

## **Konsep Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan di Indonesia dan Negara Berkembang Di Benua Asia**

Sri Anugrah Natalina  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
[anugrah.sujadmiko@gmail.com](mailto:anugrah.sujadmiko@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Peraturan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, dan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009. Peraturan tersebut tidak tertulis secara langsung menyatakan CSR, melainkan pengaturan tentang perusahaan harus dapat menjamin hak ulayat masyarakat. Komunitas. Perusahaan juga harus mampu mendorong pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Yang jelas tertulis lebih lanjut dalam peraturan tahun 2007 yang menyebutkan bahwa setiap perusahaan menjalankan tanggung jawab sosial. Companies Act 2013 merupakan peraturan yang digunakan oleh negara bagian India untuk mengatur pelaksanaan CSR. Peraturan tersebut dikeluarkan oleh Ministry of Companies Affairs India, yang menggariskan bahwa perusahaan diharuskan untuk membelanjakan 2% dari laba bersih untuk CSR. Pemerintah Pakistan membuat formula untuk dapat mengadopsi konsep CSR melalui Kebijakan Perdagangan 2002, yang mewajibkan perusahaan memiliki standar internasional. Indonesia, Malaysia, India, dan Pakistan yang merupakan negara berkembang di kawasan Asia mengkhawatirkan pengungkapan CSR. Hal ini ditunjukkan dengan adanya regulasi mengenai CSR. Kinerja perusahaan di keempat negara tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan simultan terhadap kinerja perusahaan. Meskipun keempat negara tersebut memiliki konsep pengungkapan yang berbeda, hal ini disebabkan oleh budaya dan karakter masing-masing negara serta penekanan CSR di masing-masing negara. Malaysia berada di urutan teratas dari empat negara dalam kepeduliannya terhadap implementasi CSR bagi perusahaannya, disusul oleh Indonesia, India, dan terakhir Pakistan.

**Kata kunci** : Corporate Social Responsibility, Kinerja Perusahaan, CSR

### **ABSTRACT**

*The regulation of Law No. 22 of 2001, Law No. 25 of 2007, and Law No. 4 of 2009. The regulation is not written directly stating CSR, but rather the regulation on a company must be able to guarantee the customary rights of the community. The company must also be able to encourage the*

*development and empowerment of the community. What is clearly written is more in the 2007 regulation, which states that every company carries out social responsibility. The Companies Act 2013 is a regulation used by the state of India to regulate the implementation of CSR. The regulation is issued by the Ministry of Companies Affairs India, which outlines that companies are required to spend 2% of net income on CSR. The Pakistan government made a formula to be able to adopt the concept of CSR through the 2002 Trade Policy, which requires companies to have international standards. Indonesia, Malaysia, India, and Pakistan, which are developing countries in the Asian region, are concerned about CSR disclosure. This is indicated by the existence of regulations regarding CSR. Company performance in the four countries shows that CSR disclosure has a positive and simultaneous influence on company performance. Although the four countries have different concepts of disclosure, this is due to the culture and character of each country and the emphasis on CSR in each country. Malaysia is at the top of the four countries in its concern for the implementation of CSR for its companies, followed by Indonesia, India, and finally Pakistan.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Corporate Performance, CSR*

## **PENDAHULUAN**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah sebuah topik yang marak menjadi pembahasan di sejumlah negara khususnya negara berkembang. Hal ini lebih dimaksudkan adalah bahwa dengan CSR diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi yang dapat membantu pemerintahan dalam menjaga stabilitas ekonomi. Dengan adanya regulasi CSR maka di harapkan pihak perusahaan-perusahaan dapat membantu proses pemerintah dalam mencapai tujuan negara yaitu kesejahteraan ekonomi (*welfare economic*) masyarakat. Indonesia dalam perkembangan penerapan CSR diawali dengan regulasi UU No. 22 Tahun 2001, UU No. 25 Tahun 2007, dan UU No.4 Tahun 2009, dalam regulasi tersebut tidak tertulis secara langsung yang menyatakan CSR, akan tetapi lebih pada pengaturan tentang sebuah perusahaan harus dapat menjamin hak-hak adat masyarakat, perusahaan juga harus dapat mendorong pengembangan dan pemberdayaan pada masyarakat serta yang tertulis jelas lebih pada regulasi tahun 2007 yang menyatakan bahwa setiap perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial. Pemerintah Indonesia sangat concern dalam penerapan CSR pada perusahaan, bila merujuk dari regulasi-regulasi yang telah di buat oleh pemerintah nampak kelengkapan regulasi CSR oleh pemerintah Indonesia adalah sebagai berikut :

### **Tabel 1.1 Dasar Regulasi CSR di Indonesia**

No.	Regulasi	Keterangan
1	Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001	Di khususkan untuk minyak dan gas bumi yang secara tersirat menguraikan tentang keharusan melakukan pengembangan pada masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak adat.
2	Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007	Regulasi tentang penanaman modal yang menyatakan adanya kewajiban setiap penanam modal melaksanakan tanggungjawab sosial.
3	Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009	Regulasi yang ditujukan pada pertambangan batu bara dan mineral ( minerba ) dan secara tersurat menyatakan adanya kewajiban untuk program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.
4	Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007	Regulasi yang ditujukan pada Perseroan Terbatas ( PT ) dengan menyebutkan secara jelas TSJL atau tanggung jawab sosial dan lingkungan.
5	Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012	Regulasi ini merupakan peraturan pelaksana yang mengatur tentang mekanisme pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di perseroan.
6	Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010	Peraturan ini untuk menjelaskan pelaksanaan kegiatan untuk usaha Minerba, yaitu penjelasan lanjutan tentang pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.
7	Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2011	Pada perundangan ini menyebutkan bahwa penanganan fakir miskin di lakukan dari penyisihan dana dari perseroan, dan pelaku usaha mempunyai peran serta menyediakan sejumlah dana untuk pengembangan masyarakat sebagai bentuk kepedulian tanggungjawab sosial.
8	Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2014	Regulasi tentang Panas Bumi, juga mengatur adanya CSR, yaitu masyarakat berhak mendapatkan kemanfaatan atas kegiatan perusahaan panas bumi.

