampu di respon positif oleh para konsumen. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu mengenai *corporate social responsibility* pada perusahaan:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu tentang CSR

No.	Nama Peneliti	Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dewi Ayuningtyas (2008)	Analisis Bentuk-Bentuk <i>Corporate Social Responsibility</i> Serta Pengungkapannya Perusahaan-Perusahaan pada ISRA 2008	Menunjukkan bentuk-bentuk dari CSR pada perusahaan ISRA 2008 berupa kegiatan dalam bidang pendidikan, kesehatan, keagamaan, pelayanan umum serta pemeliharaan lingkungan hidup. Serta diuraikan secara terinci dan konsisten dalam suatu laporan tahunan perusahaan.
2	Savira (2009)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Award</i> Terhadap <i>Abnormal Return</i> dan <i>Trading Volume Activity</i>	Peneliti mencoba mengisi keterbatasan yang ada pada penelitian sebelumnya dengan mempertegas aspek lingkungan yang dari penelitian sebelumnya tidak dilaksanakan di periode tersebut. Peneliti mencoba menganalisis melalui studi kasus dengan menilai pelaksanaan Laporan Pertanggung Jawaban Sosial pada praktik bisnis dalam perusahaan.
3	Benny Rachmanto (2012)	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (Studi kasus pada PT. Astra)	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat kepatuhan pengungkapan aktivitas CSR perusahaan secara keseluruhan masih belum memenuhi standar GRI, hanya sebagian kecil saja. Kebanyakan yang diungkapkan ada pada indikator ekonomi dan lingkungan, sedangkan sosial masih sangat sedikit.
4	Edwin Setyo Alprandie (2012)	Analisis Implementasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR) Bank CIMB Niaga	Penelitian ini menunjukkan analisa tentang bagaimana bank CIMB Niaga mengimplementasikan pertanggungjawaban sosial perusahaannya dari aspek ekonomi sosial dan lingkungan. Memaksimalkan pelaksanaan bentuk-bentuk tanggung jawab sosialnya. Efek dari peningkatan nilai ini adalah jangka panjang.

Hasil-hasil dari penelitian terdahulu tersebut menjadi kajian empiris dan tambahan dalam penelitian ini. Penelitian ini mencoba mengembangkan penelitian-penelitian sebelumnya dengan cara melakukan perluasan pengamatan dan menganalisa dari aspek-aspek pokok dan inti, lebih memperkuat lagi tentang pedoman penyusunan laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang dibuat dan lebih memperkuat dasar-dasar dari laporan perusahaan yang ada pada penelitian tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena dilakukan tanpa hipotesa yang dirumuskan dengan tujuan untuk mendeskripsikan secara terperinci mengenai fenomena sosial tertentu. Pada penelitian deskriptif, data yang dianalisis tidak untuk menolak dan menerima hipotesis melainkan hasil analisis itu berupa deskriptif dari gejala-gejala yang diamati (Dewi Ayuningtyas, 2012). Jadi penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang tidak dimaksudkan untuk menguji atau merumuskan hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan, dalam hal ini mengenai bentuk-bentuk *corporate social responsibility* serta pengungkapan dari PT. Nestle Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan cara menyesuaikan data-data yang ada lalu mendeskripsikan serta memberikan penafsiran untuk membuat gambaran yang melukiskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada. Kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 1994).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data dokumentasi. Data dokumentasi adalah jenis data penelitian yang antara lain berupa faktur, jurnal, surat-surat, hasil rapat, memo atau dalam bentuk laporan program. Data dokumentasi apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi, serta siap yang terlibat dalam suatu kejadian. Dalam penelitian ini data dokumenter yang digunakan berupa laporan tahunan, jurnal, *sustainability report*, buku, majalah dan artikel publikasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Data sekunder menurut Supono dan Indriantoro (2002) merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari:

1. Teks lengkap, yang terdapat dalam buku, artikel, jurnal dan data online dari internet.
2. Rangkuman artikel atau penulisan peneliti lainnya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Melakukan penelitian di lapangan langsung pada PT. Nestle Indonesia.
2. Dilakukan wawancara yang bertipe *open ended* dimana peneliti dapat bertanya kepada responden kunci tentang bukti-bukti yang ada disamping opini mereka.

3. Observasi langsung sebagai sumber bukti lainnya. Hal ini akan memperkaya bukti-bukti yang telah diperoleh oleh peneliti.
4. Dokumentasi, dilakukan dengan pengumpulan laporan tahunan dan laporan pembangunan berkelanjutan dari perusahaan sampel, jurnal-jurnal akuntansi, artikel publikasi dan skripsi peneliti lain yang tidak dipublikasikan.
5. Studi kepustakaan, dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berupa buku, majalah, serta artikel-artikel *on-line* yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian pada skripsi ini dilakukan di PT. Nestle Kejayan Indonesia Factory yang terletak di daerah yang bernama Tembero, Kejayan Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Penelitian ini hanya berpusat di salah satu dari tiga pabrik yang dimiliki oleh PT. Nestle Indonesia, akan tetapi mencakupi semua aspek pertanggungjawaban sosial yang dimiliki oleh PT. Nestle Indonesia, mulai dari Pabrik Panjang, Pabrik Cikupa hingga Pabrik Kejayan, dikarenakan departemen *Procurement* yang mengawasi program CSR perusahaan berpusat di Pabrik Kejayan.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Metode tersebut dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan keadaan obyek penelitian yang sesungguhnya untuk mengetahui dan menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh obyek penelitian, agar kemudian dapat memberikan alternatif dan saran dari pemecahan permasalahan

yang dihadapi. Tahap-tahap analisis data dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mempelajari tentang aktivitas program-program *Creating Shared Value* (CSV) PT. Nestle Indonesia dengan melakukan wawancara dengan manajer bagian *Milk Procurement and Dairy Development* dan bagian *Senior Project Engineer*.
2. Menganalisis indikator-indikator kinerja CSV PT. Nestle Indonesia sesuai dengan pedoman pelaporan CSR (GRI G3).
3. Melakukan analisis terhadap program gizi, lingkungan berkelanjutan dan pembangunan pedesaan pada CSV ke dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.
4. Kemudian menganalisis tentang penentuan dana yang dikeluarkan PT. Nestle Indonesia untuk program CSV sesuai dengan dasar-dasar hukum yang berlaku dan peraturan tentang pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang ada di Indonesia.

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah PT. NESTLE

Nestle merupakan produsen makanan terkemuka di dunia yang memasok lebih dari 10 juta produk makanan pasaran setiap tahunnya. “*Good Food, Good Life*” merupakan slogan Nestle yang menggambarkan komitmen Nestle sebagai produsen makanan yang peduli akan kesehatan umat manusia dengan menghasilkan makanan yang sehat, bermutu, aman, berkualitas, bergizi, dan menyenangkan untuk dikonsumsi demi mewujudkan kehidupan yang lebih baik.

Nestle didirikan di Vevey, Swiss pada tahun 1866. Pendirinya adalah Henry Nestle, yaitu seorang ahli gizi berkebangsaan Jerman. Hal yang melatarbelakangi Henry Nestle adalah banyaknya bayi yang meninggal dunia sebelum usia mereka mencapai satu tahun, hal ini dikarenakan para ibu tidak dapat menyusui bayinya sendiri. Terlebih lagi saat teman Henry Nestle menghampiri dirinya untuk menyelamatkan bayi prematur. Henry Nestle kemudian membawa bayi itu kerumahnya dan memberikan makanan berupa paduan roti, susu, dan gula. Kondisi bayi tersebut berangsur baik dan pulih dari hari ke hari. Penemuan ini memberikan kabar gembira dan langsung tersebar luas.

“*Ferine Lactee Nestle*” telah menjadi makanan pendamping ASI sekaligus makanan penambah gizi yang berhasil menekan angka kematian bayi. Sejak saat

itu Nestle menjadi perusahaan produsen makanan yang mendapat kepercayaan dari masyarakat. Henry Nestle memanfaatkan nama keluarga “Nestle”. Yang dalam bahasa Jerman Swiss berarti sarang burung kecil (little nest), menjadi logo perusahaannya. Logo tersebut menjadi lambang rasa aman, kasih sayang, kekeluargaan dan pengasuhan.

Henry Nestle bukan saja melahirkan makanan bayi yang bermutu, namun juga menjadi orang Swiss pertama yang membangun industri modern yang berpikir akan pentingnya citra merek dan perusahaan. Melalui dua simbol anak burung dalam sarang bersama induknya dengan penuh kasih sayang memberi makanan kepada anaknya, citra Nestle langsung dikenal sebagai perusahaan yang menghasilkan makanan bermutu penuh gizi. Simbol ini kemudian diubah pada tahun 1868 dan langsung diterapkan di berbagai materi iklan dan publikasi. Sampai sekarang logo ini tetap digunakan dalam nuansa modern sesuai dengan kemajuan zaman.

4.1.2 Sejarah Nestle di Indonesia

Pada tahun 1910 susu “Tjap Nona” masuk ke pasaran Indonesia melalui distributor yang ada di Singapura. Setelah Indonesia merdeka, pada tahun 1965 pemerintah membuka kesempatan berinvestasi bagi investor asing. Kebijakan ini mendorong Nestle dan para mitranya untuk membuka usaha di Indonesia. Pada tanggal 29 Maret 1971, Nestle S.A yang berpusat di Vervay, Swiss bersama mitra lokalnya mendirikan PT. Food Specialities Indonesia. Pabrik pertama didirikan di Waru, Jawa Timur. Pabrik ini didirikan pada tahun 1972 dan mulai beroperasi pada tahun 1973 yang menghasilkan susu Tjap Nona.

