JURNAL RISET AKUNTANSI

Volume I/No.1/Oktober 2009 ISSN : 2086-0447

PENGARUH ASSYMETRI INFORMASI TERHADAP *COST OF EQUITY CAPITAL*
Tetet Cahyati

PENGARUH *EARNING POWER* TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN STUDY KASUS PADA PT.UNILEVER INDONESIA, TBK.
Iman Santoso Chasan Doerjat

PERANAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PRAKTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PENELITIAN PADA PT.TELKOM INDONESIA, TBK
Lilis Puspitawati
Rahmat Adiyat

PENGARUH IMPLEMENTASI *ENTERPRISE RESOURCES PLANNING (ERP)* TERHADAP KUALITAS INFORMASI AKUNTANSI PADA PT.PLN
Dian Dwinita Kurniawaty
Sri Restu Yulia

PENGARUH *VALUE FOR MONEY* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK
Sri Dewi Anggadini

PENGARUH KOMITE AUDIT TERHADAP PENGENDALIAN INTERNAL PERUSAHAAN PADA PT.DIRGANTARA INDONESIA (PERSERO)
Wati Aris Astuti

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
JL.Dipatiukur 112-114 Bandung 40132 Telp.022-2504119, Fax. 022-253375
Email : ak@unikom.ac.id

JRA

DAFTAR ISI

		Halaman
	Editorial Staff Jurnal Riset Akuntansi	i
	Kebijakan Editorial	iii
	Pedoman Penulisan Artikel	v
	Daftar Isi	vii
1.	**PENGARUH ASSYMETRI INFORMASI TERHADAP *COST OF EQUITY CAPITAL*** Tetet Cahyati	1
2.	**PENGARUH *EARNING POWER* TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN STUDY KASUS PADA PT.UNILEVER INDONESIA, TBK.** Iman Santoso Chasan Doerjat	21
3.	**PERANAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PRAKTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PENELITIAN PADA PT.TELKOM INDONESIA, TBK** Lilis Puspitawati Rahmat Adiyat	39
4.	**PENGARUH IMPLEMENTASI *ENTERPRISE RESOURCES PLANNING (ERP)* TERHADAP KUALITAS INFORMASI AKUNTANSI PADA PT.PLN** Dian Dwinita Kurniawaty Sri Restu Yulia	59
5.	**PENGARUH *VALUE FOR MONEY* TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK** Sri Dewi Anggadini	79
6.	**PENGARUH KOMITE AUDIT TERHADAP PENGENDALIAN INTERNAL PERUSAHAAN PADA PT.DIRGANTARA INDONESIA (PERSERO)** Wati Aris Astuti	97

PERANAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*

Oleh:

Lilis Puspitawati
Rahmat Adiyat

Abstract

This research was conducted in PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk . This research aimed at finding out the corporate social responsibility, the application of good corporate governance, and the role of the corporate social responsibility in the application of good corporate governance in PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

A descriptive method was applied in this research using the approaches of qualitative and quantitative analysis. The purpose is to get a description of the data obtained from the questionnaires as the instrument of this research. The questionnaires were distributed to thirty respondents; the questionnaires were then counted using Rank Spearman formula.

The result presents that there is a strong correlation between the role of corporate social responsibility and the application of good corporate governance It means that a good corporate social responsibility will lead to a great good corporate governance. The application of corporate social responsibility in the application of good corporate governance is 52,42%, while the rest 47,58% is influenced by the factors namely, business practice ethic, career development and training, and human right. Thus, the researcher's hypothesis stating that corporate social responsibility plays a significant role in the application of good corporate governance is proved in this research.

Keyword: ***Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Good Corporate Governance***

I PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Krisis ekonomi tahun 1997 menyebabkan pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik, atau lebih dikenal dengan *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi isu yang mengemuka di Indonesia, akibat buruknya tata kelola pemerintahan dan perusahaan Indonesia pada masa itu, mengakibatkan perekonomian Indonesia menjadi terpuruk. Secara umum hasil survei Booz-Allen dan Hamilton tahun 1998 menunjukkan indeks *corporate governance* pada perusahaan di Indonesia adalah yang paling rendah di Asia Timur dengan skor (2,88) jauh dibandingkan dengan Malaysia (7,72), Thailand (4,89), Singapura (8,93), dan Jepang (9,17).

Thomas S. Kaihatu, tahun 2006 dalam *Corporate Governance* dan Penerapannya di Indonesia mengemukakan laporan mengenai GCG oleh *Credit Lyonnais Securities* (CLSA), menempatkan Indonesia di urutan terbawah dengan nilai skor total (3,2) untuk tahun 2003, dan (4,0) untuk tahun 2004. Meskipun skor Indonesia di tahun 2004 lebih baik dibandingkan dengan 2003, kenyataannya Indonesia masih tetap berada di urutan terbawah diantara negara-negara Asia. Fakta ini menunjukkan bahwa penerapan GCG di Indonesia membutuhkan pendekatan yang komprehensif dan penegakan yang lebih nyata lagi.

Penerapan prinsip kewajaran (*fairness*), keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), independensi (*accountability*), dan responsibilitas (*responsibility*) di dalam perusahaan, seharusnya dijadikan pedoman ataupun acuan para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Perusahaan yang menerapkan prinsip GCG akan memperlakukan para pesaingnya sebagai mitra bisnis yang setara, sehingga dapat tercapai *win-win solution*. Artinya dalam menjalankan bisnis, kedua belah pihak akan mengutamakan prinsip saling menguntungkan.

Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu lembaga yang tidak luput dari program perbaikan tata kelola perusahaan yang baik, mengingat BUMN memegang peranan yang signifikan dan berpengaruh terhadap kinerja perekonomian nasional, maka BUMN perlu dikelola secara efektif dan efisien sesuai dengan prinsip-prinsip GCG.

Mengenai peran dan tanggung jawab dari BUMN sebagai korporasi dijabarkan lebih lanjut pada UU No 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat (1), (2), (3), dan (4) yang mewajibkan tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap setiap korporasi atau lebih sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara sebagai lembaga pemerintah yang menaungi dan mengayomi institusi BUMN, turut menindak lanjuti dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Negara BUMN No.Per-05/MBU/2007 untuk menggantiakan peraturan sebelumnya Nomor Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan (PKBL) sebagai bagian dari bentuk program CSR BUMN, dimana Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara menjabarkan peran dan partisipasi BUMN kedalam dua program, yakni Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Program PKBL merupakan salah satu penilaian tingakat kesehatan BUMN, pada sisi ini menunjukan adanya sebuah pesan komitmen yang ingin disampaikan pemerintah kepada masyarakat luas bahwa institusi BUMN sebagai korporasi yang mengemban beberapa amanat dan peran sekaligus sebagai pelopor dan/ atau perintis di sektor-sektor usaha yang belum diminati oleh swasta, peran strategis sebagai pelaksana pelayanan publik, peran penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil/ koperasi, tetap harus memiliki kepedulian untuk berbagi kepada masyarakat sekitar.