Sumber : Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah

Pada penerapan CSR di Indonesia, lebih difokuskan pada konsep pengembangan yang *berkelanjutan ( sustainable development )*. Akan tetapi belum ada aturan yang baku yang haruskan bentuk-bentuk CSR yang harus dilakukan oleh perusahaan manufacture dan pada penerapannya masih kurang dari 50% yang menerapkan program CSR yang berfokus pada lingkungan. Adapun bentuk yang banyak dilakukan perusahaan di Indonesia adalah dalam bentuk “CSR Peduli “, yaitu adalah bentuk latak dan sebuah aktivitas reaktif untuk memberikan layanan kesehatan di wilayah bencana, misalnya : paket bantuan sembako dan posko kesehatan. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di lakukan dengan konsep strategi promosi yaitu melakukan kampanye

iklan pada media sosial dan media massa sehingga bisa memberikan citra positif pada perusahaan dengan adanya kegiatan CSRnya tersebut. Hal lain yang di munculkan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR adalah dengan tujuan dan motif meredam konflik di masyarakat dengan merangkul masyarakat dengan cara *Community Development* / pemberdayaan masyarakat.

Banyak perusahaan berupaya untuk mengangkat status CSR ke dalam tingkat lebih tinggi dengan menjadikannya upaya *brand building* dan peningkatan *corporate image*. Akan tetapi, banyak juga upaya-upaya CSR tersebut, belum dijadikan sebagai bagian dari perencanaan strategis perusahaan. Implementasi CSR pada perusahaan di Indonesia bisa dijadikan contoh bagi perusahaan-perusahaan lainnya, sebagai contoh : PT. Bogasari, program yang dilakukan untuk CSR adalah terintegrasi dengan strategi perusahaan, melalui pendampingan untuk pelaku usaha UMKM berbasis terigu, jadi di fokuskan pada konsumen utama dari produk perusahaan ini. Dan PT. Unilever juga memiliki program CSR yang sama yaitu pendampingan akan tetapi pendampingan atas petani kedelai. Program CSR ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas produksi, dan menjamin kelancaran distribusi. Tujuan bagi Unilever sendiri, adalah untuk menjamin pasokan bahan baku pada setiap produksi produknya yang berbasis kedelai. CSR yang diterapkan oleh perusahaan menunjukkan adanya imbas pada citra/image perusahaan dimata masyarakat, dan juga simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan konsumen / masyarakat.

Negara Malaysia merupakan negara serumpun dengan Indonesia juga sangat concern atas penerapan CSR. Akan tetapi pola yang muncul di Malaysia CSR lebih focus pada kepedulian dan kesadaran dalam pembuangan limbah. Dalam hal ini pengawasan yang dilakukan oleh pemerintahan Malaysia adalah dampak lingkungan akibat dari pembuangan limbah, pembakaran lahan, erosi tanah atau kerusakan lingkungan. Pihak perusahaan di dorong untuk melakukan pengungkapan atas keadaan lingkungan dalam laporan keuangannya (Ahmad & Sulaiman, 2004). Pada negara Malaysia juga mengakui keberadaan perusahaan manufacture, hal ini di tunjukkan pada pengakuan bahwa negara yang mempunyai perusahaan manufacture akan mampu dalam memenuhi kebutuhan dalam negeri dan dapat bersaing dengan negara-negara lainnya (Setyarini, 2016).

Companies Act 2013 merupakan regulasi yang digunakan oleh negara India untuk mengatur penerapan CSR. Regulasi tersebut dikeluarkan oleh Ministry of Companies Affairs India, yang didalamnya menguraikan bahwa perusahaan wajib mengeluarkan 2% dari laba bersih untuk CSR. Ayat yang menyatakan aturan tersebut ada di ayat 135, dan aturan ini mulai diberlakukan pada tahun 2014. Penerapan CSR ini diatur dengan mewajibkan perusahaan membentuk komite CSR yang berisikan dewan direksi dan direktur independen. Aplikasi yang terjadi bahwa regulasi tersebut belum mengikat penuh ke perusahaan, jadi aktivitas CSR masih bersifat sukarela. Negara berkembang lainnya yang juga mulai membidik CSR adalah negara Pakistan. Di awal tahun 2002 pemerintah Pakistan membuat formula untuk dapat mengadopsi konsep CSR, lewat The 2002 Trade Policy yaitu mewajibkan perusahaan berstandar Internasional. Belajar dengan adanya kasus perbudakan dan menjadi sorotan dunia, sehingga berakibat dengan rugi milyaran dolar pada industry karpet, pemerintah Pakistan mewajibkan perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen internasional untuk melakukan pelaporan CSR. (Khan et al, 2013). (Elgammal, 2018) (Ji et al., 2021; Xu et al., 2021)

CSR diadopsi negara-negara berkembang dengan caranya sendiri-sendiri, dan konsep penerapannya menyesuaikan dengan culture pada perusahaan di masing-masing negara. Berikut adalah ringkasan permasalahan penerapan CSR di beberapa negara berkembang, yaitu : Indonesia, Malaysia, India dan Pakistan.

