

**ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN
SOSIAL TERHADAP LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT UNTUK
MENGUKUR KINERJA SOSIALPADA PT. ASTRA INTERNATIONAL,TBK.**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Profesi Ahli Madya



Oleh :

Lucia Dianingtyas
10409131035

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Lucia Dianingtyas

NIM : 10409131035

Program Studi : Akuntansi DIII

Judul Tugas Akhir : Analisis Penerapan Akuntansi

Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Lingkungan

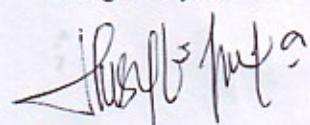
dan Masyarakat Untuk Mengukur Kinerja Sosial

Pada PT. Astra International, Tbk.

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil kerja sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi oleh orang lain kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, Mei 2013

Yang menyatakan



(Lucia Dianingtyas)

ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN
SOSIAL TERHADAP LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT UNTUK
MENGUKUR KINERJA SOSIAL PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk.

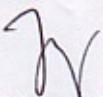
TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal... 1 Mei 2013...

Untuk dipertahankan di depan Tim Pengudi Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi DIII Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Ketua Program Studi
Akuntansi DIII


Ani Widayati, M.Pd.
NIP. 197309082001122001

Disetujui

Dosen Pembimbing


Drs. Pardiman
NIP. 194907031975031003

Disahkan Oleh

Ketua Pengelola

Universitas Negeri Wates


Dapan, M. Kes
NIP. 195710121985021001

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN
SOSIAL TERHADAP LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT UNTUK
MENGUKUR KINERJA SOSIAL PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk.

Disusun Oleh:

Lucia Dianingtyas
10409131035

telah dipertahankan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir Program Studi
Akuntansi DIII

Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Yogyakarta
Pada tanggal 13 Mei 2013 dan dinyatakan telah memenuhi
syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Ketua merangkap anggota

Sekretaris merangkap anggota

Susunan Tim Pengaji

Nama Lengkap

Ismani, M.Pd.I MM

Drs. Pardiman....

Tanda Tangan

Yogyakarta, 13 Mei 2013

Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,

Dr. Sugiharsono, M. Si
NIP. 195503281983031002

Universitas Negeri Yogyakarta
Kampus Wates
Ketua Pengelola,

Dapan, M. Kes
NIP. 195710121985021001

MOTTO

Kebahagiaan adalah milik mereka yang mempunyai impian, dan punya keberanian untuk berusaha mewujudkannya menjadi kenyataan.

*Kupersembahkan karya ini untuk semua orang
yang sangat aku cintai dan mencintai ku, teristimewa untuk
Kedua orang tua ku Cosmas Totok Srihandoyo dan Realina Wahyu Endang Broto
Yuliastini, yang membesarkanku hingga aku bisa menjadi seperti sekarang ini,
Theodorus Pandhu Bhaskoro Pradono Putro, ST., teman bertumbuh dalam Tuhan
yang selama ini telah memberikan cinta, kasih sayang, dan dukungan moril
kepada ku, kedua adik ku Yohanes Bagus Aprilian Yudiantoro dan Agustina Dian
Kartika Putri yang selalu menghibur ku saat rasa jemu menghampiri..
Aku mencintai kalian semua.*

ABSTRAK

ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL TERHADAP LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT UNTUK MENGIKUR KINERJA SOSIAL PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL, Tbk.

Oleh :

Lucia Dianingtyas
10409131035

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial pada PT. Astra International,Tbk (2) Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap lingkungan dan Masyarakat pada PT. Astra International, Tbk (3) Cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk.

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah: (1) Data pengungkapan *Sustainability Reporting* yang digunakan adalah tahun 2011 dan 2012, (2) Indikator pengungkapan menggunakan ISO 26000 *Global Reporting Initiative*, (3) Teknik pengumpulan datanya menggunakan rekaman arsip, dan observasi langsung. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengembangan deskripsi kasus yang dalam prosesnya mengembangkan suatu kerangka kerja deskriptif untuk mengorganisasikan studi kasus bukti-bukti yang telah diperoleh oleh peneliti.

Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) PT. Astra International telah menerapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial, dalam hal ini perusahaan telah melaksanakan berbagai macam kegiatan sosial terhadap lingkungan dan masyarakat agar dapat membantu mengentaskan segala problematika yang ada pada masyarakat Indonesia saat ini. (2) PT. Astra International telah menerapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungan dan masyarakat untuk menunjang hubungan yang harmonis dengan lingkungan dan masyarakat sekitar instansi Astra. Hal ini ditunjukan dengan adanya berbagai macam yayasan dan lembaga-lembaga yang didirikan untuk melestarikan lingkungan dan untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia. (3) Cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International adalah dengan mencocokannya dengan *Global Reporting Initiative*, setelah selesai maka perlu dibuktikan dengan data-data yang mendukung pernyataan indikator tersebut, dan dihasilkan presentase 41,071% disini perusahaan menurut program penilaian tingkat perusahaan (PROPER) termasuk dalam kelompok merah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan berkatnya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Lingkungan dan Masyarakat Untuk Mengukur Kinerja Sosial Pada PT. Astra International, Tbk. Tugas Akhir merupakan salah satu syarat dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Program Studi Akuntansi DIII. Umumnya kegiatan ini telah diselesaikan oleh mahasiswa tingkat akhir DIII Akuntansi pada semester terakhir. Tugas Akhir ini sangat berguna bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja maupun untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi lagi. Terutama Tugas Akhir dapat memberikan nilai tambah yang cukup besar bagi mahasiswa kelak, karena pada saat mengerjakan Tugas Akhir ini mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu dan teori yang didapat pada bangku perkuliahan terhadap masalah yang sedang di analisis oleh mahasiswa. Hal ini menimbulkan suatu pola pikir yang baru bagi mahasiswa. Disamping itu mahasiswa juga dapat belajar untuk menganalisis sesuatu dengan lebih jelas, hati-hati, teliti, namun dapat menemukan hasil penelitian dengan tepat.

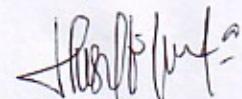
Setelah selesainya saya mengerjakan Tugas Akhir ini teristimewa saya ingin mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, Dekan Fakultas Ekonomi, Kepala Prodi Akuntansi DIII, Ketua Pengelola Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates, Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi UNY, Bapak Drs. Pardiman sebagai Dosen Pembimbing saya yang

dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyusun Tugas Akhir ini, Bapak Ismani, M.Pd., MM. yang telah bersedia menjadi Dosen Pengaji saya, teman-teman Akuntansi DIII 2010 yang selama ini menjadi teman yang baik di kampus dan menjadi inspirasi saya untuk jauh menjadi orang yang lebih maju, berkembang, dan sukses, serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu saran dan kritik yang bersifat membangun senantiasa dinantikan. Harapan penulis adalah semoga apa yang telah dituangkan dalam Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Akhirnya penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pembaca.

Yogyakarta, 1 Mei 2013

Penyusun



(Lucia Dianingtyas)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan Tugas Akhir.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto dan Persembahan.....	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Tugas Akhir	9
F. Manfaat Tugas Akhir	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Mengukur Kinerja	11
1. Pengertian Kinerja.....	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja	11
3. Penilaian Kinerja.....	12

B. Kinerja Sosial Perusahaan.....	13
C. Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap Lingkungan dan Masyarakat.....	14
1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	14
2. CSR Konsep yang Terus Berkembang.....	16
3. Evolusi Teori CSR	16
4. Cakupan Tanggung Jawab Sosial	17
5. Tanggung Jawab Sosial Merujuk Pada ISO 26000.....	18
6. <i>Sustainability Reporting</i>	21
D. Kerangka Berpikir.....	39
E. Pertanyaan Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Desain Penelitian.....	45
C. Variabel Penelitian.....	46
D. Definisi Operasional Variabel.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Analisa Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Data Umum.....	50
2. Data Khusus	54
B. Pembahasan.....	60

1. Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial PT. Astra International, Tbk	60
2. Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap Lingkungan dan Masyarakat.....	61
3. Pengukuran Kinerja Sosial Perusahaan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	166
A. Kesimpulan	166
B. Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN	169