Pandangan *triple bottom line* berasumsi bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan itu harus memperhatikan "3P", selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*plannet*), dalam konsep tersebut perusahaan tidak berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.

Adanya kelima elemen dalam GCG, yaitu *responsibility*, *fairness*, *transparency*, *accountability*, *dan independency*, akan menciptakan keterkaitan antara *good corporate governance* dengan *corporate social responsibility*. Dalam arti luas, benang merah yang terjadi adalah landasan falsafah yang sama bahwasanya perusahaan tidak hanya bertanggng jawab pada pemegang saham atau pemilik perusahaan saja, melainkan terhadap *stakeholders*. Dengan kata lain, GCG dan CSR merupakan wujud nyata hubungan perusahaan dan masyarakat selaku *stakeholder*.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. merupakan salah satu perusahaan BUMN sebagai penyelenggara informasi dan telekomunikasi *(InfoComm)* serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap *(full service and network provider)* terbesar di Indonesia, mempunyai komitmen tinggi untuk mendukung dan melaksanakan program CSR. Komitmen ini dilatarbelakangi oleh tuntutan lingkungan global dalam penerapan CSR, meningkatnya ekspektasi investor global terhadap implementasi CSR, perubahan persepsi manajemen untuk secara bersamaan mengembangkan bisnis TELKOM, dan mencerdaskan masyarakat, serta penerapan CSR yang merupakan bagian dari pelaksanaan GCG.

Tetapi, pada kenyataannya BUMN perlu memperbaiki mekanisme dan sistem alokasi dana dari program CSR, khususnya yang terkait dengan PKBL. Tiap tahunnya TELKOM Datel Bandung mengucurkan dana PKBL senilai Rp 4-6 miliar dengan porsi 75 persennya digunakan untuk program mitra dan 25 persen untuk bina lingkungan. Tahun 2008, dana sebanyak Rp 4,22 miliar disalurkan kepada UKM mitra binaan TELKOM Bandung. Tetapi, sebagian besar UKM

menganggap dana CSR tersebut sebagai hibah, sehingga tingkat tunggakan mencapai 17 persen per tahun. Selain itu juga dari data yang diperoleh, tingkat tunggakan pada tahun 2006 lalu mencapai Rp 647 juta atau 22 persen dari jumlah total kredit yang disalurkan Rp 4,1 miliar. Sementara tunggakan 2007 mencapai Rp 137 juta atau 12 persen dari total kredit yang disalurkan Rp 3,54 miliar. Dari kredit macet tersebut, maka diindikasikan akan mempengaruhi nilai tambah perusahaan sebagai perusahaan yang telah melaksanakan *good corporate governance*.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menggali permasalahan tersebut dalam bentuk penelitian dengan judul: **"Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Penerapan *Good Corporate Governance* Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk."**

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari, mengumpulkan, dan mendapatkan data yang dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana *corporate social responsibility* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
2. Mengetahui bagaimana penerapan *good corporate governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
3. Menganalisis peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teoritis

Menurut ***World Business Council for Sustainable Development*** dalam **(Effendi, 2009:107)** CSR adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Secara konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* **(Suharto, 2009:107)**, prinsip-prinsip tersebut yaitu:

1. *Profit* (Keuntungan)/ Aspek *Economic*, perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People* (Masyarakat)/ Aspek *Social*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan ekonomi kapasitas lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
3. *Plannet* (Lingkungan)/ Aspek *Environment*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata.

Pengertian Program Kemitraan Dengan Usaha Kecil yang selanjutnya disebut Program Kemitraan menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 Pasal 1 butir 6 adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Sedangkan pengertian Program Bina Lingkungan yang selanjutnya disebut Program BL menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 Pasal 1 butir 7 adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Keuntungan melakukan CSR **(Widjaja & Pratama 2008:53)** adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan;
2. Layak mendapatkan *social license to operate*;
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan;
4. Melebarkan akses sumber daya;
5. Membentangkan akses menuju *market*;
6. Mereduksi biaya;
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*;
8. Memperbaiki hubungan dengan *regulator*;
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; dan
10. Peluang mendapatkan pengahargaan

Menurut Bank Dunia **(Effendi, 2009:1)** pengertian *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

> Kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi dalam jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan

Dalam menjamin kelangsungan dan eksistensi perusahaan, setiap perusahaan harus memastikan bahwa setiap prinsip dasar GCG senantiasa diterapkan pada aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Menurut **Keputusan Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002 Pasal 3** tentang Penerapan GCG pada BUMN, prinsip-prinsip GCG tersebut adalah taransparansi (*transparency*), pengungkapan (*disclosure*), kemandirian (*independence*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), dan kewajaran (*fairness*). Sedangkan **(Zarkasyi, 2008:38)** dalam penerapan *good corporate governance* terdapat lima prinsip dasar yaitu, transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), kesetaraan dan Kewajaran (*fairness*), independensi (*independency*); dan responsibilitas (*responsibility*).

Manfaat yang bisa diperoleh dalam penerapan prinsip-prinsip GCG di BUMN **(Effendi, 2009:65)** adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik;
2. Peningkatan efisiensi operasional perusahaan;
3. Peningkatan pelayanan kepada pemangku kepentingan;
4. Kemudahan untuk memperoleh dana pembiayaan yang lebih murah dan tidak kaku, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan; dan
5. Peningkatan minat investor untuk membeli saham BUMN tersebut telah *go public*

CSR yang baik adalah CSR yang memadukan empat prinsip *good corporate governance* (GCG), yakni *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility* secara harmonis **(Suharto, 2009:114)** dimana ada perbedaan mendasar diantara keempat prinsip tersebut. Tiga prinsip pertama cenderung bersifat *stockholders-driven* dikarenakan lebih memperhatikan kepentingan pemegang saham perusahaan, sedangkan prinsip *responsibility* lebih mencerminkan *stakeholders-driven*, karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.

Penerapan CSR akan berdayaguna bagi perusahaan apabila aspek-aspek seperti komitmen organisasi perusahaan pada semua level, perubahan budaya dan perilaku dalam perusahaan, kejelasan tujuan, proses manajemen dan kinerja implementasi CSR, serta dukungan sumber-sumber daya finansial dan nonfinansial terpenuhi, selain itu prinsip responsibilitas dalam GCG menghendaki setiap perusahaan meminimalkan eksternalisasi negatif yang harus ditanggung masyarakat. Selain itu korporasi dituntut bertindak sebagai *good citizen*

karena berhubungan erat dengan keseimbangan eksternal perusahaan sebagai entitas bisnis yang bertanggung jawab terhadap masyarakat.