**Tabel 1.2. Permasalahan Penerapan CSR di Negara Berkembang**

No.	Negara	Permasalahan CSR yang terjadi	Akibatnya
1	Indonesia	Regulasi CSR di Indonesia diatur jelas dengan beberapa undang-undang dan diperkuat dengan peraturan pemerintah. Regulasi ini disertai adanya sanksi (mandatory) yang dikhususkan pada perusahaan pengelolaan sumber alam.	Belum berjalan maksimal, karena kurang dari 50% perusahaan menerapkan CSR. Konsep CSR hanya “Peduli Bencana”, CSR muncul hanya untuk membantu masyarakat saat ada bencana yang terjadi. Masih terjadi kebakaran lahan dan kasus limbah industry.
2	Malaysia	CSR di jalankan bukan sebuah kewajiban bagi perusahaan, akan tetapi Malaysia cukup tertib adanya	Perusahaan Malaysia aktif dalam kegiatan CSR bukan hanya untuk mematuhi regulasi akan tetapi terlebih untuk mendapatkan citra

		transparansi laporan perusahaan dalam menerapkan CSR.	perusahaan dan keunggulan kompetitif (Mohd Razali et al., 2018).
3	India	CSR di India telah diatur dalam sebuah regulasi, akan tetapi kasus tetap ada. Misalnya : pencemaran limbah cair dan pelanggaran HAM.	Coca Cola Company menghasilkan polusi yaitu adanya kontaminasi air tanah dan tanah pertanian di sekitar perusahaan, selanjutnya Coca Cola Company di berhentikan beroperasi.(www.taipeitimes.com, 2016). Kasus pelanggaran HAM adalah eksploitasi tenaga kerja di bawah umur yang dilakukan oleh anak perusahaan Taya Group (Tata Global Breverage).
4	Pakistan	Pakistan adalah negara yang ekonominya lemah, banyak teroris, korupsi merajalela, politik, dan adanya deficit energy. Selain itu, Pakistan adalah negara yang mempunyai permasalahan perbudakan.(Sajjad dan Eweje, 2014) ( International Labour Organization (ILO), 2014)	Penerapan CSR masih hanya dilakukan pada perusahaan besar saja, belum bisa menjangkau semua perusahaan manufacture

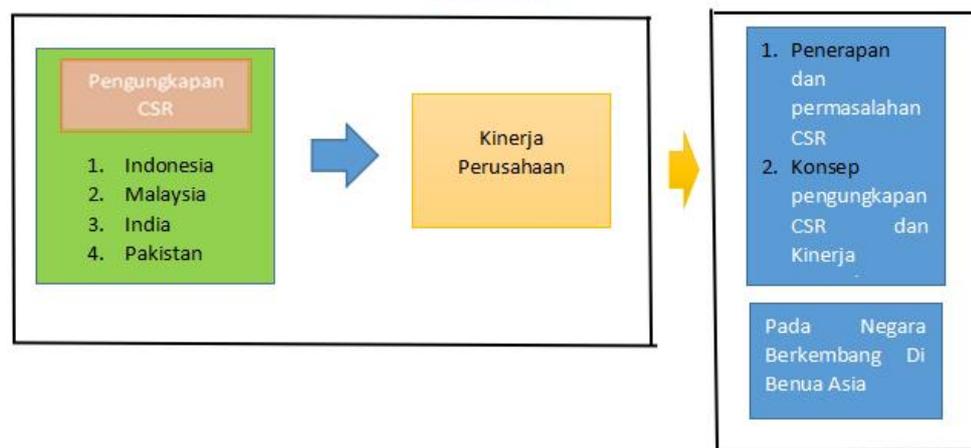
Sumber : kumpulan jurnal ilmiah

Permasalahan dari CSR secara umum adalah konsep regulasi yang mengatur, dan aplikasi dalam penerapan regulasi CSR tersebut. Culture masing-masing negara akan menjadikan concern dalam pelaksanaan CSR menjadi beragam. Negara Indonesia, Malaysia, India dan Pakistan, merupakan negara berkembang yang masih serumpun. Walaupun Indonesia sempat masuk ke dalam negara maju, akan tetapi turun kembali ke negara berkembang akibat adanya krisis kesehatan. Dengan menggabungkan beberapa hasil jurnal-jurnal penelitian yang membahas pelaksanaan CSR maka akan dapat disimpulkan motif dan karakter konsep penerapan CSR pada masing-masing negara berkembang tersebut. Penerapan CSR pada perusahaan di dasarkan atas : 1). Visi Misi Perusahaan, 2). Motif Philantropy / Kederlawanan, 3). Melaksanakan aturan karena adanya mandatory, 4). Motif Profit Perusahaan.

### Kerangka Konseptual

Penelitian ini akan membandingkan jurnal-jurnal ilmiah yang telah ada tentang pengungkapan CSR dan kinerja perusahaan pada Negara Indonesia dan Negara Berkembang lainnya. Negara berkembang yang akan diperbandingkan adalah negara berkembang yang ada di benua Asia yaitu : Indonesia, Malaysia, India dan Pakistan.