Pada awal 1980 produksi susu segar mengalami peningkatan drastis, kondisi tersebut merupakan salah satu keberhasilan PT. Food Specialities Indonesia dalam membina petani sapi perah. Hal ini mendorong PT. Food Specialities Indonesia untuk mendirikan pabrik baru. Pabrik ini didirikan di Kejayan pada tahun 1984 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1988 serta diresmikan oleh Presiden RI (pada saat itu) Soeharto, pada Juni 1988.

Pada tahun 1979, PT Nestlé *Beverages* Indonesia (dahulu bernama PT Indofood Jaya Raya) yang memiliki pabrik di Panjang, Lampung, mulai memproduksi kopi instan „Nescafé“ . Selain *pure coffee*, PT Nestle *Beverages* Indonesia juga memproduksi *mixes coffee* dalam berbagai aroma. Pada tahun 1997 Nescafé mulai memasuki pasaran Rusia dalam kemasan jar dan dua tahun kemudian produksi kopi instan dalam kemasan kaleng dihentikan. Selanjutnya pada tahun 2001 sebagian proses pengemasan untuk produk 3in1 diserahkan ke *co-manufacturer* dan PT Nestle *Beverages* Indonesia berganti nama menjadi PT Nestlé Indonesia.

Pada tahun 1988, Nestle pusat mengakusisi Rowntree Macintosh dari Inggris sehingga membuka peluang Nestlé untuk mengembangkan usahanya di bidang kembang gula. Pabrik PT *Food Specialties* Indonesia yang merupakan anak perusahaan Nestle mengambil alih PT Multi Rasa Agung, yang memiliki pabrik di Cikupa, Tangerang dan menghasilkan permen dengan merek dagang “Foxs”. Pada tahun 1990 diresmikan pabrik baru di Cikupa, Tangerang. Pada tahun 1992, dalam rangka memperluas usahanya, PT Multi Rasa Agung memperluas pabriknya dan memproduksi permen dengan merek dagang “Polo”.

Pada 1996 PT Multi Rasa Agung berganti nama menjadi PT. Nestlé *Confectionery* Indonesia dan mulai memproduksi “Nestea Powder” pada tahun 1997.

Selain pabrik Waru, Kejayan, Cikupa dan Panjang, Nestle Indonesia juga memiliki sebuah pabrik di Telaga yang memproduksi mie instan. Sejak tahun 1999 dilakukan penggabungan manajemen secara bertahap di PT Nestle Indonesia dan pabrik-pabriknya. Pada Desember 1999, PT Nestle Indonesia dan PT Nestle Asean Indonesia berubah menjadi PT Nestle Indonesia, yang kedua pada akhir tahun 2000 PT Nestle *Confectionery* Indonesia bergabung dengan PT Supmi Sakti, kemudian berubah menjadi PT Nestle Indonesia dan pabrik Telaga ditutup. Ketiga, pada akhir tahun 2001 PT Nestle *Beverages* Indonesia dan PT Nestle *Distribution* Indonesia bergabung dengan PT Nestle Indonesia. Pada Juni 2002, pabrik Waru dilikuidasi dan digabung dengan pabrik Kejayan.

PT Nestle Indonesia juga semakin memperluas usahanya dengan melakukan perjanjian kerjasama dengan perusahaan lain. Salah satu kerjasama yang dilakukan berlangsung pada 1 April 2005. PT Nestle dan PT Indofood Sukses Makmur, TBK melakukan kerjasama dalam bentuk *joint venture*. Perusahaan ini diberi nama PT Nestle Indofood Citarasa Indonesia (NICI). Perusahaan ini menghasilkan produk-produk bumbu masakan yang akan dipasarkan di Indonesia. Sejak tanggal 29 Desember 1993, PT *Food Specialties* Indonesia telah resmi berganti nama menjadi PT Nestle Indonesia.

Tabel 4.1 Sejarah singkat PT. Nestle di Indonesia

Waktu	Perkembangan
Abad 19	Produk Nestle <i>Milkmaid</i> dikenal sebagai “Tjap Nona”

29 Maret 1971	Berdirinya PT. Food Specialities Indonesia
1972	Berdirinya Pabrik Waru, Jawa Timur
1973	Pabrik Waru mulai beroperasi dengan menghasilkan produk susu.
12 April 1978	Berdirinya PT. Indofood Jaya Raya yang kemudian diganti dengan nama menjadi PT. Nestle <i>Beverages</i> Indonesia
1979	Berdirinya Pabrik Panjang, Lampung yang menghasilkan produk-produk kopi.
1988	Berdirinya Pabrik Kejayan, Jawa Timur yang menghasilkan produk-produk susu bubuk.
1990	Berdirinya Pabrik Cikupa, Tangerang yang menghasilkan produk-produk confectionery.
1993	Perubahan nama PT. Food Specialities menjadi PT. Nestle Indonesia.
1995	Pengakuisisian PT. Supmi Sakti yang memproduksi mie instant dengan pabrik yang berlokasi di Telaga.
1998	PT. Sumber Pangan Segar dan PT. Rola Perdana ditunjuk sebagai distributor utama PT. Nestle Indonesia. Selanjutnya kedua perusahaan ini bergabung dan berganti dengan nama PT. Nestle Distribution Indonesia yang merupakan distributor tunggal.
2001	Penggabungan perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam grup PT. Nestle Indonesia menjadi satu badan hukum PT. Nestle Indonesia.
2002	Pengintegrasian Pabrik Waru dengan Pabrik Kejayan.
2005	Pembentukan <i>joint venture</i> dengan PT. Indofood Sukses Makmur, TBK dengan nama perusahaan PT. Nestle Indofood Citarasa Indonesia.

4.1.3 Visi dan Misi PT. Nestle Indonesia

Sangatlah penting bagi suatu organisasi untuk memiliki suatu visi dan misi yang sangat penting sebagai ciri khas dari identitas dan jati diri dari sebuah perusahaan. Agar dalam menjalankan usahanya, perusahaan mempunyai prinsip-

prinsip yang sangat dipegang teguh dalam apapun proses bisnisnya. Berikut ini adalah visi dan misi dari PT. Nestle Indonesia.

a. Visi PT. Nestle

“Nestle perusahaan terkemuka dalam aneka ragam makanan, di setiap desa, baik melalui manusia maupun produknya yang dapat diandalkan, memiliki rasa peduli, berkualitas, dan jujur”

(Nestle is a leading diversified food company, known in every village through its people and products for its reliability, caring, quality and honesty)

PT Nestlé Indonesia, sebagai salah satu produsen makanan terbesar di Indonesia memiliki misi untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat. Selain itu, visi dari PT Nestle Indonesia adalah:

1. Meraih kepercayaan konsumen, dan menjadi perusahaan makanan dan nutrisi yang terkemuka serta terpendang di Indonesia.
2. Menjamin keuntungan dan kelangsungan pertumbuhan jangka panjang dengan modal yang efisien bagi perusahaan, melalui pelayanan yang mampu meningkatkan kualitas kehidupan konsumen.
3. Menjadi pemimpin pangsa pasar atau posisi no. 2 yang kuat di setiap kategori

b. Misi PT. Nestle Indonesia

Misi dari PT. Nestle Indonesia adalah “Turut mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat “

Berdasarkan hal ini pula, PT Nestle Indonesia menerapkan beberapa kebijakan Kualitas dan Kebijakan Keselamatan dan Kesehatan Lingkungan.

Kebijakan Kualitas meliputi:

1. Produk dan jasa tidak pernah mengabaikan faktor keamanan pangan
2. Selalu mematuhi peraturan yang berlaku
3. *Zero waste* dan *zero defect*
4. Berkomitmen secara terus menerus untuk meningkatkan standar kualitas

Kebijakan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan meliputi:

1. Karyawan dan mitra bisnis adalah alat yang paling berharga
2. Menerapkan praktek bisnis yang ramah lingkungan (mencegah pencemaran lingkungan)
3. Mematuhi semua peraturan di bidang lingkungan dan K3
4. Menihilkan kecelakaan kerja dan keluhan masyarakat
5. Perbaikan secara terus menerus di bidang lingkungan dan PT

Nestle Indonesia selalu menerapkan nilai-nilai yang selama ini menjadi landasan bagi perusahaan dan seluruh karyawan, nilai-nilai tersebut dikenal dengan istilah “PRIDE”, yang merupakan singkatan dari *Passion* (Semangat), *Respect* (menghormati), *Integrity* (Integritas), *Determination* (Gigih), dan *Excellence* (Unggul).

4.1.4 Motto, Nilai, dan Tujuan PT. Nestle

Dalam sebuah perusahaan, memiliki motto, nilai-nilai dan tujuan sangatlah penting sebagai acuan pokok dalam mengembangkan usahanya, dengan harapan visi dan motto tersebut bisa dijadikan suatu pedoman agar organisasinya bisa terus berkembang, untuk itulah PT. Nestle Indonesia memiliki motto, nilai-nilai dan tujuan sebagai berikut:

a. Motto PT.Nestle

“Perusahaan makanan dunia yang mengabdikan diri untuk menyediakan makanan terbaik selama hidup anda”

b. Nilai-nilai PT. Nestle

PT. Nestle mempunyai nilai-nilai yang sangat dipegang teguh yaitu :

1. *Passion*
2. Menghormati
3. Integritas
4. Gigih
5. Unggul

c. Tujuan PT. Nestle

Tujuan dari PT. Nestle adalah untuk menjadi perusahaan terdepan dalam hal gizi, kesehatan, dan keafiatan, dipercaya oleh semua pemangku kepentingan, dan menjadi referensi bagi inisiatif pencipta manfaat bersama.