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Pelaksanaan CSR perlu dilandasi oleh kesadaran perusahaan terhadap fakta tentang adanya jurang yang makin menganga antara kemakmuran dan kemiskinan, baik dari tataran global maupun ansional. Oleh karena itu, diwajibkan atau tidak CSR harus merupakan komitmen dan kepedulian dari para pelaku bisnis untuk ambil bagian dalam mengurangi kemiskinan.

CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*plannet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional **(Suharto, 2009:105).**

Secara konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* **(Suharto, 2009:107)** prinsip-prinsip tersebut yaitu:

1. *Profit* (Keuntungan)/ Aspek *Economic*
2. *People* (Masyarakat)/ Aspek *Social*
3. *Plannet* (Lingkungan)/ Aspek *Environment.*

Profit, perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan ekonomi kapasitas lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang skema perlindungan sosial bagi warga setempat. *Plannet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata.

Lingkungan yang baik dan terpelihara adalah harapan dari semua pihak. Aktivitas industri perusahaan dituding sebagai penyebab utama terjadinya *global warming* yang mengancam kehidupan manusia. Dalam masalah ini salah satu pihak yang disalahkan adalah perusahaan, hal ini menguatkan argumen bahwa *sustainability* lingkungan adalah hal yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan wujud tanggung jawab sosial BUMN terhadap publik, yang dalam hal ini adalah masyarakat di sekitar tempat di mana BUMN tersebut berdomisili. Keberhasilan program PKBL tersebut terbukti sangat membantu membangkitkan perekonomian nasional dari krisis ekonomi yang berkepanjangan. Dan pada saat ini, hampir semua BUMN telah memiliki unit PKBL (*Community Development Center*).

Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil yang selanjutnya disebut Program Kemitraan menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 Pasal 1 butir 6 adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan Program Bina Lingkungan yang selanjutnya disebut Program BL menurut Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 Pasal 1 butir 7 adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Corporate Social Responsibility yang baik adalah CSR yang memadukan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility* secara harmonis. *Good corporate governance* di negara kita sangat terlambat jika dibandingkan dengan dengan negara-negara lain, mengingat masuknya konsep GCG di Indonesia pada awalnya diperkenalkan oleh pemerintah Indonesia dan *International Monetary Fund* (IMF) dalam rangka pemulihan ekonomi (*economy recovery*) pasca krisis.

Thomas S. Kaihatu, (2006:2) mendefinisikan pengertian *Good Corporate Governance* adalah merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholders*. Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *corporate governance* merupakan sistem yang mengatur dan

mengendalikan perusahaan untuk mencapai nilai tambah (*value added*) bagi *stakeholders*. Sedangkan pengertian *stakeholders* **(Surya, 2006:65)** adalah sebagai berikut:

Stakeholders perusahaan adalah setiap pihak, baik individu maupun kelompok yang dapat terkait atau berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan.Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *srakeholders* merupakan pihak yang dapat terkait atau berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan.

Dalam menjamin kelangsungan dan eksistensi perusahaan, setiap perusahaan harus memastikan bahwa setiap prinsip dasar GCG senantiasa diterapkan pada aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Menurut **(Zarkasyi, 2008:38)**, terdapat lima prinsip dasar *good corporate governance* dalam penerapannya, yaitu:

1. Transparansi (*Transparency*)
2. Akuntabilitas (*Accountability)*
3. Kesetaraan dan Kewajaran (*Fairness*)
4. Independensi (*Independency*)
5. Responsibilitas (*Responsibility*).

Dari penjelasan mengenai prinsip dasar GCG di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan harus memastikan bahwa setiap prinsip dasar GCG yakni transparansi, akuntabilitas, kesetaraan dan kewajaran, independensi, serta responsibilitas harus senantiasa diterapkan pada aspek bisnis dan di semua lini perusahaan.

Kiroyan, (2006:57) mengemukakan arti pentingnya GCG dalam CSR adalah sebagai berikut:

> Interpretasi *good corporate governance* yang luas didasari atas falsafah bahwa perusahaan bukanlah milik pemegang saham, karena perusahaan dikembangkan oleh para karyawan dan manajer yang memiliki keterampilan dan kemampuan menggerakan upaya perusahaan melampaui makna modal yang ditanamkan oleh pemilik ke dalamnya. Perusahaan merupakan jejaring berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal yang bersama-sama meningkatkan nilai perusahaan dan oleh karenanya mempunyai kepentingan yang sah atas keberadaan dan sepakterjang perusahaan. Pandangan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para *stakeholders* juga mendasari pandangan bahwa perusahaan perlu melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat diluar kegiatan-kegiatan ekonomi yang memang menjadi tujuan perusahaan yang dalam hal ini lebih dikenal dengan CSR.

Sedangkan menurut **(Widjaja & Pratama 2008:41)** pentingnya keterkaitan CSR dengan GCG adalah sebagai berikut:

> *CSR* terkait dengan hal-hal yang berhubungan penyelenggaraan perusahaan yang baik (*good corporate governance*) yang dikaitkan dengan masalah keterbukaan (*disclosure*), transparansi dan akuntabilitas, masalah hak asasi manusia, khususnya dalam bidang ketenagakerjaan, perlindungan terhadap hak-hak konsumen, isu mengenai lingkungan hidup yang harus dijaga dan dipelihara kelestariannya, serta keterlibatan masyarakat secara langsung bagi jalannya usaha perusahan.

Dari pengertian di atas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa jika CSR dilaksanakan maka GCG akan memadai, karena dengan dilakukannya CSR pada lingkungan perusahaan maka akan dapat memberi jaminan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) bahwa perusahaan telah melakukan tata kelola perusahan yang baik.

Benang merah yang mempertautkannya adalah landasan falsafah yang sama dengan melihat keberadaan GCG dengan *stakeholders*-nya, maka kita akan dapat memahami pentingnya keberadaan CSR sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan tidak hanya dari sisi finansialnya saja, tetapi juga dari sisi *sustainable reporting* yang didalamnya termasuk sosial dan lingkungan.

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang digunakan sebelum dilakukannya penelitian dalam hal pendugaannya menggunakan statistika untuk menganalisisnya.Hipotesis dari penelitian ini adalah "*Corporate social responsibility* berperan dalam penerapan *good corporte governance*".

III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu. Objek yang penulis gunakan dalam penelitian adalah *corporate social responsibility* dan *good corporte governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencakup proses-proses dimulai dengan menemukan masalah dan menetapkan judul penelitian, mengidentifikasikan masalah, merumuskan masalah, membuat hipotesis penelitian, metode penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian hipotesis, dan penarikan kesimpulan **(Sugiyono 2009)**.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel independen atau variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen disini adalah peranan *corporate social responsibility*. Indikator yang digunakan untuk mengukur *corporate social responsibility* adalah *profit* / keuntungan, *people*/ masyarakat, *environment*/ *l*ingkungan.

Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen disini adalah *good corporate governance*. Indikator yang digunakan untuk mengukur *good corporate governance* adalah transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kesetaraan dan kewajaran.

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian tentang peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance* adalah data primer, seperti dengan cara melakukan observasi, wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dan pemberian pernyataan berupa kuesioner.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi dan sampel penelitian

Populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah *Community Development Center* (CDC) yaitu sebanyak 30 (tiga puluh) orang.

Teknik sampling (teknik pengambilan sampel) dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *non probability sampling*. *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama untuk dipilih menjadi sampel. Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *sampling jenuh*/ *sensus*. Pengambilan sampel dengan ketentuan bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel **(Sugiyono 2009)**. Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan pada bagian *Community Development Center* (CDC) sebanyak 30 (tiga puluh) orang.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memperoleh data-data dengan mengadakan serangkaian observasi yang ada hubungannya dengan peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Penelitian Lapangan *(Field Research)*
   a. Metode Pengamatan Langsung (observasi)

b. Metode Wawancara (*Interview*)
c. Kuesioner
d. Dokumen

2) Studi Kepustakaan *(Library Research)*

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pernyataan mana yang valid dengan mengacu pada tingkat signifikan sebesar 0,3 ($r_s$kritis). Jika r korelasi < 0,3 maka pernyataan tidak valid, sedangkan jika r_s korelasi > 0,3 maka pernyataan valid **(Sugiyono:2009)**. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam uji validitas adalah korelasi *Rank Spearman*. Pengujian validitas untuk setiap variabel menggunakan *Software SPSS 14.0 For Windows*.

Dari semua pernyataan instrumen setiap variabel valid untuk digunakan dalam proses pengolahan analisis data, karena semua hasil korelasi tiap item menghasilkan nilai yaitu $r_s$hitung>$r_s$kritis, sehingga validitas terpenuhi.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *split half method (Spearman Brown Correlation)* teknik belah dua. Dapat disimpulkan bahwa antara *Corporate Social Responsubility* (Variabel X) dan *Good Corporate Governance* (Variabel Y) dikatakan *reliabel* dan dapat digunakan untuk penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Dalam menganalisis data, metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dengan analisis kualitatif dan kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian dianalisis berdasarkan metode yang diterapkan, dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance*. Data yang dihimpun dari hasil penelitian akan penulis bandingkan antara data yang dilapangan dengan data kepustakaan, kemudian dilakukan analisis untuk menarik kesimpulan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah:

1. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara sampling dimana yang diselidiki yang merupakan populasi yang dipilih dalam penelitian.
2. Setelah metode pengumpulan data ditentukan kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari elemen yang akan diteliti, alat yang digunakan dalam penelitian ini daftar pertanyaan atau kuesioner.
3. Setelah data terkumpul kemudian dilakukan pengelolaan data, disajikan dan dianalisis kemudian diadakan uji statistik.

Hasil pengoperasiaan variabel disusun dalam bentuk pertanyaan (kuesioner/ angket) yang terdiri dari 40 (empat puluh) pertanyaan. Variabel (X) *Corporate Social Responsibility* sebanyak 20 (dua puluh) pertanyaan dan variabel (Y) *Good Corporate Governance* sebanyak 20 (dua puluh) pertanyaan. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawab dengan bobot atau nilai yang berbeda.

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif).

3.2.5.2 Uji Hipotesis

Penetapan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Langkah-langkah dalam perancangan hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Menetapkan Hipotesis Penelitian dan Hipotesis Statistik

a. Hipotesis Penelitian

Untuk mengetahui peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance*, maka dilakukan uji hipotesis melalui asumsi sebagai berikut:

H_0= Tidak terdapat peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance.*

H_1= Terdapat peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance.*

b. Hipotesis Statistik

H_0: Tidak terdapat peranan yang signifikan antara *corporate social responsibility* dengan penerapan *good corporate governance.*

H_1: Tidak terdapat peranan yang signifikan antara *corporate social responsibility* dengan penerapan *good corporate governance*

Guna menguji tingkat signifikansi korelasi *rank spearman*, maka dilakukan uji *t* dengan menggunakan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r_s\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Probabilitas

r_s = Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

n = Jumlah data

2) Menentukan Kriteria Penerimaan Hipotesis

Kriteria penerimaan hipotesis dapat ditentukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} yang dapat dilihat dibawah ini:

Jika t_{hitung} > dari t_{tabel}, maka Ho ditolak, H_1 diterima

Jika t_{hitung} < dari t_{tabel}, maka Ho diterima, H_1 ditolak

3) Menggambarkan Daerah Penerimaan Hipotesis

Untuk menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan terhadap sebuah hipotesis dapat digambarkan dengan uji dua pihak daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Corporate Social Responsibility

1. *Profit* (Keuntungan)/ Aspek *Economic*

Sasaran dan ruang lingkup TELKOM CSR mencakup tiga aspek pokok berkelanjutan *(sustainability)*, yaitu aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Untuk aspek *economic*, TELKOM CSR berupaya memberikan kontribusi bagi para pemangku kepentingan, mulai dari peningkatan kesejahteraan hidup karyawan, membangun loyalitas, dan menjaga kepatuhan regulasi sampai dengan kontribusi pada pengembangan kegiatan usaha kecil dan menengah. Selain itu juga membantu penyebaran sarana dan prasarana telekomunikasi umum yang memudahkan akses informasi bagi masyarakat sehingga dapat memicu pertumbuhan ekonomi nasional. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *profit* (keuntungan)/ aspek *economic* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Jawaban Responden Mengenai Indikator *Profit* (Keuntungan)/ Aspek *Economic*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen						Total
			1	2	3	4	5	6	
Sangat Setuju (SS)	5	1	12	-	14	-	8	-	34
Setuju (S)	4	2	16	1	15	1	19	-	52
Ragu-ragu (RR)	3	3	2	-	1	2	3	3	11
Tidak Setuju (TS)	2	4	-	16	-	14	-	16	46
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	-	13	-	13	-	11	37
Jumlah Skor Aktual			130	131	133	129	125	128	776
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	150	150	900

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
Pertanyaan positif
Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator *profit* (keuntungan)/ aspek *economic* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{776}{900} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = 86{,}22\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *profit* (keuntungan)/ aspek *economic* adalah sebesar 86,22%. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek *economic* TELKOM adalah sangat baik di mata responden. Hal ini terjadi karena aspek *economic* yang dijalankan mengalami perkembangan terbukti dengan nilai tambah bagi *stakeholders* melalui peningkatan kualitas hidup para karyawan, membangun loyalitas dan kepercayaan pelanggan, pemasok dan investor, menjaga kepatuhann terhadap peraturan yang berlaku, memberikan bantuan pinjaman modal kerja dan investasi bagi usaha kecil telah dinilai baik oleh responden.