**Gambar 1.1. Bagan Alur Kerangka Konseptual Penelitian**



Hasil – hasil penelitian / jurnal Ilmiah yang akan di perbandingkan adalah sebagai berikut :

1. Penerapan dan permasalahan yang muncul atas pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia, Malaysia, India dan Pakistan.
2. Konsep pengungkapan CSR dan Kinerja perusahaan di Indonesia, Malaysia, India dan Pakistan.

Perbandingan tersebut maka akan di tarik kesimpulan untuk dapat di jadikan untuk menguraikan motif pengungkapan CSR bagi perusahaan.

### **Kajian Teori**

Corporate Social Responsibility (CSR) yang biasa di sebut sebagai pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat sekitar. Dalam perkembangannya CSR mengedepankan konsep niat baik perusahaan yang kemudian berkembang pada strategi bisnis, sebagai pusat keberhasilan perusahaan. (Carroll & Shabana, 2010; KPMG, 2011; Luo & Bhattacharya, 2009) dan CSR dinyatakan sebagai bagian yang penting dari sebuah 'strategi perusahaan' (Bondy, Moon, & Matten, 2012; Isaksson, 2012; McWilliams &

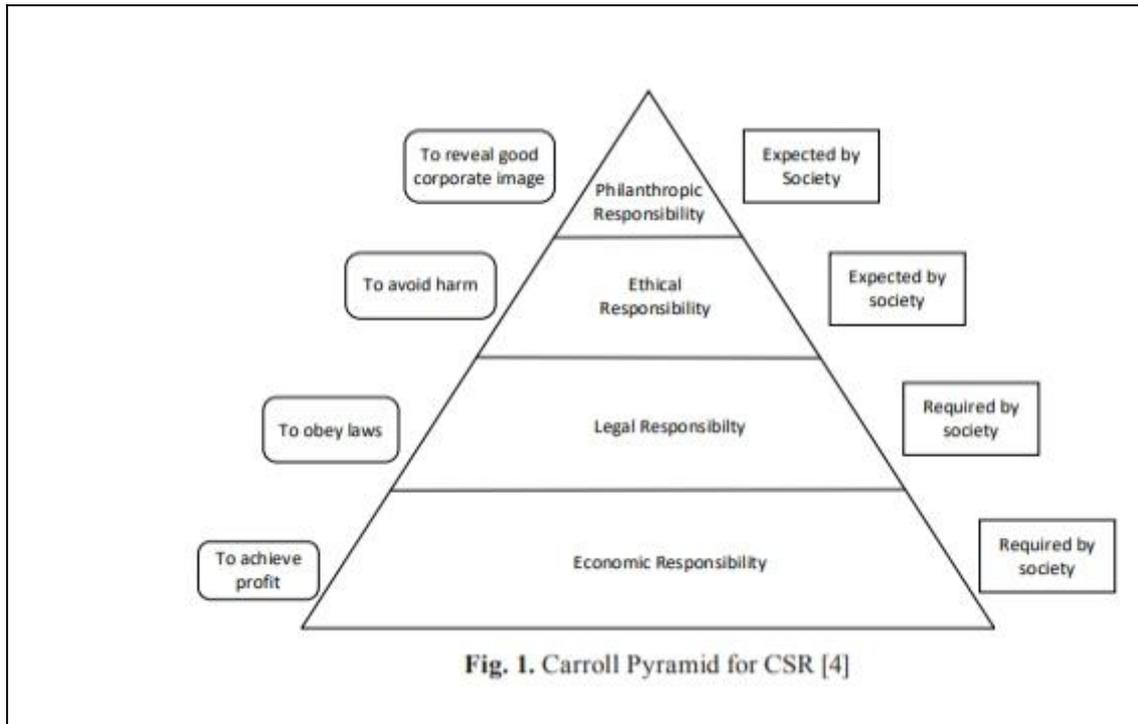
Siegel, 2011; Noland & Phillips, 2010). UN-ESCAP (United Nations - Economic and Social Commission for Asia and Pacific) juga mendefinisikan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang dapat sukses bilamana integrasi CSR dalam konsep strategi bisnis dalam penerapannya. Masa depan bisnis sebuah perusahaan bilamana dapat memprioritaskan dan meminimalkan penyebab sosial yang terjadi.

Bahwa CSR adalah yang tertanam dalam perusahaan (Kitthananan, 2010). Sedangkan Visser (2010) menyatakan bahwa bagaimana dapat memberikan kontribusi pada masyarakat adalah konsep inti dari CSR. Dengan CSR diharapkan dapat mengakibatkan pada terciptanya dunia menjadi lebih baik, yaitu perusahaan harus dapat menciptakan dan merancang konsep bisnis yang berkelanjutan. Ada perbedaan sudut pandang para ilmuwan manajemen tentang strategi bisnis dan CSR, Kazmi (2012) menyatakan bahwa manajemen strategis adalah sebuah proses yang dimulai dari perumusan, implementasi dan penerapan, evaluasi serta pengendalian atas strategi untuk mencapai tujuan strategi. Adapun CSR adalah sebuah alat yang dapat dipakai untuk dapat mencapai tujuan strategi tersebut. Berikut ini adalah teori-teori yang mengulas tentang CSR :