4.1.5 Lokasi dan Pemasaran PT. Nestle di Indonesia

PT. Nestle Indonesia memiliki satu kantor pusat yang beralamat di Kantor Pusat PT. Indonesia Wisma Nestle, 5th floor Arkadia Office Park Jl. T.B Simatupang Kav. 88 Jakarta 12920 juga membuka beberapa pabrik di Indonesia, dimana masing-masing pabrik memproduksi produk dan lini produk yang berbeda. Adapun lokasi masing-masing pabrik Nestle tersebut adalah :

a. Kejayan Factory (Pabrik Kejayan)

Berlokasi di Jl. Raya Pasuruan-Malang Km 9,5 Tembero-Kejayan Pasuruan 67172, Telephone (0343) 421005 Faximile (0343) 421424, pabrik ini memproduksi susu berdasarkan bahan baku asli dari penduduk atau peternak Jawa Timur. Diawali dengan penerimaan sekitar 180 ton perhari, kini penerimaan susu segar rata-rata 500 ton perhari. Pabrik Kejayan ini terletak 10 km dari Kota Pasuruan. 70 km dari Kota Surabaya dan 40 km dari Kota Malang, hal ini sangat memudahkan akses bagi para peternak sapi perah dan bahkan mempermudah distribusi dari hasil produksinya.

Proses integrasi dengan Pabrik Waru, akan menyebabkan pabrik ini beroperasi dalam kapasitas dua kali lipat lebih besar dibanding sebelumnya. Saat ini Pabrik Kejayan telah menggunakan alat-alat produksi yang paling mutakhir dilengkapi dengan kontrol panel untuk semakin mempermudah proses produksi tersebut. Adapun produk yang dihasilkan oleh Pabrik kejayan adalah susu bubuk DANCOW dengan segala macam variasi rasanya, dan susu kental manis CARNATION, BEAR BRAND dan MILKMAID.

b. Panjang Factory (Pabrik Panjang)

Berlokasi di Jl. Raya Bakauheni KM 13 Bandar Lampung 35243, pabrik yang berdiri pada tahun 1978 ini khusus memproduksi kopi instant NESCAFE dengan berbagai macam variasi rasanya.

c. Cikupa Factory (Pabrik Cikupa)

Berlokasi di Jl. Raya Serang KM 12 Ds. Bitung Jaya, Cikupa Tangerang 15710, pabrik yang berdiri pada tahun 1983 ini merupakan pabrik ketiga yang didirikan oleh PT. Nestle, pabrik ini khusus memproduksi permen dan sejenisnya, diantaranya adalah permen POLO, permen mint yang menyegarkan serta FOXS, permen bening warna-warni bagaikan kristal. Pada tahun 1997, pabrik ini mulai memproduksi NESTEA POWDER.

Untuk semakin memperlancar proses pemasaran PT. Nestle Indonesia memiliki empat wilayah kantor penjualan yang mendukung proses pemasaran produk-produk Nestle agar bisa sampai ketangan konsumen secara efisien, adapun kantor-kantor penjualan Nestle yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Kantor wilayah penjualan I

JL.M.G. Manurung I Km. 9.3, Kel. T.Morawa Medan 20149 Telepon:

(061) 7867789; Fax (061) 7867753

b. Kantor wilayah penjualan II

JL.Paus No. 91 Rawamangun, Jakarta Timur DKI Jakarta Telepon:

(021) 471044; Fax (021) 4838510

c. Kantor wilayah penjualan III

JL. Berbek Industri I/23, Komp.SIER, Waru Surabaya, Jawa Timur

Telepon: (031) 8496671; Fax (031) 8414858

d. Kantor wilayah penjualan IV

JL. Kapasa Raya 3 (Makasar Industrial Estate) Makasar, Sulawesi

Tengah Telepon: (0411) 512376; Fax (0411) 511815

4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Nestle Indonesia merupakan badan usaha Perseroan Terbatas (PT) yang merupakan bentuk perusahaan untuk menjalankan perusahaan yang mempunyai modal usaha terbagi atas saham-saham. Anggotanya memiliki hak suara penuh dalam rapat anggota, sehingga pemegang saham atau anggota turut menentukan jalannya perusahaan tersebut.

Struktur organisasi yang berlaku di PT Nestle Indonesia meliputi dua bagian, yaitu struktur organisasi di kantor pusat dan struktur organisasi di setiap pabrik. Pemegang jabatan tertinggi di PT Nestle Indonesia adalah seorang Presiden Direktur yang mengepalai Divisi Teknikal, Divisi Keuangan, Divisi *Supply Chain*, Divisi Sumber Daya Manusia, Divisi *Legal and Corporate Affairs*, Divisi Penjualan, Divisi *Infant Nutrition*, Divisi *Dairy Products*, Divisi *Coffee and PPP (Popularly Position Products)*, Divisi *Confectionery*, Divisi *Nestlé Profesional*, Divisi *Liquid Products*, Divisi Pelayanan Penjualan, serta Divisi Global. Presiden direktur bersama masing – masing pimpinan divisi disebut sebagai *Management Committee* (Macom).

4.2 Laporan *Creating Shared Value* (CSV) PT. Nestle Indonesia

CSV didefinisikan sebagai “kebijakan dan praktik operasi yang meningkatkan daya saing perusahaan sekaligus memajukan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat dimana ia beroperasi”. Lewat CSV perusahaan bisa membuktikan dirinya bermanfaat secara ekonomi, sosial dan lingkungan untuk masyarakat luas, dan membantu memecahkan masalah yang mereka hadapi.

Perusahaan yang seperti ini nantinya akan mendapatkan kepercayaan dari pemangku kepentingan dan masyarakat. Apabila mendapatkan kepercayaan, maka secara tidak langsung perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam segi ekonomi selama perusahaan itu beroperasi. Manfaat dari *Creating Shared Value* bagi PT. Nestle Indonesia dan masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Manfaat CSV pada setiap rantai bisnis perusahaan

	Pertanian dan Pembangunan Pedesaan		Lingkungan, Manufaktur dan Sumber Daya Alam	Produk dan Konsumen	
Nestle	Menjamin tersedianya pasokan bahan baku berkualitas tinggi	Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dan kualitas produk	Menurunkan biaya manufaktur dan distribusi	Memasuki pasar baru dan yang sedang tumbuh	Mencapai keuntungan yang kompetitif bagi pemegang saham
Masyarakat	Memperbaiki hasil panen dan meningkatkan pendapatan	Mengurangi penggunaan sumber daya alam	Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal	Meningkatkan akses untuk mendapatkan produk bergizi pilihan konsumen	Menghasilkan investasi dan pertumbuhan ekonomi

Bagi PT. Nestle Indonesia, CSV dimasukkan dalam kegiatan dan rantai bisnis utama perusahaan. Program utama atau kegiatan bisnis dan tujuan PT. Nestle Indonesia adalah untuk menjadi perusahaan terkemuka dalam bidang gizi, kesehatan dan keafiatan, maka telah diidentifikasi tiga bidang dalam CSV yaitu bidang Gizi, Air dan Pembangunan Pedesaan. Keberlanjutan PT. Nestle yang ditujukan untuk penciptaan manfaat digambarkan dalam piramida *Creating Shared Value* (CSV).



Gambar 4.1 Piramida *Creating Shared Value*

Laporan CSV adalah laporan yang dibuat oleh PT. Nestle Indonesia dalam kurun waktu 2 tahun sekali, dan di dalam penelitian ini merupakan laporan kedua yang telah diterbitkan oleh PT. Nestle. Laporan CSV yang pertama terbit di bulan Agustus tahun 2009, sedangkan laporan yang diteliti kali ini adalah laporan kedua yang terbit di tahun 2011.

Dalam laporan CSV ini tidak terdapat perubahan yang signifikan dari laporan yang dibuat sebelumnya. Dalam pembuatan laporan ini PT. Nestle juga tidak menggunakan jasa pihak independen untuk melakukan verifikasi dan penelitian. Semua data-data kuantitatif dengan metode pengumpulan, pencatatan

dan analisis yang disajikan di dalam laporan menggunakan perhitungan dan analisa yang dilakukan oleh tim yang dibentuk oleh PT. Nestle Indonesia.

PT. Nestle dalam menemukan konsep CSV menggunakan konsultan untuk meninjau bagaimana PT. Nestle menjalankan strategi bisnisnya dan bagaimana PT. Nestle menjalankan program pertanggungjawaban sosial perusahaannya, maka dari itu PT. Nestle bekerja sama dengan *Foundation Strategy Group (FSG)*. Hasil yang didapat dari tinjauan tersebut adalah bagaimana PT. Nestle menggunakan strategi bisnisnya untuk memperoleh manfaat bagi perusahaan serta para pemangku kepentingannya. Perwujudan dari CSV sendiri melalui dampak rantai usaha, konteks pertumbuhan, manfaat untuk Nestle dan manfaat untuk Masyarakat. Rantai usaha pada PT. Nestle, secara sederhana dapat diringkas menjadi tiga komponen besar, yaitu *Agriculture and sourcing, Manufacturing and distribution* serta *Product and consumers*.

Laporan *Creating Shared Value* kali ini merupakan laporan yang mengacu pada pelaporan *Global Reporting Initiative (GRI)* versi 3 atau biasa disebut GRI G3 yang dalam laporannya memfokuskan diri pada aspek gizi, air dan pembangunan pedesaan sesuai dengan bisnis PT. Nestle. Kerangka laporan PT. Nestle juga disesuaikan dengan GRI G3, akan tetapi ada beberapa point-point yang tidak dimasukkan oleh tim CSR PT. Nestle. Komparasi bentuk GRI yang diaplikasikan oleh PT. Nestle pada laporan CSRnya bisa dilihat pada **Tabel 4.3**

Pada **tabel 4.3**, profil perusahaan yang diungkap kan pada laporan *Creating Shared Value* PT. Nestle Indonesia diantaranya pengungkapan mengenai strategi dan analisa, profil organisasi, parameter laporan, tata kelola, komitmen dan keterlibatan perusahaan.