Selain itu juga TELKOM telah berperan aktif dalam penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi untuk umum utamanya di daerah-daerah tertinggal, dengan kegiatan menyediakan sarana dan prasarana untuk kemudahan akses informasi. Hal tersebut menjadikan usaha yang dijalankan oleh TELKOM dinilai baik pula oleh responden. Dengan hasil tersebut, dapat membuktikan teori bahwa perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

2. *People* (Masyarakat)/ Aspek *Social*

TELKOM CSR memberikan dukungan pada peningkatan kualitas pendidikan masyarakat melalui bantuan fasilitas dan pengetahuan, khususnya pendidikan yang berkaitan dengan teknologi *InfoComm*, mendukung peningkatan derajat kesehatan masyarakat, serta peduli pada pelestarian kebudayaan dan keadaban nasional. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *people* (masyarakat)/ aspek *social* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2
Jawaban Responden Mengenai Indikator *People* (Masyarakat)/ Aspek *Social*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen								Total
			7	8	9	10	11	12	13	14	
Sangat Setuju (SS)	5	1	13	-	12	-	11	-	11	9	56
Setuju (S)	4	2	16	-	16	-	15	-	17	20	84
Ragu-ragu (RR)	3	3	1	2	2	2	4	3	2	1	17
Tidak Setuju (TS)	2	4	-	15	-	17	-	13	-	-	45
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	-	13	-	11	-	14	-	-	38
Jumlah Skor Aktual			132	131	130	129	127	131	129	128	1037
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	150	150	150	150	1200

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
Pertanyaan positif
Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator *people* (masyarakat)/ aspek *social* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{1037}{1200} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = 86{,}42\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *people* (masyarakat)/ aspek *social* adalah sebesar 86,42%. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek *social* yang dilakukan TELKOM adalah sangat baik di mata responden. Hal ini terjadi karena aspek *social* yang dijalankan mengalami perkembangan terbukti dengan kegiatan memberikan bantuan fasilitas dan pengetahuan tentang pendidikan teknologi *InfoComm*, mendukung peningkatan derajat kesehatan masyarkat, dengan kegiatan menyediakan sarana, prasarana dan informasi kesehatan masyarakat serta mendukung pelestarian kebudayan dan keadaban nasional, dengan kegiatan menyediakan sarana *event* kebudayaan/ pembinaan budi pekerti.

Kegiatan-kegiatan diatas dapat membuktikan teori mengenai indikator *people* (masyarakat)/ aspek *social* yang menyatakan bahwa perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan ekonomi kapasitas lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

3. *Plannet* (Lingkungan)/ Aspek *Environment*

TELKOM CSR dalam pelaksanaan aspek *environment* selain pelestarian lingkungan, namun tanggap pula dalam memberikan bantuan kemanusiaan pada saat terjadi bencana maupun pasca bencana. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator *plannet* (lingkungan)/ aspek *environment* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Jawaban Responden Mengenai Indikator *Plannet* (Lingkungan)/ Aspek *Environment*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen						Total
			15	16	17	18	19	20	
Sangat Setuju (SS)	5	1	-	-	11	10	-	7	28
Setuju (S)	4	2	2	2	16	16	-	22	58
Ragu-ragu (RR)	3	3	2	4	3	2	3	1	15
Tidak Setuju (TS)	2	4	17	19	-	2	22	-	60
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	9	5	-	-	5	-	19
Jumlah Skor Aktual			123	117	128	124	122	126	740
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	150	150	900

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
- Pertanyaan positif
- Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator *plannsset* (lingkungan)/ aspek *environment* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{740}{900} \times 100\%$$

% skor aktual = 82,22%

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator *plannet* (lingkungan)/ aspek *environment* adalah sebesar 82,22%. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek *environment* yang dilakukan TELKOM adalah baik di mata responden. Hal ini terjadi karena aspek *environment* yang dijalankan mengalami perkembangan yang cukup baik seperti berperan aktif dalam kegiatan pelestarian lingkungan hidup dengan kegiatan memberikan bantuan penghijauan dan pertamanan. Selain itu juga TELKOM berperan aktif dalam program bantuan kemanusiaan dan bencana alam, hal tersebut menjadikan usaha yang dilakukan oleh TELKOM dinilai baik oleh responden.

Hal ini dapat membuktikan teori indikator *plannet* (lingkungan)/ aspek *environment* bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata.

Setelah sebelumnya membahas tentang bagaimana tanggapan responden terhadap indikator-indikator yang ada pada CSR, maka selanjutnya adalah melakukan pengujian tentang bagaimana peranan CSR pada TELKOM dimata responden. Responden memberikan penilaian mengenai CSR pada TELKOM dengan menilai beberapa kriteria yang ada pada indikator-indikator yaitu *profit* (keuntungan)/ aspek *economic*, *people* (masyarakat)/ aspek *social* serta *plannet* (lingkungan)/ aspek *environment*. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai peranan CSR pada TELKOM dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Jawaban Responden Mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen																			Total
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
SS	5	1	12	-	14	-	8	-	13	-	12	-	11	-	11	9	-	-	11	10	-	7	118
S	4	2	16	1	15	1	19	-	16	-	16	-	15	-	17	20	2	2	16	16	-	22	194
RR	3	3	2	-	1	2	3	3	1	2	2	2	4	3	2	1	2	4	3	2	3	1	43
TS	2	4	-	16	-	14	-	16	-	15	-	17	-	13	-	-	17	19	-	2	22	-	151
STS	1	5	-	13	-	13	-	11	-	13	-	11	-	14	-	-	9	5	-	-	5	-	94
Jumlah Skor Aktual			130	131	133	129	125	128	132	131	130	129	127	131	129	128	123	117	128	124	122	126	2553
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	3000

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
Pertanyaan positif
Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap peranan CSR pada TELKOM dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{2553}{3000} \times 100\%$$

% skor aktual = 85%

Berdasarkan perhitungan di atas, maka tanggapan responden terhadap peranan CSR adalah sebesar 85%. Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang dilakukan oleh TELKOM adalah sangat baik dimata responden. Baiknya penilaian responden disebabkan oleh beberapa hal penting yang mampu diperhatikan oleh TELKOM yaitu aspek *economic*, aspek *social*, dan aspek *environment* yang dinilai sudah dijalankan dengan baik.