#### **Theory 1 : Carrol CSR Pyramid.**

Pada teori ini menggambarkan CSR dalam konsep piramida, atau hampir sama dengan konsep teori kebutuhan Maslow. Diawali dengan konsep Philantrophy CSR yaitu pemahaman tentang ekspektasi pada kondisi sosial sehingga dapat menciptakan image perusahaan. Kemudian pada lapis ke dua yaitu ethical CSR yang lebih pada bagaimana bisa menciptakan kenyamanan bagi masyarakat. Untuk lapisan ke tiga dan empat yaitu menekankan pada legal responsibility dan economic responsibility. Pada tingkatan / lapisan ini menekankan pada bagaimana perusahaan memiliki kepatuhan terhadap aturan yang ditetapkan oleh pemerintah dan menghindari sanksi. Hal lain yang juga ditekankan adalah bagaimana perusahaan dapat memiliki peran pada masyarakat sekitar secara ekonomi. Ide utama dari **Carroll Pyramid** adalah untuk menerapkan proyek CSR dalam mencapai tingkat yang terakhir, di mana perusahaan berkontribusi pada tanggung jawab filantropi yang dibutuhkan oleh masyarakat dan lingkungan.

**Gambar 1.2 Carroll Pyramid For CSR**



**Theory ke 2 : Teori Triple Bottom Line (TBL)**

Teori ini pertama kali diungkapkan oleh John Elkington yang ditulis dalam bukunya “Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business”. Teori TBL ini dapat menjadi salah satu sumber rujukan untuk dapat memberikan penilaian atas penerapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Karena pada teori TBL ini membagi konsep CSR dalam tiga kelompok dimensi kinerja yaitu : ekonomi, sosial dan lingkungan. Berikut adalah penjabarannya :

1. **Dimensi ekonomi.** Pada dimensi ini focus yang dilakukan adalah bukan untuk mencari keuntungan yang tinggi akan tetapi lebih pada bagaimana perusahaan dapat survive dan juga mendapatkan keuntungan secara terus menerus walaupun tidak maksimal keuntungan. Maka pada dimensi ini perusahaan akan selalu melakukan evaluasi pasar, menghitung biaya operasional dan pajak, trend usaha, benchmark dan ancaman resiko maksimum.
2. **Dimensi Sosial.** Pada dimensi ini konsep sosial adalah kewajiban disesuaikan urusan keuangan. Harus ada data tentang permasalahan sosial yang terjadi, misalnya : pengangguran, HAM, angkatan kerja, gender, layanan kesehatan, layanan pendidikan. Dari data permasalahan sosial tersebut maka perusahaan dapat

menentukan kebijakan arah penerapan CSR focus untuk mengatasi permasalahan yang mana.

3. **Dimensi Lingkungan.** Lingkungan merupakan menjadi penekanan output untuk setiap kinerja perusahaan. Green Economic menjadi tujuan untuk semua perusahaan saat ini. Permasalahan lingkungan adalah berkelanjutan, karena bila perusahaan tidak memperhatikan lingkungan maka dapat dijamin anak-anak kita nantinya tidak akan merasakan kualitas hidup yang sehat. Korporasi diwajibkan dan diharuskan untuk memperhatikan adanya setiap perubahan lingkungan dan juga taat / mematuhi undang-undang lingkungan terhadap pola konsumsi pada sumber daya alam ( SDA ). Perusahaan harus dapat menggunakan sumber energi alternatif untuk mengurangi konsumsi sumber energi tradisional (misalnya minyak, gas, batu bara, dll.), dan juga harus mengamankan sumber udara dan air, dengan membuang limbah beracun dan padat dengan diolah terlebih dahulu.

### **Theory 3 : The Stakeholder Theory**

Freeman dan Reed menyatakan bahwa pencapaian sebuah tujuan perusahaan maka sangat dipengaruhi oleh pemangku kepentingan baik secara personal maupun secara kelompok. Artikel ilmiah yang cukup terkenal dari Freeman yaitu dengan judul : “Manajemen Strategis, Pendekatan Pemangku Kepentingan” Bahwa teori ini menggambarkan bagaimana hubungan antara manajemen perusahaan dengan kepentingan kontituen perusahaan. Dengan pendekatan CSR. Aplikasi yang banyak terjadi pada perusahaan adalah menunjukkan bahwa manajemen perusahaan akan lebih responsive atas segala kepentingan masyarakat Setelah itu, manajemen perusahaan akan menyusun strategi guna dapat menyelaraskan tujuan perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan.

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah komparasi review jurnal. Dalam hal ini jurnal-jurnal yang membahas pengungkapan CSR dan Kinerja perusahaan pada ke-empat negara yaitu Indonesia, India, Malaysia dan Pakistan akan di perbandingkan hasilnya, kemudian baru disimpulkan. Kesimpulan yang didapat adalah dengan mengeneralisasi kesamaan hasil untuk variable-variabel yang homogen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Negara Indonesia dan Malaysia

CSR pada perkembangannya sudah mulai mengacu pada sebuah strategi perusahaan untuk dapat mendapatkan image yang baik di masyarakat. Banyak penelitian yang dilakukan di Indonesia yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh terhadap reputasi perusahaan (Chusaeri et al., 2019) Dan juga bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada reputasi perusahaan yang di proksi dari harga saham (Sulistiana, 2017). Penelitian lainnya juga menemukan hasil ROE berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Indonesia (Utomo, 2019). Walaupun ada juga penelitian yang menolak pengaruh reputasi perusahaan dengan pengungkapan CSR. (Hendrayani et al., 2017) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Indonesia.