Pengungkapan profil perusahaan tersebut mengacu pada standart pelaporan GRI G3. Berikut ini adalah tabel mengenai pengungkapan profil perusahaan yang ada pada laporan *Creating Shared Value* (CSV)

Tabel 4.4 Pengungkapan Strategi dan Profil perusahaan pada laporan *Creating Shared Value* (CSV)

Standart Disclosures : Strategy & Profile	Diungkapkan di CSV	Tidak diungkapkan
Strategi dan Analisa	1.1 1.2	-
Profil Organisasi	2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8, 2.9, 2.10	-
Parameter	3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.8, 3.9, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13	3.7
Tata Kelola, Komitmen dan Keterlibatan	4.2, 4.3, 4.4. 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17	4.1

Dari tabel di atas dapat diketahui pengungkapan strategi dan profil perusahaan pada laporan *Creating Shared Value* sebanyak 40 poin dari 42 poin yang ditetapkan oleh standart pelaporan tanggung jawab perusahaan pada GRI G3. Pada strategi, analisa dan profil organisasi PT. Nestle Indonesia telah mengungkapkan semua, pada parameter perusahaan PT. Nestle tidak melaporkan poin 3.7 tentang “Negara batasan tertentu pada ruang lingkup atau pada batasan-batasan tertentu”

Kemudian pada tata kelola, komitmen dan keterlibatan perusahaan PT. Nestle Indonesia tidak mengungkapkan poin 4.1 tentang "Struktur Pemerintahan organisasi, termasuk komite bawah badan pemerintahan tertinggi yang bertanggungjawab untuk tugas-tugas tertentu, seperti pengaturan strategi atau pengawasan organisasi"

Tabel 4.3 juga menunjukkan program-program yang dilaporkan oleh PT. Nestle Indonesia yang ada pada laporan CSV dan sesuai dengan GRI G3 yang mencakup tiga hal, yaitu Ekonomi, Lingkungan dan Sosial.

Indikator kinerja yang diungkapkan dan dilaksanakan oleh PT. Nestle Indonesia pada laporan *Creating Shared Value* (CSV) seperti yang kita ketahui GRI G3 mempunyai sejumlah 79 indikator baik di bidang Ekonomi, Lingkungan dan Sosial.

Karena dalam melaporkan pertanggungjawaban sosial setiap perusahaan harus mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh GRI, dan di dalam standart tersebut ada item-item yang harus dilaporkan oleh setiap perusahaan, total item yang harus dilaporkan oleh perusahaan dalam hal ini ada 79. Akan tetapi pada kenyataannya PT. Nestle tidak melaporkan semua item yang telah ditetapkan oleh GRI tersebut. Berikut ini adalah jumlah dari indikator kinerja GRI G3 yang dilaksanakan oleh PT. Nestle Indonesia.

Tabel 4.5 Jumlah *Item Sustainability Reporting Performance Indicator* yang dilaksanakan PT. Nestle Indonesia

Indikator Kinerja	Jumlah	Inti	Tambahan	Total
Ekonomi	9 Topik 7 inti, 2 tambahan	2	0	2
Lingkungan	30 Topik 17 inti, 13 tambahan	5	2	7
Sosial	40 Topik 25 inti, 15 tambahan	17	5	22

<i>Total</i>	31
---------------------	-----------

Melalui tabel di atas kita dapat mengetahui apa saja topik yang dilaksanakan oleh PT. Nestle Indonesia dalam melaporkan pertanggungjawaban sosial. Bisa di lihat bahwa PT. Nestle Indonesia menuliskan 31 topik. Dari 31 topik tersebut memang telah menyangkut tiga indikator penting utama yaitu Ekonomi, Lingkungan dan Sosial, akan tetapi hanya 39,24% yang telah dicapai dari 79 item yang menurut penulis kurang maksimal sebagai perusahaan swasta asing yang besar di Indonesia ini.

Tingkat presentase kepatuhan dalam pengungkapan indikator Ekonomi, Lingkungan dan Sosial sesuai dengan GRI G3 bisa dibilang kurang karena hanya melaporkan 31 dari 79 indikator standart GRI G3. Hal ini tentu saja sangat jauh dari standart GRI karena diwajibkan bahwa 79 indikator tersebut harus ada dalam setiap laporan pertanggungjawaban perusahaan.

Berikut ini adalah jumlah rata-rata pengungkapan indikator CSR atau pertanggungjawaban PT. Nestle Indonesia baik topik inti maupun topik tambahan.

Tabel 4.6 Rata-rata pengungkapan indikator CSR PT. Nestle Indonesia

Indikator GRI	Jumlah	Inti	Tambahan
Ekonomi	9 Topik 7 inti, 2 tambahan	28.57%	0.00%
Lingkungan	30 Topik 17 inti, 13 tambahan	29.41%	15.38%

Sosial	40 Topik 24 inti, 15 tambahan	68%	33.34%
<i>Rata-rata</i>		41.99%	16.24%

Setelah mengetahui pengungkapan strategi dan profil perusahaan serta indikator performa yang diungkapkan oleh PT. Nestle Indonesia pada laporan *Creating Shared Value* (CSV) maka dapat ditentukan *GRI Reports Application Level* yang sesuai dengan *GRI Guidelines*. Di dalam *GRI Guidelines* terdapat tingkatan penelitian dalam sistem pelaporan pertanggungjawaban sosial yang berkelanjutan, yaitu C, C+, B, B+, A, A+. Kriteria pelaporan dalam setiap tingkatan mencerminkan peningkatan penerapan dari Kerangka Pelaporan GRI.

Menurut peneliti berdasarkan *Application Level Criteria* dalam *GRI Application Level* yang ada pada *GRI Guidelines*, PT. Nestle Indonesia telah melaporkan semua poin-poin penting pada profil perusahaan yang ditetapkan oleh GRI G3, hanya 3.7 dan 4.1 yang tidak dilaporkan. Sedangkan untuk indikator performa PT. Nestle Indonesia melaporkan sebanyak 39,24% atau 31 indikator performa dari 79 indikator pada GRI G3, dan pada setiap indikator dan pelaporan dari profil perusahaan PT. Nestle Indonesia pada laporan CSV telah disertai dengan pendekatan manajemen pada setiap indikator. Dari data-data yang diperoleh diatas maka penulis dapat menilai bahwa laporan keberlanjutan PT. Nestle Indonesia berada pada nilai B+

4.3 Implementasi CSV dari segi Ekonomi, Sosial dan Lingkungan

Seperti yang kita ketahui sebelumnya bahwa laporan *Creating Shared Value* yang dibuat oleh PT. Nestle Indonesia hanya berkonsentrasi pada program

Gizi, Air atau lingkungan yang berkelanjutan dan Pembangunan Pedesaan. Pada laporan CSV ini PT. Nestle Indonesia menjelaskan tentang program-program dan kegiatan-kegiatan perusahaan dalam rangka melaksanakan pertanggungjawaban sosialnya. Setelah diketahui hal tersebut kemudian penulis akan menganalisis program-program yang dilakukan oleh PT. Nestle Indonesia dari 3 aspek, yaitu Ekonomi, Sosial dan Lingkungan.

4.3.1 Ekonomi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan baik di lapangan maupun wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Dari segi ekonomi PT. Nestle Indonesia sangat memperhatikan aspek penting yang satu ini, hal tersebut bisa dilihat dari berjalannya program-program CSV yang secara tidak langsung mempengaruhi dari segi ekonomi baik untuk perusahaan maupun masyarakat sekitar dan mitra bisnis PT. Nestle Indonesia itu sendiri.

Berikut ini adalah hasil dari berjalannya program CSV yang mempengaruhi aspek ekonomi baik pada PT. Nestle Indonesia maupun mitra bisnis dan masyarakat sekitar.

1. Program yang dibentuk oleh PT. Nestle Indonesia dengan koperasi susu yang ada di Jawa Timur dan sekitarnya. Bentuk kegiatannya adalah dengan menyediakan pinjaman bunga rendah untuk pengadaan alat *cooling unit* atau pendingin susu, karena pada awalnya koperasi-koperasi yang ada masih sangat tradisional, tidak memiliki alat pendingin tersebut, hal ini sangat penting agar susu yang disetorkan ke pabrik masih steril dengan adanya alat pendingin tersebut. Kemudian PT. Nestle juga

memberikan pinjaman dengan bunga ringan untuk memperbaiki pusat pengumpulan susu dan alat transportasi berupa truk tangki pendingin untuk mendistribusikan susu ke perusahaan. Dengan adanya program ini tentu saja koperasi menjadi lebih maju karena tingkat efisiensi pengelolaan susu segar setiap harinya semakin efektif dan tidak ada susu segar yang terbuang karena basi, dan pengiriman susu segar ke perusahaan juga semakin baik, pendapatan koperasi juga meningkat.

2. Memfasilitasi para peternak sapi untuk bisa mendapatkan akses pinjaman agar dapat menambah jumlah sapi. Program ini PT. Nestle Indonesia bekerja sama melalui koperasi, jadi apabila peternak ingin mendapatkan pinjaman untuk menambah jumlah sapi perahnya bisa melalui koperasi langsung. Hal ini dimaksudkan agar dengan bertambahnya jumlah sapi, diharapkan dapat meningkatkan pasokan susu dan terutama pendapatan dari peternak susu itu sendiri.
3. Selain pinjaman untuk menambah sapi PT. Nestle juga memberikan pinjaman untuk memiliki unit biogas melalui koperasi. Dengan adanya biogas ini para peternak sapi tidak perlu untuk mengeluarkan dana lagi untuk membeli minyak tanah maupun gas elpiji untuk keperluan memasak sehari-hari, karena dengan adanya unit biogas ini peternak sapi hanya perlu mengolah kotoran sapi untuk kemudian diubah menjadi gas dengan unit biogas tersebut, sehingga menghemat pengeluaran para peternak sapi.