Adapun tanggapan responden yang paling baik terhadap indikator CSR adalah indikator aspek *economic* dan aspek *social*. Hal ini terjadi karena pelanggan dan masyarakat sekitar TELKOM dianggap baik berdasarkan telah dilaksanakannya indikator CSR itu sendiri sehingga masyarakat merasakan dampak dari kegiatan CSR TELKOM secara *sustainable*.

4.2.1.2 *Good Corporate Governance (GCG)* Pada TELKOM

TELKOM berkewajiban mematuhi peraturan yang dikeluarkan oleh BAPEPAM-LK dan SEC. TELKOM telah menerapkan kebijakan dan praktek tata kelola perusahaan yang baik (GCG) sesuai dengan standar pasar modal internasional. TELKOM menyadari pentingnya GCG sebagai perangkat untuk meningkatkan kinerja dan akuntabilitas kepada para pemangku kepentingan dan memberikan layanan yang lebih baik kepada para pelanggannya.

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil penelitian yang diperoleh dengan memberikan penilaian atas jawaban responden yang diisi oleh 30 orang pegawai TELKOM, dimana untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel GCG dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Adapun perhitungan yang dilakukan adalah mengacu pada setiap indikator yang ada pada variabel GCG. Untuk lebih jelasnya, maka pembahasan mengenai bagaimana penerapan GCG pada TELKOM adalah sebagai berikut:

1. **Transparansi *(Transparency)***

Sebagai perusahaan publik, TELKOM memiliki *Investor Relations* and *Corporate Secretary* yang bertanggung jawab atas kewajiban keterbukaan informasi serta menyediakan informasi bagi pasar modal sehingga harga saham perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan dan harapan atas pendapatan perusahaan di masa yang akan datang. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator transparansi *(transparency)* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Jawaban Responden Mengenai Indikator Transparansi *(Transparency)*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen					Total
			1	2	3	4	5	
Sangat Setuju (SS)	5	1	10	-	12	-	11	33
Setuju (S)	4	2	15	-	16	-	17	48
Ragu-ragu (RR)	3	3	4	1	3	3	2	12
Tidak Setuju (TS)	2	4	1	24	-	18	-	43
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	-	5	-	9	-	14
Jumlah Skor Aktual			124	124	130	126	129	633
Jumlah Skor Ideal			150	150	250	150	150	750

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
Pertanyaan positif
Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator transparansi *(transparency)* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{633}{750} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = 84{,}4\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator transparansi *(transparency)* adalah sebesar 84,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa transparansi yang dilakukan TELKOM adalah sangat baik di mata responden. Ini terjadi karena TELKOM telah menjalankan tarnsparansi dalam pengambilan keputusan berupa pengembangan infrastruktur informasi internet, *knowledge management* yang merupakan sarana karyawan dalam menyampaikan berbagai informasi berupa ide-ide, atau gagasan. Transparansi dalam mitra kerja berupa aplikasi penerapan *e-procurement* dan *e-tender (eauction)* dan implementasi modul pemasok barang dan jasa. Transparansi dalam penilaian kinerja pegawai berupa kompetensi *assessment tools*, melalui *assessment online* penilaian dilakukan secara langsung.

Ini membuktikan teori mengenai indikator transparansi (*transparency*) bahwa dalam menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan hurus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya

2. Akuntabilitas *(Accountability)*

TELKOM menjunjung tinggi akuntabilitas, diperlukan kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksans secara efektif. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator akuntabilitas *(accountability)* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Jawaban Responden Mengenai Indikator Akuntabilitas *(Accountability)*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen				Total
			6	7	8	9	
Sangat Setuju (SS)	5	1	-	10	-	10	20
Setuju (S)	4	2	-	17	1	17	35
Ragu-ragu (RR)	3	3	2	2	2	3	9
Tidak Setuju (TS)	2	4	15	-	17	-	32
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	13	1	10	-	24
Jumlah Skor Aktual			131	125	126	127	509
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	750

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
- Pertanyaan positif
- Pertanyaan negative

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator akuntabilitas *(accountability)* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{509}{750} \times 100\%$$

% skor aktual = 67,87%

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator akuntabilitas *(accountability)* adalah sebesar 67,87%. Hal tersebut menunjukkan bahwa akuntabilitas yang dilakukan TELKOM adalah cukup dimata responden. Hal ini terjadi karena TELKOM telah menyampaikan Laporan Keuangan RUPS mengenai evaluasi performasi keuangan triwulan dan tahunan, dan dalam Sumber Daya Manusia (SDM) TELKOM telah menerapkan sistem *reward and punishment* kepada karyawan yang berkaitan dengan kebijakan kompensasi yang berlaku di internal perusahaan.

Ini membuktikan teori mengenai indikator akuntabilitas (*accountability*) bahwa perusahaan harus bisa mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan

3. Responsibilitas *(Responsibility)*

TELKOM selalu mengutamakan kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan, pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator responsibilitas *(responsibility)* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Jawaban Responden Mengenai Indikator Responsibilitas *(Responsibility)*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen				Total
			10	11	12	13	
Sangat Setuju (SS)	5	1	-	12	-	11	22
Setuju (S)	4	2	1	16	-	19	36
Ragu-ragu (RR)	3	3	1	2	3	-	6
Tidak Setuju (TS)	2	4	16	-	18	-	34
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	12	-	9	-	21
Jumlah Skor Aktual			129	130	126	131	516
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	750

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
- Pertanyaan positif
- Pertanyaan negative

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator responsibilitas *(responsibility)* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{516}{750} \times 100\%$$

% skor aktual = 68,8%

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator responsibilitas *(responsibility)* adalah sebesar 68,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responsibilitas yang dilakukan TELKOM adalah baik di mata responden. Hal ini terjadi karena setiap pihak/ bagian memiliki tugas dan fungsi masing-masing yang

terpisah, dengan alokasi tanggung jawab masing-masing secara jelas tercantum dalam kebijakan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat dimana setiap pihak atau bagian memiliki tugas dan fungsi masing-masing yang terpisah serta alokasi tanggung jawab masing-masing secara jelas tercantum dalam kebijakan perusahaan.