Negara Malaysia dalam membuat regulasi tentang CSR tidak mengikat dan lebih longgar, akan tetapi lebih mengarah pada kerelaan penyajian laporan tanggung jawab sosial yang di berlakukan pada tanggal 31 Desember 2007 (Mamun, Shaikh, & Easmin, 2017). Pola fikir perusahaan Malaysia dalam memberikan laporan CSR secara transparansi adalah untuk mendapatkan citra perusahaan dan keunggulan kompetitif (Razali, Sin, Lunyai, Hwang, & Yusoff, 2018). Reputasi perusahaan juga menjadi argumentasi perusahaan di Malaysia untuk dapat melaksanakan aturan pengungkapan CSR. Seperti yang disampaikan oleh Wahab et al. (2017) bahwa harga saham (reputasi perusahaan) mempunyai pengaruh pada CSR, sedangkan Kai & Rahman (2018) juga mendukung penelitian Wahab, yaitu : ROE ada hubungan dan pengaruh pada reputasi perusahaan.

Pengungkapan CSR, Kinerja dan Reputasi perusahaan atas 267 perusahaan dan pengujian dilakukan di dasari factor profitabilitas, reputasi perusahaan dan perbedaan konsep pengungkapan CSR yang terjadi di Indonesia dan Malaysia menunjukkan hasil yang beragam dengan hipotesis yang berbeda. (Cahyono & Rachmaniyah) Di Indonesia CSR pada perusahaan masuk dalam kategori peraturan yang harus dipatuhi dan melekat di dalamnya sanksi bila tidak menjalani, serta berlaku sejak tahun 2007. Hukum yang menjerat CSR adalah UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan UU No. 40 tahun 2007 tentang PT. (Sefriani & Wartini, 2016). Berbeda yang terjadi di Malaysia, diawali pada tahun 1998 pasca krisis moneter dengan dibentuknya Finance Committe

on Corporate Governance (FCCG) untuk dimaksudkan untuk dapat menangani permasalahan transparansi perusahaan, akuntabilitas, dan CSR perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana penerapan CSR di Indonesia dan Malaysia pada tahun 2015 dapat dilihat di The Global Competitiveness Index Rankings, Indonesia menduduki urutan / peringkat 38, sedangkan Malaysia lebih baik yaitu pada peringkat 24 (Setyarini, 2016). Pada tahun 2019 menunjukkan perubahan yaitu Malaysia ada di peringkat 27, Indonesia 50, India 68 dan Pakistan 110.

### Negara India dan Pakistan

Kinerja perusahaan banyak diartikan pada bagaimana perusahaan mampu menghasilkan laba. Profitabilitas pada sebuah perusahaan dapat diukur dengan beberapa rasio yaitu : a) Marjin Laba Kotor (GPM) dengan rasio ini dapat diketahui prosentase laba bruto atas penjualan perusahaan. b) Marjin Laba Bersih (NPM) sedangkan untuk mengetahui laba netto atas penjualan maka dilakukan dengan rasio ini. c) Untuk mengetahui bagaimana perusahaan dalam melakukan proses pengembalian asset yang akan digunakan untuk menghasilkan laba maka dapat dilakukan dengan rasio Return on Assets (ROA) d) Sedangkan untuk mengetahui pengembalian ekuitas dalam menghasilkan laba dilakukan oleh perusahaan dengan rasio Return on Equity (ROE) (Celvin & Gaol, 2015).

Pada penelitian yang lain yang berfokus pada struktur kepemilikan dan karakteristik perusahaan menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif atas pengungkapan CSR di perusahaan-perusahaan di India. (Muttakin dan Subramaniam , 2013) Di dukung juga struktur kepemilikan di proksi dengan : karyawan, pelanggan, investor, masyarakat, lingkungan, dan pemasok menunjukkan hasil yang sama (Gunawan, 2015). Sementara di negara Pakistan, pengungkapan CSR telah dijalankan dengan baik pada perusahaan besar dan multinasional, sedangkan pada perusahaan kecil dan menengah masih sebatas adanya demand dari pelanggan (Sajjad dan Eweje, 2014).

**Tabel 1.5 Komparasi Pengungkapan CSR dan Kinerja Perusahaan di Indonesia dan Negara Berkembang**

Negara	Pengungkapan CSR dan Kinerja Perusahaan	Kesimpulan
<b>India</b>	Komunikasi CSR secara signifikan berdampak pada keduanya (Variabel)	Bahwa pengungkapan CSR dan Kinerja