Dari semua program tersebut, penulis mengambil hasil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Dampak positif bagi aspek ekonomi PT. Nestle, dengan lengkapnya fasilitas yang dimiliki oleh koperasi-koperasi mitra PT Nestle akan dapat menambah pasokan susu segar di perusahaan dan meningkatkan jumlah produksi.
2. Bagi koperasi, meningkatnya pendapatan karena banyaknya pasokan susu segar dari peternak sapi.
3. Kemudian bagi peternak susu segar juga akan meningkatkan pendapatannya, karena selain jumlah susu yang disetorkan setiap harinya ke koperasi susu meningkat, harga susu per liter mereka juga dibeli dengan harga yang baik pula, sehingga meningkatkan perekonomian para peternak.

Untuk program biogas PT. Nestle Indonesia bekerja sama dengan HIVOS, yaitu Lembaga Sosial Masyarakat dari Belanda yang mendukung program biogas untuk para peternak sapi di Indonesia. Kegiatan ini sangat membantu perekonomian para peternak susu dan koperasi mitra bisnis Nestle, para peternak susu bisa mendaftarkan diri untuk mendapat pinjaman modal tanpa bunga untuk mendirikan unit biogas bagi setiap anggotanya melalui koperasi mitra bisnis PT. Nestle Indonesia. Melalui biogas ini para peternak cukup memerlukan kotoran dari lima ekor sapi untuk memenuhi kebutuhan memasak sehari-hari.

4.3.2 Sosial

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh PT. Nestle Indonesia tidak luput dari aspek-aspek sosial. Di dalam laporan *Creating Shared Value* terdapat beberapa program dan kegiatan PT. Nestle dari segi sosial. Program-program yang dilakukan oleh PT. Nestle dari segmen sosial ini mengarah kepada para mitra bisnis perusahaan, kemudian dari segi pengendalian mutu produk PT. Nestle melakukan kegiatan sosial kepada para konsumen pengguna produk perusahaan. Kegiatan sosial ini juga bertujuan untuk pengendalian mutu produk untuk kedepannya menjadi lebih baik dan sebagai bahan evaluasi.

Berikut ini adalah analisis aspek sosial yang ada pada laporan *Creating Shared Value* (CSV).

1. Memberikan pelatihan kepada mitra bisnis PT. Nesle, koperasi susu tentang bagaimana mengaplikasikan standar prosedur pelaksanaan seluruh rantai pasokan dari pertama kali susu segar disetorkan, melalui proses pendinginan dan sterilisasi sampai susu segar didistribusikan ke perusahaan.
2. Penyuluhan kepada para peternak sapi agar mendapatkan susu segar dengan kualitas tinggi. Penyuluhan tersebut berupa pelatihan cara pemerahan sapi dengan baik dan benar, susu harus dimasukkan dalam *milkcan* dan harus segera disetorkan ke koperasi setelah di perah, kemudian pelatihan hal-hal dasar mengenai pengelolaan kebersihan hewan dan kandang, kesehatan hewan serta formula pemberian pakan terbaik untuk meningkatkan kualitas susu segar.

3. Melakukan penyuluhan dan pengenalan teknik kepada para petani kopi untuk mendapatkan kualitas rasa yang tepat dan baik. Pengenalan teknik dalam mengelola kopi pada saat panen dan pasca panen.
4. Kegiatan sosial kepada anak-anak sekolah dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman gizi, kebersihan diri dan aktivitas fisik. Program sosial ini juga termasuk memberikan pemeriksaan anemia, pemeriksaan penyakit cacing, pengukuran berat dan tinggi badan anak. Memberikan pelatihan serta kepada guru dan kepala sekolah. PT. Nestle Indonesia dalam melakukan kegiatan ini bekerja sama dengan dinas kesehatan dan Perhimpunan Dokter Gizi Medik Indonesia.
5. Selain memberikan pengetahuan dan pemeriksaan gratis kepada anak-anak sekolah, PT. Nestle Indonesia juga melakukan hal yang sama kepada orang tua untuk lebih mengetahui tentang perkembangan fisik dan mental anak, dengan bekerja sama dengan psikolog spesialis anak dan spesialis gizi medik.
6. Melakukan pemeriksaan kepada para balita, dan ibu menyusui. Bekerja sama dengan posyandu di berbagai propinsi di Indonesia dengan kegiatan imunisasi, edukasi dan pelatihan. Program ini juga didukung oleh Departemen Gizi Masyarakat dan Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.
7. PT. Nestle Indonesia juga melakukan kegiatan sosialnya di bidang olah raga, kali ini perusahaan ini melakukannya pada bidang bulu tangkis dengan mengadakan perlombaan di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Kegiatan ini juga menjadi ajang pencarian bakat dan prestasi generasi

muda, dengan dukungan dari Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia, Kementrian Pendidikan dan Dinas Pendidikan.

Sebagian besar kegiatan sosial yang dilakukan oleh PT. Nestle Indonesia adalah melakukan kegiatan penyuluhan, kegiatan pelatihan, pemeriksaan, pengobatan dan kegiatan pengenalan teknik kepada mitra bisnis dan masyarakat.

Perusahaan ini dalam menjalankan kegiatan sosialnya bekerja sama dengan beberapa instansi atau organisasi baik dari pemerintah maupun swasta. Misalnya untuk kegiatan penyuluhan kesehatan, pemeriksaan gratis seperti imunisasi anak dan pemeriksaan kandungan ibu, PT. Nestle bekerja sama dengan dokter ahli kandungan dan gizi medik. Berikut ini adalah beberapa instansi baik pemerintah maupun swasta yang berkerja sama dengan PT. Nestle:

- Dinas Kesehatan, tingkat kota dan tingkat kecamatan
- Tim ahli Perhimpunan Dokter Gizi Medik Indonesia (PDGMI)
- Kementrian Pendidikan Nasional Republik Indonesia
- Dinas Pendidikan di seluruh Indonesia
- Psikolog Spesialis Anak
- Spesialis Gizi Medik
- Posyandu
- Departemen Gizi Masyarakat
- Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor
- Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia (PBSI)
- HIVOS (LSM dari Belanda)
- Koperasi mitra bisnis PT. Nestle Indonesia

4.3.3 Lingkungan

Perusahaan yang menjalankan produksi sebagai bagian dari proses bisnisnya pasti akan sangat dekat dengan masalah lingkungan. Terutama bagi PT. Nestle Indonesia yang sangat memperhatikan kelangsungan lingkungan di sekitar perusahaan beroperasi. Karena masalah yang sangat penting dan menjadi perhatian adalah masalah limbah perusahaan, baik itu limbah cair, limbah padat maupun limbah yang berbentuk gas atau asap.

Pada laporan *Creating Shared Value*, kegiatan yang dilakukan oleh PT. Nestle Indonesia dalam mengontrol limbah perusahaan dan menjaga lingkungan sekitar dibahas dengan tema Air dan lingkungan yang berkelanjutan. Berikut ini adalah analisis tentang program CSV dari aspek lingkungan.

1. Konsentrasi pertama perusahaan ini adalah penggunaan air untuk kegiatan proses produksi. PT. Nestle Indonesia sangat mementingkan tentang efisiensi air. Dalam pengelolaannya, air digunakan untuk menghasilkan uap, sebagai pendingin pada menara pendingin dan sebagai pembersih peralatan. Kemudian air hasil dari pemisahan susu segar juga bisa digunakan untuk membersihkan alat-alat dan sebagai penyuplai kekurangan air pada menara pendingin.
2. PT. Nestle Indonesia juga telah mengganti sumber energi utama sebagai penghasil uap dan pembangkit listrik yang menggunakan bahan bakar minyak bumi, yaitu *Heavy Fuel oil (HFO)* dan *Light Fuel Oil (LFO)* atau yang biasa disebut diesel dan menggantinya dengan generator gabungan atau pembangkit listrik dan uap gabungan yang menggunakan bahan bakar gas alam. Di dalam pembangkit tenaga gabungan ini, gas alam

dimasukkan ke dalam turbin untuk menggerakkan generator yang menghasilkan tenaga listrik, kemudian uap panas yang dihasilkan digunakan lagi untuk menghasilkan uap yang selanjutnya dipakai untuk proses produksi. Melalui generator gabungan ini, perusahaan dapat menghasilkan pengurangan minyak bumi sebanyak 24% dan mengurangi emisi CO₂ sebesar 30%.

3. Selanjutnya dalam pengolahan limbah, PT Nestle Indonesia mempunyai Fasilitas Pengolahan Air Limbah yang di sebut dengan *Waste Water Treatment Plant (WWTP)* yang telah sesuai dengan standar nasional dan internasional. Fasilitas ini memproses air limbah menjadi air bersih dengan dasar penyeimbangan, pengudaraan dan penjernihan, dan setiap harinya menghasilkan air bersih sebanyak 1300m³. Air bersih tersebut kemudian digunakan untuk penduduk sekitar sebagai sumber pengairan sawah.
4. PT. Nestle Indonesia juga melakukan program penghijauan hutan, khususnya pada pulau Sumatra, pada Taman Hutan Raya Wan Abdul Rahman di Lampung.
5. Program Air Bersih dan Sanitasi dengan bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Kegiatan yang dilakukan dengan pembangunan sumur, tangki penampungan air bersih lengkap dengan pipa penyalurnya, pembuatan sarana MCK dan hidran umum.

Program-program pertanggungjawaban sosial yang ada pada laporan *Creating Shared Value* dilaporkan melalui tiga pokok penting, yaitu Gizi, Air dan Pembangunan Pedesaan. Peneliti menganalisis laporan CSV melalui 3 aspek yaitu Ekonomi, Sosial dan Lingkungan. Pada laporan CSV ini program Gizi, Air

dan Pembangunan Pedesaan sudah terdapat ketiga aspek tersebut pada masing-masing program.