Ini membuktikan teori mengenai indikator responsibilitas *(responsibility)* bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Independensi *(Independency)*

Berkaitan dengan aspek independensi, Direksi dan Komisaris TELKOM memiliki pendapat yang independen dalam setiap keputusan yang diambil. Selain itu, dimungkinkan pula untuk memperoleh saran dari konsultan independen dan konsultan legal untuk menunjang kelancaran tugas Direksi dan Komisaris. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator independensi *(independency)* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Jawaban Responden Mengenai Indikator Independensi *(Independency)*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen			Total
			14	15	16	
Sangat Setuju (SS)	5	1	11	-	-	11
Setuju (S)	4	2	19	1	-	20
Ragu-ragu (RR)	3	3	-	4	5	9
Tidak Setuju (TS)	2	4	-	15	16	31
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	-	10	9	19
Jumlah Skor Aktual			131	124	124	379
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	450

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
- Pertanyaan positif
- Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator independensi *(independency)* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{379}{450} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = 84{,}22\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator independensi *(independency)* adalah sebesar 84,22%. Hal tersebut menunjukkan bahwa independensi yang dilakukan TELKOM adalah sangat baik di mata responden. Hal tersebut terjadi karena Direksi dan Komisaris TELKOM memiliki pendapat yang independen dalam setiap keputusan yang diambil, selain itu juga TELKOM telah melaksanakan aspek kemandirian dalam bidang keuangan dengan *cash flow* perusahaan yang selalu positif, dan yang terakhir TELKOM telah melaksanakan kemandirian dalam bidang SDM terlihat pada saat dilakukan penunjukan pejabat di tingkat tertentu.

Ini membuktikan teori mengenai indikator kemandirian *(independency)* bahwa perusahaan harus dikelola secara independent sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Kesetaraan dan Kewajaran *(Fairness)*

TELKOM telah menerapkan *equal treatment*, baik kepada pemegang saham mayoritas maupun minoritas, baik otoritas pasar modal dalam negeri maupun luar negeri, selain itu juga TELKOM telah menjamin hubungan dengan karyawan yang akan terus terjaga secara harmonis, TELKOM telah menjamin kewajaran dalam pelaksanaan dan sistem remunerasi, Komite Nominasi dan Remunerasi berperan dalam keputusan perusahaan berkaitan dengan penetapan gaji dan bonus Direksi dan Komisaris serta TELKOM menjamin kewajaran harga dalam proses pengadaan barang dan jasa. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator kesetaraan dan kewajaran *(fairness)* dari semua jawaban responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Jawaban Responden Mengenai Indikator Kesetaraan dan Kewajaran *(Fairness)*

Kriteria Jawaban			No. Instrumen				Total
			17	18	19	20	
Sangat Setuju (SS)	5	1	9	-	9	-	18
Setuju (S)	4	2	19	-	18	-	37
Ragu-ragu (RR)	3	3	2	2	3	2	9
Tidak Setuju (TS)	2	4	-	20	-	14	34
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	-	8	-	14	22
Jumlah Skor Aktual			127	126	126	132	511
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	750

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
- Pertanyaan positif
- Pertanyaan negative

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap indikator kesetaraan dan kewajaran *(fairness)* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{511}{750} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = 68{,}13\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap indikator kesetaraan dan kewajaran *(fairness)* adalah sebesar 68,13%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesetaraan dan kewajaran yang dilakukan TELKOM adalah baik di mata responden. Hal tersebut terjadi karena TELKOM telah menerapkan *equal treatment*, baik kepada pemegang saham mayoritas maupun minoritas, adanya jaminan kewajaran dalam penetapan gaji dan bonus serta adanya jaminan harga dalam proses pengadaan barang dan jasa.

Ini membuktikan teori mengenai indikator kesetaraan dan kewajaran *(fairness)* bahwa Perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kesetaraan dan kewajaran.

Setelah sebelumnya membahas tentang bagaimana tanggapan responden terhadap indikator-indikator yang ada pada GCG, maka selanjutnya adalah melakukan pengujian tentang bagaimana penerapan GCG pada TELKOM dimata responden. Responden memberikan penilaian GCG pada TELKOM dengan menilai beberapa kriteria yang ada pada indikator-indikator yaitu transparansi *(transparency)*, akuntabilitas *(accountability)*, responsibilitas *(responsibility)*, independensi *(independency)* serta kesetaraan dan kewajaran *(fairness)*. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai penerapan GCG pada TELKOM dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Jawaban Responden Mengenai *Good Corporate Governance* (GCG)

Kriteria Jawaban			No. Instrumen																			Total
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
SS	5	1	10	-	12	-	11	-	10	-	10	-	12	-	11	11	-	-	9	-	9	-	104
S	4	2	15	-	16	-	17	-	17	1	17	1	16	-	19	19	1	-	19	-	18	-	176
RR	3	3	4	1	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	-	-	4	5	2	2	3	2	45
TS	2	4	1	24	-	18	-	15	-	17	-	18	-	18	-	-	15	16	-	20	-	14	174
STS	1	5	-	5	-	9	-	13	1	10	-	12	-	9	-	-	10	9	-	8	-	14	100
Jumlah Skor Aktual			124	124	130	126	129	131	125	126	127	129	130	126	131	131	124	124	127	126	126	132	2548
Jumlah Skor Ideal			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	3000

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2009

Keterangan:
- Pertanyaan
- Pertanyaan negatif

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap penerapan GCG pada TELKOM dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara skor aktual dan skor ideal dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{2548}{3000} \times 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = 84{,}93\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka tanggapan responden terhadap penerapan GCG adalah sebesar 84,93%. Hal ini menunjukkan bahwa GCG yang dilakukan oleh TELKOM adalah sangat baik dimata responden. Baiknya penilaian responden disebabkan oleh beberapa hal penting yang mampu diperhatikan oleh TELKOM yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kesetaraan dan kewajaran yang dinilai sudah dijalankan dengan baik sehingga tanggapan responden terhadap penerapan GCG adalah sangat baik.

Adapun tanggapan responden yang paling baik terhadap indikator GCG adalah transparansi. Hal ini terjadi karena TELKOM telah melaksanakan transparansi dalam proses pengambilan keputusan, transparansi terhadap mitra kerja, dan transparansi terhadap penilaian kinerja pegawai.

4.2 Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Penerapan *Good Corporate Governance* Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Setelah mengadakan analisis terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel bebas dan *good corporate governance* sebagai variabel terikat, maka dilakukan analisis untuk mengukur sejauh mana peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

(1) Hasil Uji Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

Dalam menguji adanya hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (Variabel X) dengan *Good Corporate Governance* (Variabel Y) dihitung berdasarkan korelasi *rank spearman*. Skor perhitungan kuesioner *Corporate Social Responsibility* (Variabel X) dan *Good Corporate Governance* (Variabel Y).

Langkah selanjutnya adalah dengan menghitung ranking variabel X dan Y, dengan melihat skor perhitungan kuesioner, perhitungan ranking tersebut menggunakan penolong perhitungan korelasi *rank spearman* dari Hasil perhitungan secara manual hasil r_s yang diperoleh dengan menggunakan *SPSS 14.0 for Windows* sebesar 0.724. Nilai korelasi untuk *corporate social responsibility* dengan *good corporate governance* adalah 0,724 artinya hubungan ini menurut

aturan kriteria *Guilford* termasuk hubungan yang kuat dan searah. Artinya jika *corporate social responsibility* baik maka *good corporate governance* akan baik juga.