<p>Merujuk dari Jurnal : <b>Nayan Mitra (2021)</b> “Impact of strategic management, corporate social responsibility on firm performance in the post mandate period: evidence from India”</p>	<p>Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Kinerja Perusahaan; Orientasi Pasar dan Orientasi Komunitas berdampak signifikan (Variabel) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Orientasi Pasar dan Orientasi Rantai Pasokan berdampak signifikan terhadap Kinerja Perusahaan;  (Variabel) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memiliki keduanya: dampak positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.  Di sisi lain, CSR Intent, CSR Management dan Standar Industri, meskipun memiliki positif berdampak baik pada (Variabel) Sosial Perusahaan Tanggung Jawab dan Kinerja Perusahaan, hubungan tidak signifikan.</p>	<p>Perusahaan menunjukkan adanya hubungan significant baik di lihat dari indicator Komunikasi CSR, Orientasi Pasar dan Orientasi Komunitas, CSR Intent, CSR Management, dan Standar Industri.</p>
<p><b>Indonesia, India dan Pakistan</b>  Merujuk dari Jurnal :  Stakeholder and Corporate Social Responsibility Disclosure: A Comparative Study of Indonesia, India, and Pakistan Djoko Suhardjanto, Fathi Rahmah Fitriyana, Made Wedaswari, dan Aldhilla Arta Wahyuningtyas (2014)  Review of Integrative Business and Economics Research, Vol. 6, Supplementary Issue 1</p>	<p>Perbedaan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia, Pakistan dan India, yaitu : menguji pengaruh pemangku kepentingan terhadap pengungkapan CSR. Pemangku kepentingan diidentifikasi oleh manajer, karyawan, pemegang saham, kreditur dan pelanggan. Pengungkapan CSR perusahaan diukur dengan menggunakan GRI indeks versi 4. Populasi penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan di 2014 diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia (BEI), Bursa Efek Pakistan dan Bursa Efek India. Sampel penelitian ini adalah 125 perusahaan di Indonesia, Pakistan dan India yang dihasilkan menggunakan metode purposive sampling.  Hasil uji ANOVA terdapat perbedaan tingkat pengungkapan CSR antara Indonesia, Pakistan dan India. Analisis regresi linier dan hasilnya adalah karyawan dan pelanggan memiliki dampak positif terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, tidak ada pengaruh signifikan antara pemegang saham, manajer dan kreditur terhadap pengungkapan</p>	<p>Perbedaan tingkat CSR antara Indonesia, India, dan Pakistan bahwa CSR di ketiga negara berbeda secara signifikan. Di tunjukkan dari pemangku kepentingan terhadap pengungkapan CSR bahwa pemangku kepentingan yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR adalah karyawan dan pelanggan, sedangkan manajer, pemegang saham, dan kreditur tidak berpengaruh.</p>

	CSR.	
<p><b>Indonesia dan Malaysia</b></p> <p>Merujuk dari Penelitian : Raihana ( 2019 )</p> <p>Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Debt To Equity Ratio (DER) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Return On Assets (ROA) Sebagai Variabel Intervening</p>	<p>Pengungkapan CSR, DER dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ROA di Indonesia. ROA, pengungkapan CSR, DER dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan berpengaruh tentang ROA di perusahaan-perusahaan Indonesia. ROA, Pengungkapan CSR, dan DER berpengaruh tentang Nilai Perusahaan di Indonesia. Sedangkan di Malaysia secara bersamaan, CSR Disclosure, DER dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap ROA. Dan ROA, Pengungkapan CSR, DER dan Firm Ukuran secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan mempengaruhi ROA. Juga ROA, Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan berpengaruh pada Nilai Perusahaan. Hasil lainnya adalah bahwa CSR Disclosure, DER dan Firm Size memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Nilai Perusahaan dengan ROA sebagai variabel intervening. Perbandingan dari Pengungkapan CSR, ROA, DER dan Ukuran Perusahaan menggunakan uji t independen menunjukkan bahwa ada perbedaan antara variabel Pengungkapan CSR, DER dan Ukuran Perusahaan manufaktur di sektor barang konsumsi di Indonesia dan di Malaysia.</p>	<p>Indonesia dan Malaysia dalam konsep pengungkapan CSR, memiliki perbedaan. Akan tetapi untuk variable pengungkapan CSR, DER, dan ukuran perusahaan terhadap ROA dan Nilai perusahaan menunjukkan hasil yang sama yaitu memiliki pengaruh yang signifikan.</p>
<p><b>Indonesia</b></p> <p>Merujuk dari Jurnal : Vinola Herawaty (2020)</p> <p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility</p>	<p>Leverage, Jenis Industri dan Kepemilikan asing mempunyai pengaruh positif yaitu terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Akan tetapi untuk profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufacture di Indonesia</p>	<p>Bahwa keuntungan atau profitabilitas pada perusahaan manufacture di Indonesia tidak ada pengaruh atas adanya pengungkapan CSR.</p>
<p><b>Asia</b></p> <p>Merujuk dari jurnal : Tri Widyastuti Ningsih (2021)</p>	<p>Bahwa <i>Islamic corporate governance</i> yang biasanya diukur dengan <i>Islamic governance (IG)-Score</i>, dan <i>Investment Account Holder</i> menunjukkan hasil yaitu mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan atas <i>Islamic Social Reporting</i> pada bank syariah</p>	<p>Untuk perusahaan jasa ( perbankan) secara purposive sampling menunjukkan bahwa pengungkapan CSR ada pengaruh positif</p>

Pengaruh Islamic Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perbankan Syariah	di Asia. Hasil pengujian menunjukkan hasil simultan <i>Islamic corporate governance</i> dari <i>Islamic governance (IG) score</i> , dan <i>Investment Account Holder (IAH)</i> berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .	
---	---	--