Seperti pada program Gizi sudah menyangkut aspek ekonomi diantaranya menjadi penunjang meningkatnya tingkat perekonomian masyarakat sekitar dengan adanya penyuluhan, pelatihan dan pengobatan gratis, untuk perusahaan sebagai bentuk promosi agar dapat meningkatkan hasil penjualan produknya. Dari aspek sosial tentu saja dengan dilakukannya pendekatan kepada masyarakat dan anak-anak melalui pelatihan dan bimbingan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pada program Air, PT. Nestle Indonesia juga telah menyangkut aspek lingkungan yang mana dilakukan dengan penggunaan sumber energi baru, pengolahan limbah hasil produksi perusahaan, penggunaan air secara baik dan benar. Dari aspek sosial bisa dilihat pada bagaimana perusahaan mengalirkan air bersih hasil proses dari fasilitas pengelolaan air limbah kepada masyarakat sekitar dengan membangun saluran air untuk pengairan sawah penduduk.

Program Pembangunan Pedesaan juga telah terkandung aspek ekonomi di dalamnya karena melalui pembangunan pedesaan yang dilakukan perusahaan dengan memberikan fasilitas-fasilitas penunjang kepada koperasi mitra PT. Nestle dan para peternak susu, hal ini akan sangat mempengaruhi tingkat perekonomian mereka menjadi lebih baik dan memberikan dampak baik bagi perusahaan. Dari aspek sosial telah dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada para peternak susu tentang bagaimana mengolah susu dan ternaknya secara baik dan benar, kemudian memberikan bantuan langsung kepada para peternak susu yang telah bertahun-tahun memasok susu segarnya kepada PT. Nestle Indonesia khususnya

Pabrik Kejayan. Kemudian kegiatan tersebut juga berdampak pada aspek lingkungan juga, dengan dilakukannya pelatihan dan fasilitas bantuan untuk mendapatkan unit biogas kepada para peternak susu melalui koperasi, para peternak tidak akan kesusahan untuk membuang limbah atau kotoran sapi, peternak bisa mengolahnya menjadi biogas untuk kebutuhan memasak dan rumah tangga sehari-hari, dengan ini lingkungan akan terjaga dengan baik dan meningkatkan kesejahteraan masing-masing pihak.

4.4 Proses alokasi dana untuk program *Creating Shared Value*

Untuk anggaran dana yang dikeluarkan oleh PT. Nestle Indonesia pada program pertanggungjawaban sosial perusahaannya, pihak CSR PT. Nestle Indonesia membuat rencana anggaran kerja yang akan dilakukan. Sebelumnya PT. Nestle Indonesia, terutama para pemegang saham mencalonkan kandidat Dewan Direksi untuk kemudian mendapatkan pengesahan dalam RUPS.

Setelah rencana anggaran tersebut selesai dibuat, pihak CSR mengajukan ke bagian direksi dan keuangan untuk dibahas dalam rencana kerja dan anggaran dana perusahaan dan para pemegang saham perusahaan yang berada di PT. Nestle Indonesia. Setelah jumlah anggaran telah disetujui, maka dana akan cair dan dibagikan ke tiap-tiap departemen sesuai dengan perencanaan awal.

Tidak semua jumlah anggaran yang telah diberikan sesuai dengan nominal yang diminta oleh tiap-tiap departemen, PT. Nestle Indonesia juga menyeleksi apakah anggaran tahun kemarin ada kelebihan atau justru kekurangan. Usai diterima oleh masing-masing departemen, PT. Nestle Indonesia melaksanakan kontrol agar tidak terjadi penyimpangan di lapangan. Setiap satu bulan, triwulan

dan per semester sekali tiap departemen melaporkan ke kantor pusat atas terselenggaranya kegiatan *Creating Shared Value*, laporan tersebut berupa laporan *Creating Shared Value*. Tidak hanya itu saja, PT. Nestle Indonesia khususnya departemen procurement dan tim CSR juga selalu mengadakan rapat koordinasi setiap triwulan sekali untuk membahas kegiatan CSV dan juga melakukan survey kegiatan tiap-tiap departemen apabila diperlukan untuk turun ke lapangan. Sehingga pada akhir tahun nanti, evaluasi kegiatan CSR yang telah dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dan baik sesuai dengan target perusahaan.

Alokasi dana PT. Nestle Indonesia untuk program CSV ini diambil 1% dari laba bersih perusahaan yang kemudian dimasukkan ke dalam anggaran dasar perusahaan untuk menjalankan program CSV. Besarnya biaya untuk anggaran dasar perusahaan tersebut diambil dari tahun buku sebelumnya untuk kegiatan tahun berikutnya. Apabila ada sisa anggaran akan disimpan dan kelebihan anggaran tersebut akan dibahas pada rapat dewan direksi untuk program CSV tahun berikutnya.

PT. Nestle Indonesia juga membuat rencana anggaran tahunan. Anggaran tahunan tersebut dibuat berdasarkan atas rencana kerja perusahaan selama setahun ke depan, serta atas permintaan dari masyarakat sekitar. Setelah rencana anggaran dibuat, akan diajukan ke bagian keuangan perusahaan. Setelah bagian keuangan perusahaan menerima rancangan anggaran CSV tersebut, selanjutnya akan dilaporkan dalam rencana kerja dan anggaran perusahaan. Dari laporan tersebut akan disetujui anggaran dana untuk kegiatan CSV yang diajukan.

4.5 Dasar penentuan program CSV sesuai peraturan yang berlaku di Indonesia

Setiap perusahaan mempunyai pedoman dan juga dasar hukum dalam penentuan program CSRnya. Begitu juga dengan PT. Nestle Indonesia juga mempunyai dasar-dasar hukum dan peraturan dalam menentukan besaran dana dan pembentukan dewan dan direksi untuk membentuk program-program ekonomi, sosial dan lingkungan pada *Creating Shared Value*

Dalam pembentukan dan pengangkatan dewan direksi PT. Nestle Indonesia telah sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas, yakni UU PT no. 40/ 2007 dengan mencalonkan kandidat Dewan Direksi untuk kemudian mendapatkan pengesahan dalam RUPS, proses tersebut ditentukan dan sesuai dengan Pasal 93 Undang-Undang no.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, serta mengacu pada Akta Pendirian Perusahaan PT. Nestle Indonesia. Dalam hal ini, para pemegang saham mencalonkan kandidat untuk mengisi posisi Dewan Direksi untuk kemudian mendapatkan pengesahan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), persyaratan untuk menjadi anggota dewan direksi ditentukan dalam Pasal 93 UU PT no.40/ 2007. Pada RUPS, mekanisme yang digunakan juga sesuai dengan UU PT no.40/2007 serta Anggaran Dasar Perusahaan.

Alokasi dana untuk program tanggung jawab sosial atau *Creating Shared Value* pada tahun 2011 adalah sebesar 1% yang diambil dari laba bersih tahun buku 2010. Dana tersebut kemudian digunakan sebagai proses alokasi dana pada PT. Nestle Indonesia.

Penetapan alokasi dana untuk program tanggung jawab sosial atau Creating Shared Value pada PT. Nestle Indonesia telah sesuai dan mengacu pada keputusan dari Menteri BUMN dalam Peraturan Menteri Negara BUMN no.Per-05/MBU/2007 yang menyebutkan bahwa untuk program tanggung jawab sosial, BUMN/BUMD dan Swasta harus mengalokasikan maksimal 2% dari laba bersih perusahaan untuk program CSR. Maka dari itu, menurut peneliti PT. Nestle Indonesia dalam mengalokasikan dana perusahaan untuk program CSRnya yang sebesar 1% telah sesuai dengan peraturan yang berlaku karena pemerintah hanya menetapkan maksimal sebesar 2% dari laba bersih.

BAB V

PENUTUP

10.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab empat permasalahan yang penulis bahas pada penelitian tentang analisis pada PT. Nestle Indonesia ini. Pertama adalah bentuk dari laporan *Creating Shared Value* PT. Nestle Indonesia dibuat dengan mengacu pada *Global Reporting Initiative G3 Guidelines* atau GRI G3 Guidelines. Pada laporan CSV ini profil perusahaan berupa pengungkapan profil perusahaan dan indikator kinerja perusahaan telah dicantumkan sesuai dengan pedoman GRI G3. Laporan *Creating Shared Value* yang disusun oleh PT. Nestle memang mengikuti standart yang dikeluarkan oleh GRI, akan tetapi tidak semua indikator dicantumkan oleh PT. Nestle Indonesia, pengungkapan strategi dan profil perusahaan, PT. Nestle Indonesia hampir mengungkapkan semua poin pentingnya, hanya 2 poin yang tidak diungkapkan, kemudian pada indikator kinerja perusahaan mencantumkan 31 indikator dari 79 total topik indikator yang harus dilaporkan oleh setiap perusahaan. Sesuai dengan *GRI Guidelines*, berdasarkan *Application Level Criteria* dalam *GRI Application Level* yang ada pada *GRI Guidelines* hal tersebut menjadikan PT. Nestle Indonesia hanya mempunyai nilai B+ dalam pengungkapan CSRnya.

Permasalahan yang kedua adalah penerapan aspek Ekonomi, Lingkungan dan Sosial dalam pelaksanaan CSV pada PT. Nestle Indonesia dapat kita lihat pada program-program CSV yang telah dilakukan oleh PT. Nestle Indonesia.

Sebagian besar program yang dijelaskan menyangkut bagian dari indikator Lingkungan dan Sosial. Hal tersebut dapat kita lihat dari banyaknya program yang berlandaskan Lingkungan dan Sosial seperti peningkatan gizi, pembangunan pedesaan, pelatihan kepada peternak sapi, pengubahan sumber energi baru dan alternatif untuk penghematan energi pada perusahaan. Semua program CSV tersebut mempunyai struktur penerapan yang baik karena PT. Nestle mempunyai panduan untuk mengembangkan inisiatif CSV didukung dengan *President Letter* dan kebijakan perusahaan yang dipakai sebagai penetapan sarana utama dalam mengembangkan program-program CSV di masa depan.