(2) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar persentase *corporate social responsibility* (Variabel X) dalam penerapan *good corporate governance* (Variabel Y), maka penulis menggunakan analisis koefisien determinasi (Kd), diperoleh Kd sebesar 52,4%, maka dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (Variabel X) dapat berperan dalam penerpan *Good Corporate Governance* (Variabel Y) sebesar 52,42% dan sisanya yaitu 100% – 52,42% = 47,58% dipengaruhi oleh faktor lain di luar *Corporate Social Responsibility*, misalnya Etika praktek bisnis, pelatihan dan pengembangan karir, hak asasi manusia serta faktor lainnya

(3) Hasil Uji Hipotesis Statistik

Uji statistik yang digunakan adalah uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_s\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}724\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0{,}724)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3{,}8310}{0{,}6897}$$

$$t_{hitung} = 5{,}554$$

Dimana: Jika t_{hitung} > dari t_{tabel}, maka Ho ditolak, H_1 diterima
Jika t_{hitung} < dari t_{tabel}, maka Ho diterima, H_1 ditolak

Dengan taraf signifikan $\propto = 0{,}05$ (5%) dan dk= 30 – 2= 28 maka, t_{tabel}=2,048. Jadi t_{hitung} 5,554 > t_{tabel} 2,048, maka Ho ada pada daerah penolakan berarti H_1 diterima atau *corporate social responsibility* mempunyai peranan yang signifikan dan positif dalam penerapan *good corporate governance*.

V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan mengenai Peranan *corporate social responsibility* dalam penerapan *good corporate governance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. *Corporate Social Responsibility* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. sudah terpenuhi dengan sangat baik. Hal ini didukung oleh telah dilaksanakannya prinsip atau konsep dasar CSR meliputi *profit* (keuntungan)/ aspek *economic*, *people* (masyarakat)/ aspek *social*, dan *plannet* (lingkungan)/ aspek *environment*.
2. Penerapan *Good Corporate Govrnance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. sudah terpenuhi dengan sangat baik. Hal ini didukung oleh telah dilaksanakannya prinsip-prinsip GCG yaitu transparansi *(transparency)*, akuntabilitas *(accountability)*, responsibilitas *(responsibility)*, independensi *(independency)* serta kesetaraan dan kewajaran *(fairness)*.
3. Peranan *Corporate Social Responsibility* dalam penerapan *Good Corporate Govrnance* pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki nilai korelasi yang kuat. *Corporate Social Responsibility* (Variabel X) dapat berperan dalam penerapan *Good Corporate Govrnance* (Variabel Y) sebesar 52,42% dan sisanya yaitu dipengaruhi oleh faktor lain diluar *corporate social responsibility* misalnya etika praktek bisnis, pelatihan dan pengembangan karir, hak asasi manusia serta faktor lainnya yang berperan dalam penerapan *good corporate governance*. Dimana Ho ada pada daerah penolakan berarti H_1 diterima atau *corporate social responsibility* mempunyai peranan yang signifikan dan positif dalam penerapan *good corporate governance*.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang peranan audit kinerja dalam menunjang akuntabilitas publik pada Pemerintah Kota Bandung, maka penulis akan mencoba mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan oleh Pemerintah Kota Bandung sebagai dasar pertimbangan atau masukan bagi instansi yaitu:

1. Sebelum mengalokasikan dana CSR, alangkah lebih baik jika pihak yang bertugas untuk menyeleksi calon penerima program CSR yang akan didanai (khususnya program PKBL), melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap penerima dana CSR. Hal ini dilakukan agar mekanisme dan sistem alokasi dana CSR lebih baik lagi, sehingga tidak akan ada lagi kredit macet maupun tidak tepat sasaran dalam alokasi dana program CSR.
2. Meningkatkan pengetahuan/kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki khususnya SDM yang bertugas di bagian *Community Development Center* (CDC), dengan upaya meningkatkan kinerja SDM, diterapkannya *sistem reward and punishment* kepada karyawan yang dikaitan dengan masalah pengelolaan program CSR.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Ahmed.R Belkaoui. 2006. *Accounting Theory*. Ed.5. Salemba Empat: Jakarta

Andi Supangat. 2006. *Statistika: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Pustaka: Bandung

Ani Yuningsih. 2005. *CSR Antara Publisitas, Citra, dan Etika dalam Profesi Public Relations*. MEDIATOR Jurnal Komunikasi Vol. 6 No.2 Ed Desember

Edi Suharto. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat CSR*. Alfabeta: Bandung

Gunawan Widjaja & Yeremia .A.P. 2008. *Resiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Forum Sahabat: Jakarta

Husein Umar.2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT gramedia Pustaka: Jakarta

Indra Surya. 2006: *Penerapan Good Corporate Governance*. Ed Pertama. Kencana: Jakarta

Jenny Ratna Suminar. 2009. *CSR Adalah Bentuk Kesalehan Sosial Perusahaan (Institusi)*. Jurnal Komunikasi dan Informasi Vol. 8 No.1 Ed April

Jonathan Sarwono. 2005. *Riset Pemasaran dengan SPSS*. Graha Ilmu: Yogyakarta

Mohamad Fajri. 2006. Corporate Social Responsibility. Sinar Harapan Edisi 18 Maret

Moh. Wahyudin Zarkasyi. 2008. *Good Corporate Governance*. Alfabeta: Bandung

Muh. Arief Effendi. 2009. *The Power of Good Corporate Governance:* Teori dan Implementasi. Salemba Empat: Jakarta

Neni Yulianti. 2008. *Corporate Social Responsibility* sebagai Aktivitas *Social Marketing Public Relation*. Jurnal Komunikasi Vol. 9 No.1 Ed Juni

Nur Indriantoro, Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE: Yogjakarta

Noke Kiroyan. 2006. "*Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Adakah Kaitan di Antara Keduanya?" *Economics Business Accounting Review*. Ed. September-Desember: 45 – 58

Parce, Robinson. 2008. *Manajemen Startegis*. Ed. Sepuluh. Salemba Empat: Jakarta

Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Thn 2007

Rindang Widuri & Astria Paramita. 2008. *Analisis hubungan Peranan Budaya Perusahaan Terhadap Penerapan GCG*. The 2nd National Conference UKWMS 6 September

Rosgandika Mulyana. 2005. *Metodologi Penelitian*. Universitas Komputer Indonesia: Bandung

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung

_____. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung

_____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung

Thomas S. Kaihatu. 2006. *Good Corporate Governance* dan Penerapannya di Indonesia. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 8 No. 1 Ed Maret

Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen SDM: Aplikasi contoh dan Perhitungannya*. Agung Media: Jakarta.