Penelitian-penelitian yang telah ada semuanya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan Kinerja Perusahaan menunjukkan bahwa memiliki pengaruh simultan, baik berada di negara Indonesia, maupun di negara-negara berkembang di Asia lainnya. Dalam hal ini, focus untuk negara berkembang di Asia di fokuskan pada negara Malaysia, India dan Pakistan. Variabel yang banyak di gunakan untuk menguji pengungkapan CSR dan Kinerja Perusahaan adalah Ukuran Perusahaan, Jenis Perusahaan, Struktur kepemilikan, profitabilitas, dan intensitas Pengungkapan CSR. Merujuk dari review jurnal tersebut dengan variable-variabel penelitian yang diangkat maka pada prinsipnya pengungkapan CSR sangat di butuhkan oleh perusahaan untuk dapat menciptakan image, reputasi dan nama baik, sehingga sudah beralih menjadi sebuah strategi perusahaan untuk dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal lainnya, menunjukkan dengan perkembangan perilaku konsumen, maka banyak konsumen yang memulai akses tentang kinerja perusahaan dengan bagaimana perusahaan bisa memberi manfaat bagi masyarakat. Dengan adanya Green Economic, Green Accounting dan SDGs maka peran pengungkapan CSR merupakan salah satu point penting perusahaan perseroan terbatas yang harus dilakukan agar keberlanjutan usaha perusahaan lebih terjamin.

**KESIMPULAN**

Indonesia, Malaysia, India dan Pakistan yang merupakan negara berkembang di wilayah asia, yang concern dalam pengungkapan CSR. Hal ini ditunjukkan sudah adanya regulasi tentang CSR. Pengungkapan CSR di ke-empat negara tersebut menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh positif dan simultan dengan kinerja perusahaan. Walaupun ke-empat negara tersebut konsep pengungkapannya berbeda-beda, hal ini disebabkan budaya dan karakter masing-masing negara dan penekanan CSR di masing-masing negara. Malaysia menduduki peringkat teratas dari ke-empat negara tersebut dalam concern-nya penerapan CSR atas perusahaannya, selanjutnya

Indonesia, India dan terakhir adalah negara Pakistan. Review jurnal ini berbeda pada focus jurnal yang dijadikan acuan adalah dalam penggunaan variabelnya, yaitu focus pada variable yang berhubungan dengan kinerja perusahaan yang hanya bersumber pada laporan keuangan. Akan lebih lengkap bila kedepannya review juga yang berfokus pada strategic managementnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Nazli, N., & Sulaiman, M. (2004). *Environmental Disclosure in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective*. *International Journal of Commerce & Management*, 14(1).
- Celvin, H., & Gaol, R. L. (2015). *Pengaruh Pengungkapan Coorporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 139–166.
- Chusaeri, N., Maslichah, & Mawardi, M. C. (2019). *Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2016*. *E-JRA*, 08(04), 1–11.
- Fasya, A. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 13(2), 145– 162. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jipak.v13i2.5012>
- Fatah, K. A., & Haryanto, M. (2016). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Ekonomis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1–20.
- Hendrayani, A. A. D., Wiagustini, N. L. P., & Sedana, I. B. P. (2017). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Leverage terhadap Harga Saham: Profitabilitas sebagai Pemoderasi*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(11).
- Iswadi, A., & Tiasity, R. (2015). *Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 217–226.
- Kai, K. De, & Rahman, I. B. A. (2018). *The Impact of Financial Indicators towards Stock Returns of Finance Companies Listed on Bursa Malaysia*. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 8(3), 128– 140. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v8-i3/4546>
- Kapita, N. M. Y., & Suarda, K. A. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan Manufaktur*. 24, 1190–1219. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p14>
- Kusumadilaga, R. (2010). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris*

- pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di 283 Bursa Efek Indonesia*). Universitas Diponegoro.
- Mamun, M. A., Shaikh, J. M., & Easmin, R. (2017). *Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysian Business*. *Academy of Strategic Management Journal*, 16(2), 29–47.
- Marthin, M., Salinding, M. B., & Akim, I. (2018). *Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1), 111–132. <https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>
- Muhamad, R., & Salleh, N. A. M. (2019). *Strategic Corporate Social Responsibility in Malaysia (1st ed.)*. London: Routledge.
- Nayan Mitra.(2021). *Impact of strategic management, corporate social responsibility on firm performance in the post mandate period: evidence from India*
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2019). *Pelaksanaan Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) dan Komunikasi CSR*. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 93–107.
- Razali, M. W. M., Sin, W. H. S., Lunyai, J. A., Hwang, J. Y. T., & Yusoff, I. Y. M. (2018). *Corporate Social Responsibility Disclosure and Firm Performance of Malaysian Public Listed Firms*. 11(9), 86–95. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n9p86>
- Rukmana, Y. T., Lestari, R., & Fitriah, E. (2017). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Tingkat Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listed di Bursa Efek Indonesia*. *Prosiding Akuntansi*, 3(2), 173–182. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Sari, W. A., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (2016). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif Pada Perusahaan Multinasional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 74–83.
- Setyarini, R. B. (2016). *Pengaruh Pengungkap Corporate Social Responsibility (CSR) Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institutional terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indo*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sulistiana, I. (2017). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *JAK (Jurnal Akuntansi): Kajian Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 65–74.
- Utomo, A. S. (2019). *Pengaruh CSR, ROI, ROE terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal PETA*, 4(1), 82–94.
- Wahab, N. B. A., Ahmad, N. B., & Yusoff, H. B. (2017). *Corporate Social Responsibility Disclosure*. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)* • Vol. 5, No. 2, hal: 264-284 • Desember 2020 284 (CSR) and Company Financial Performance for Environmental Sensitive Companies in Malaysia. *International Journal of Economic Research*, 14(15), 115–125.