Permasalahan yang ketiga proses alokasi dana yang dikeluarkan oleh PT. Nestle Indonesia dengan membuat rencana anggaran kerja terlebih dahulu, mencalonkan kandidat dewan direksi untuk mendapatkan pengesahan dalam RUPS. Setelah anggaran selesai dibuat diajukan ke bagian direksi dan keuangan untuk mendapatkan persetujuan. Setelah jumlah anggaran disetujui dana akan cair dan dibagikan ke tiap-tiap departemen. PT. Nestle dan tim CSR juga melakukan control agar tidak terjadi penyimpangan di lapangan. Besarnya biaya untuk anggaran dasar perusahaan tersebut diambil dari tahun buku sebelumnya untuk kegiatan tahun berikutnya. Apabila ada sisa anggaran akan disimpan dan kelebihan anggaran tersebut akan dibahas pada rapat dewan direksi untuk program CSV tahun berikutnya.

Terakhir adalah dasar penentuan dana untuk program CSV ini dikeluarkan oleh perusahaan sebesar 1% yang diambilkan dari laba bersih perusahaan tahun buku 2010. Dalam pembentukan dan pengangkatan dewan direksi untuk menjalankan CSV ini dilakukan sesuai dengan UU PT no. 40/ 2007 dan

Akta Pendirian Perusahaan yakni pada Pasal 93 UU PT no.40/ 2007. Pada RUPS, mekanisme yang digunakan juga sesuai dengan UU PT no.40/2007 serta Anggaran Dasar Perusahaan. Alokasi dana tersebut juga telah sesuai dengan peraturan yang di buat oleh negara dan telah mematuhi peraturan menteri negara BUMN no.Per-05/MBU/2007

10.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Keterbatasan tersebut adalah tidak adanya laporan keuangan yang lebih terperinci mengenai perhitungan biaya program CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan dan seberapa besar biaya CSR yang dibagikan ke tiap-tiap departemen perusahaan untuk menjalankan programnya.

10.3 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

1. Bagi penelitian berikutnya untuk bisa memberikan penjelasan mengenai laporan keuangan perusahaan yang membahas lebih terperinci tentang perhitungan biaya CSR dan bisa menjelaskan berasal dari mana saja biaya-biaya tersebut. Kemudian juga memberikan penjelasan berapa besar dana CSR yang dibagikan ke masing-masing departemen perusahaan.
2. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian untuk lebih bisa memberikan laporan keuangan perusahaan, khususnya laporan keuangan tentang pertanggungjawaban sosial perusahaan secara terperinci agar dapat melengkapi hasil dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alprandie, Edwin Setyo. 2012. *Analisis Implementasi Laporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (CSR) Bank CIMB Niaga*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Anggraini, Fr, Reni Retno, 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan* (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Symposium National Accounting IX*. Padang.
- Ayuningtyas, Dewi. 2008. *Analisis Bentuk-Bentuk Corporate Social Responsibility Serta Pengungkapannya Pada Perusahaan-Perusahaan*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Carreview-online, 2008. *Global Reporting Initiative (GRI)*, (<http://www.carreview-online.com>, diakses pada 23 Februari 2013)
- Darwin, Ali, 2006. *Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia*. *Economics, Business Accounting Review*. Edisi III, September-Desember:83-95.
- Elkington, John 1997. *“Canibals With Forks The Triple Bottom Line of Twenty First Century Business”*, Thompson, London.
- Global Reporting Initiative (GRI). 2005, *Sustainability Reporting Guidelines* (<http://www.globalreporting.org>, diakses 14 Desember 2012)
- Global Reporting Initiative (GRI G3). 2005, *GRI Frameworks* (<http://www.globalreporting.org>, diakses 14 Desember 2012)
- Hasibuan, Melayu SP. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Herawati, Olivia Martina. 2009, *Analisis Pengungkapan dan Rata-rata Tingkat Kepatuhan Pengungkapan CSR pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.

- Indriantoro, Nurdan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta.
- Keputusan Menteri BUMN (Badan Usaha Milik Negara), 2003. *Keputusan No : Kep-236/MBU/2003 tentang kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan program bina lingkungan*, Jakarta.
- Peraturan Menteri Negara BUMN (Badan Usaha Milik Negara), 2007. *Keputusan No: Per-05/MBU/2007*, Jakarta.
- PT. Nestle. 2010. *Annual Report*.
- PT. Nestle Indonesia. 2010. *Sustainability Report 2010*. Jakarta
- PT. Nestle Indonesia. 2011. *Creating Shared Value*. Jakarta
- PT. Nestle. 2012. *Financial Statements EN*
- PT. Nestle Indonesia, 2011. *Creating Shared Value (CSV) Annual Corporate Social Responsibility Reporting Statement 2011*
- Porter, Kramer. 2011. *Creating Shared Value : How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth*. Harvard Business Review.
- Rachmanto, Benny, 2011. *Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi kasus pada PT. Astra International Tbk*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Saidi, Zaimdan Hamid Abidin. 2004, *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Piramedia, Jakarta.
- Savira. 2009. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Award Terhadap Abnormal Return dan Trading Volume Activity*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Suhartono, Soerjono, Prof.,Dr.,2006, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta
- Undang-Undang No. 23, 2007.*Undang-undang tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup oleh Perusahaan*.
- Undang-Undang No. 40, 2007.*Undang-undang tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat 1,2,3dan 4 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan*.
- Utami, Desi R. B. 2004. *Studi Mengenai Pengungkapan Informasi Lingkungan pada Laporan Tahunan Perusahaan Sebagai Praktek Pertanggungjawaban Sosial*. Skripsi.

Wikipedia. 2012. Global Reporting Initiative G3 (GRI G3).
(<http://en.wikipedia.org/globalreportinginitiative>.diakses pada 23
November 2012)

Lampiran

Tabel 4.3 Komparasi bentuk GRI yang diaplikasikan oleh PT. Nestle pada laporan *Creating Shared Value*

	GRI G3	PT. Nestle
STRATEGI DAN ANALISA		
1.1	Statement from the most senior decisionmaker of the organization (e.g., CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and its strategy.	Sambutan dari Presiden Direktur Arshad Chaudhry
1.2	The reporting organization should provide two concise narrative sections on key impacts, risks, and opportunities.	Menjalankan bisnis untuk jangka panjang dan menyediakan produk bergizi menggunakan bahan baku lokal dengan harga terjangkau untuk masyarakat Indonesia.
PROFIL ORGANISASI		
2.1	Name of the organization.	PT. Nestle Indonesia Kejayan Factory
2.2	Primary brands, products, and/or services. The reporting organization should indicate the nature of its role in providing these products and services, and the degree to which it utilizes outsourcing.	Menghasilkan produk susu, sereal, makanan bayi, coklat, permen dan lainnya. Dengan merk Nescafe, Dancow, Milo, Fox, Kit Kat dan lainnya.
2.3	Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures.	Struktur organisasi yang terdiri dari 3 Pabrik, yaitu Pabrik Kejayan (susu), Pabrik Panjang (kopi) dan Pabrik Cikupa (permen dan coklat)
2.4	Location of organization's headquarters	Berkantor pusat di Vevey, Swiss.
2.5	Number of countries where the organization operates, and names of countries with either major operations or that are specifically relevant to the sustainability issues covered in the report.	Mempunyai 3 pabrik. Kejayan, Lampung dan Cikupa, dan 3 pusat distribusi, Gempol, Bekasi dan Medan.
2.6	Nature of ownership and legal form.	Perusahaan tertutup dengan komposisi kepemilikan saham mayoritas oleh Nestle S.A.
2.7	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers/beneficiaries).	Menjangkau konsumen di seluruh wilayah Indonesia dan diekspor ke negara-negara Timur Tengah dan Asia

2.8	Scale of the reporting organization,	Saat ini jumlah karyawan Nestle sebanyak 2.698 orang. Dalam hal organisasi, selama tahun 2010 tidak ada perubahan menyangkut struktur karyawan.
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership	Tidak ada perubahan signifikan dalam kepemilikan saham.
2.10	Awards received in the reporting period.	Peringkat hijau Program Penilaian Peringkat Tenaga Kerja Perusahaan, sertifikat jaminan halal, sertifikasi ISO OHSAS dan Keselamatan Kerja.
PARAMETER Profil pelaporan		
3.1	Reporting period (e.g., fiscal/calendar year) for information provided	Merupakan laporan kedua. Periode pelaporan CSV yang ditentukan adalah 1 Januari hingga Desember 2010.
3.2	Date of most recent previous report (if any).	Tanggal penerbitan laporan terdahulu di bulan Agustus 2009
3.3	Reporting cycle (annual, biennial, etc.)	Siklus penerbitan laporan CSV setiap dua tahun sekali. Dan laporan pertama yang menggunakan acuan GRI versi 3.
3.4	Reporting cycle (annual, biennial, etc.)	Pabrik Kejayan 0343 421005
Lingkup dan batasan laporan		
3.5	Process for defining report content,	Melakukan kegiatan tanggung jawab sosialnya melalui penciptaan manfaat gizi, air dan pembangunan pedesaan.
3.6	Boundary of the report (e.g., countries, divisions, subsidiaries, leased facilities, joint ventures, suppliers).	Semua daerah operasi akan diikutsertakan dalam lingkup pelaporan, termasuk kantor pusat dan beberapa kantor penjualan yang dianggap signifikan.
3.8	Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations.	PT. Nestle tidak mempunyai basis pelaporan lain, baik yang berbentuk joint venture atau anak perusahaan, di dalam maupun luar negeri.
3.9	Data measurement techniques and the bases of calculations, including assumptions and techniques underlying estimations applied to the compilation of the Indicators and other information in the report.	Dasar dan teknik pengukuran data menggunakan data kuantitatif. Metode pengumpulan, pencatatan dan analisis data.
3.10	Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g., mergers/ acquisitions, change of	Dalam laporan ini tidak terdapat pengungkapan kembali ataupun perubahan yang signifikan dari pelaporan sebelumnya.

	base years/periods, nature of business, measurement methods).	
3.11	Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report.	Data kuantitatif yang disajikan dalam laporan menggunakan perhitungan tersendiri sesuai dengan metode pengumpulan, pencatatan dan analisis yang lazim digunakan oleh PT. Nestle Indonesia.
Indeks dari GRI		
3.12	Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report.	Daftar indexes GRI yang ada pada laporan CSV
Penjaminan		
3.13	Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report. If not included in the assurance report accompanying the sustainability report, explain the scope and basis of any external assurance provided. Also explain the relationship between the reporting organization and the assurance provider(s).	Laporan ini belum menggunakan jasa pihak independen untuk melakukan verifikasi (assurance)
TATA KELOLA, KOMITMEN, DAN KETERLIBATAN		
4.2	Indicate whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, their function within the organization's management and the reasons for this arrangement).	Tidak ada perangkapan jabatan antara Dewan Komisaris dan Dewan Direksi, keduanya memiliki anggota sendiri-sendiri.
4.3	For organizations that have a unitary board structure, state the number and gender of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members.	Dalam komposisi Dewan Komisaris dan Dewan Direksi, tidak ada komite independen yang terkait.
4.4	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body.	Setiap karyawan Nestle mempunyai hak yang sama dalam memberikan rekomendasi dan saran bagi perusahaan melalui sistem sumbang saran ke bagian HRD, dan para pemegang saham dapat memberikan masukan kapan saja, tidak terbatas ketika RUPS.
4.5	Linkage between compensation for members of the highest governance body, senior managers, and executives (including departure arrangements), and the organization's performance (including social and	Kompensasi untuk seluruh anggota Dewan Komisaris dan Dewan Direksi ditentukan dalam RUPS. Sedangkan untuk karyawan, sebuah sistem evaluasi kinerja, termasuk didalamnya pengembangan karir.

	environmental performance).	
4.6	Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided.	Memiliki <i>The Nestle Corporate Business Principles (NCBC)</i> dan <i>Code of Business Conduct (CoBC)</i>
4.7	Process for determining the composition, qualifications, and expertise of the members of the highest governance body and its committees, including any consideration of gender and other indicators of diversity.	Sesuai dengan NCBC dan <i>The Nestle Management and Leadership Principles</i> , direksi harus mengerti dan menguasai prinsip CSV dan cara menjalankan bisnis
4.8	Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation.	Menjadi perusahaan terdepan dalam hal gizi, kesehatan dan keafiatan, dipercaya oleh semua pemangku kepentingan, dan menjadi referensi bagi inisiatif CSV
4.9	Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance, including relevant risks and opportunities, and adherence or compliance with internationally agreed standards, codes of conduct, and principles.	Prosedur pemantauan kinerja dilakukan <i>performance appraisal</i> dan survey tahunan konsumen, yaitu <i>Corporate Equity Monitor (CEM)</i>
4.10	Processes for evaluating the highest governance body's own performance, particularly with respect to economic, environmental, and social performance.	Dewan direksi tidak hanya dinilai dari kinerja keuangan, melainkan juga seluruh aspek meliputi ekonomi, sosial dan lingkungan.
Komitmen kepada pihak eksternal		
4.11	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	Setiap ada informasi yang terkait dengan resiko bisnis perusahaan, kami langsung menanggapi dengan tindak lanjut yang memadai bersama-sama dengan berbagai pemangku kepentingan.
4.12	Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses.	Dengan berpedoman pada standart internasional dalam berbisnis dan kepatuhan menjalankannya juga masuk ke dalam sistem audit.
4.13	Memberships in associations (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations	Nestle aktif menjadi anggota dan pengurus berbagai asosiasi yang berhubungan dengan makanan dan minuman.
Keterlibatan pemangku kepentingan		
4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization.	Sedang menyiapkan beberapa mekanisme untuk memantapkan

		pemetaan pemangku kepentingan yang sudah diidentifikasi sebelumnya.
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	Melakukan pertemuan berkala dengan peternak, asosiasi, media, pemerintah dan masyarakat.
4.16	Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group.	Berupaya memberikan nilai positif bagi pembangunan di Indonesia dan mendukung program pemerintah. Berusaha menjabarkan lebih detail dengan menjadikan analisis kebutuhan pemangku kepentingan sebagai acuan bagi langkah CSV selanjutnya.
4.17	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting.	Dalam pelaksanaan program yang disetujui akan disesuaikan dan memperhatikan kebutuhan masyarakat setempat.
KINERJA EKONOMI		
EC4	Significant financial assistance received from government.	Selama tahun 2010, tidak mendapat bantuan yang signifikan dari pihak tertentu maupun dari pemerintah.
EC8	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement.	Program Air Bersih dan Sanitasi dan membangun kemitraan dengan peternak susu di Jatim dengan memberikan pinjaman berbunga rendah, pelatihan kepada peternak sapi.
KINERJA LINGKUNGAN		
Energi		
EN3	Direct energy consumption by primary energy source.	Energi dalam bentuk uap dan tenaga listrik.
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives.	Mengganti <i>Heavy Fuel Oil</i> dan <i>Light Fuel Oil</i> dengan menggunakan generator gabungan (<i>co-generation plant</i>) yang memakai gas alam untuk mengganti bahan bakar minyak.
Air		
EN8	Total water withdrawal by source.	Total air seluruhnya yang digunakan adalah sebesar 1.185.471m ³ , air digunakan untuk menghasilkan 1 ton produk dan total air yang dikeluarkan adalah 855.738m ³ .
Emisi, limbah cair dan limbah padat		
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight.	Konsumsi energi tercatat 6,86GJ/ton. Sejumlah 0,4 ton emisi langsung dan 0,9 emisi tidak langsung.

EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved.	Penggunaan generator gabungan (co-generator plant), diadakannya Program Biogas
Produk dan jasa		
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation.	Irigasi sawah dengan menggunakan air limbah industri yang telah diolah.
Kepatuhan		
EN28	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for noncompliance with environmental laws and regulations.	Tidak ada satupun pelanggaran dalam aspek lingkungan, sehingga tidak ada sanksi keuangan selama periode laporan.
KINERJA SOSIAL		
Tenaga kerja		
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region, broken down by gender	Jumlah karyawan 1.027 orang
LA2	Total number and rate of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region.	Tingkat perputaran karyawan adalah 0,26 %
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements.	Serikat Buruh Nestle Indonesia (SBNI) dan Non-Serikat Buruh
LA7	Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of workrelated fatalities by region and by gender.	Tingkat kecelakaan kerja total adalah 1,0 per juta jam kerja. Karyawan dan kontraktor sebesar 0,5 per juta jam kerja.
LA10	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category.	Manager ke atas 28,8 ; Eksekutif 23,75 ; Supervisor 26,18 dan Operator 155,2
LA12	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender.	Setiap tahun Nestle selalu mengadakan evaluasi kinerja dan pengembangan karir bagi seluruh karyawannya.
LA13	Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity.	Perusahaan tidak membedakan gender, umur, asal usul suku maupun ras dalam menentukan kebijakan perusahaan.
Hak asasi manusia		
HR6	Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor.	Mengikuti Peraturan Pemerintah tentang ketenagakerjaan mengenai batas usia yakni 18 tahun.
HR7	Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and	Nestle tidak pernah memaksa karyawan untuk bekerja lebih dari waktu yang telah ditentukan.

	measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor.	
Kemasyarakatan		
SO1	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs.	Program Nestle Healthy Kids, Caravan Gizi Dancow, Dancow Parenting Center, Program Posyandu Dancow Batita, Milo School Competition, Program Biogas, Program Air Bersih dan Sanitasi, Kemitraan dengan Peternak Susu di Jawa Timur.
SO3	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures.	Setiap karyawan selalu mendapat orientasi program yang memuat adanya peraturan anti korupsi.
SO4	Actions taken in response to incidents of corruption.	Adanya NCBP yang harus ditaati oleh karyawan.
SO5	Public policy positions and participation in public policy development and lobbying.	Mendukung program pemerintah dalam sektor industri makanan dan minuman yang menjadi keahlian Nestle.
SO8	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for noncompliance with laws and regulations.	Setiap langkah operasi diupayakan menciptakan nilai positif bagi masyarakat.
Tanggung jawab produk		
PR1	Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures.	Dengn mengaplikasikan <i>Nestle Nutritional Profiling System</i> dan menetapkan <i>Nutrition Foundation</i> .
PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes.	Tidak pernah mengabaikan faktor keamanan pangan dan selalu mematuhi peraturan dan perundangan di negara tempat beroperasi serta produk dipasarkan.
PR3	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements.	Semua produk makanan dan minuman Nestle selalu mencantumkan informasi kandungan produk pada kemasannya.
PR4	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes.	Memiliki Kompas Gizi Nestle untuk mengkomunikasikan gizi dan manfaat gizi produk kepada konsumen, serta nomor rujukan bagi konsumen.
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and	Dengan menyelenggarakan pelatihan <i>anti trust</i> melalui <i>E-Learning Program</i> setiap tahun.

	sponsorship.	
PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship by type of outcomes.	Tidak pernah terkait kasus pelanggaran peraturan persaingan usaha sehingga tidak ada proses hukum terkait.
PR8	Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.	Memiliki <i>The Nestle Consumer Communication Principles</i> dan <i>The Nestle Policy on Nutrition and Health Claims</i>
PR9	Monetary value of significant fines for noncompliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.	Dengan adanya informasi kandungan gizi dan Kompas Gizi Nestle tidak terjadi insiden yang signifikan terkait dengan label produk, demikian pula dengan pengadaan dan penggunaan produk, sehingga tidak ada denda finansial selama periode pelaporan.