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator <i>Sustainability Reporting</i>	23
Tabel 4.1 Data Pengungkapan PT. Astra International terkait CSR	54
Tabel 4.2 Pengungkapan Indikator Ekonomi.....	105
Tabel 4.3 Pengungkapan Indikator Lingkungan	113
Tabel 4.4 Pengungkapan Indikator Hak Asasi Manusia	123
Tabel 4.5 Pengungkapan Indikator Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan	135
Tabel 4.6 Pengungkapan Indikator Tanggung Jawab Produk.....	141
Tabel 4.7 Pengungkapan Indikator Masyarakat.....	146
Tabel 4.8 Pengungkapan Indikator <i>Sustainability Report</i> Keseluruhan	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Laporan Laba Rugi Konsolidasi.....	108
Gambar 4.2 Program Imbalan Pasca Kerja	109
Gambar 4.3 Laporan Arus Kas Konsolidasi	111
Gambar 4.4 Pengungkapan Pengembangan Wirausaha.....	112
Gambar 4.5 Pengungkapan Konservasi	118
Gambar 4.6 Pengungkapan Ukuran Lahan	119
Gambar 4.7 Efisiensi Energi dan Sumber Daya Manusia.....	120
Gambar 4.8 Presentase Dampak Keuangan	122
Gambar 4.9 Fokus Beasiswa Astra	131
Gambar 4.10 Pelatihan Oleh YDBA.....	132
Gambar 4.11 Data Karyawan Grup Astra Berdasarkan Usia.....	138
Gambar 4.12 Iktisar Kebijakan Akuntansi Yang Signifikan	145

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebanyakan orang beranggapan bahwa perusahaan industri dapat memberikan banyak dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Mereka beranggapan bahwa perusahaan tersebut dapat mensejahterakan mereka mulai dari membuka lapangan pekerjaan, memproduksi barang, memberikan kontribusi bagi pajak Negara sebagai salah satu wujud menambah penghasilan Negara, serta menyediakan anggaran untuk sumbangan apabila masyarakat membutuhkan. Sekain itu perusahaan dapat memberikan dampak yang baik untuk mensejahterakan masyarakat sekitarnya.

Fungsi perusahaan yang begitu besar dan luas, maka perusahaan dapat dengan leluasa menjalankan usahanya tersebut. Memang tujuan perusahaan adalah untuk menyediakan kebutuhan masyarakat, namun ada tujuan yang lebih penting bagi perusahaan dari pada itu, yaitu untuk mencari laba yang sebesar-besarnya.

Misi perusahaan agar dapat menghasilkan laba yang sebesar-besarnya membuat perusahaan mencari peluang guna mencapai tujuan tersebut dengan berbagai cara sehingga akhirnya dapat berdampak negatif bagi lingkungannya. Dampak negatif tersebut antara lain polusi udara, keracunan, eksploitasi sumber daya alam, kebisingan yang dihasilkan oleh

mesin produksi dan lain-lain. Dampak negatif tersebut jika tidak dikontrol maka akan merugikan masyarakat dan lingkungannya. Dampak ini disebut *social cost*. Karena besarnya dampak *social cost* terhadap masyarakat, maka masyarakat menginginkan dampak tersebut dikontrol sehingga tidak menimbulkan efek negatif yang terlalu besar.

Namun, tidak semua perusahaan berdampak negatif seperti yang disebutkan diatas, yaitu hanya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi banyak perusahaan yang memberikan layanan yang memuaskan masyarakat sekitarnya untuk dapat melangsungkan aktivitas perusahaan, sehingga membuat masyarakat lebih memperhatikan lingkungan sekitarnya.

Usaha bisnis sekarang ini tidak hanya dilihat dari kualitas produk suatu perusahaan tapi juga dinilai bagaimana perlakuan perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Hal ini diharapkan agar perusahaan tidak hanya mencari keuntungan yang berlipat ganda tetapi juga memperhatikan kondisi lingkungan sekitarnya. Penerapan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap tanggungjawab sosialnya.

Menurut William J. Bryon (2010) dalam *The Power of Principles* ada empat tingkat tanggung jawab sosial, yaitu ekonomis, legal, etis, dan bebas. Keempatnya penting, secara bersamaan mereka menjelaskan apa yang sering ditunjuk sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau kewargaan perusahaan yang baik.

Tingkat satu, tanggung jawab ekonomis mengharuskan beberapa atau semua langkah berikut pada saat-saat strategis dan di dalam kesinambungan strategis, meningkatkan harga, mengurangi biaya, memutuskan pengurangan tenaga kerja demi efisiensi, memerintahkan pembaharuan atau penggantian gedung dan perlengkapan, memperkenalkan teknologi baru, penemuan pasar-pasar baru, dan pengandaian resiko.

Tingkat kedua, tanggung jawab legal di dalam kehidupan perusahaan berarti menaati hukum dan mengakui bahwa hukum yang mengatur dimaksudkan untuk menjaga kompetisi. Penghormatan terhadap hukum wajib dan mutlak dimiliki oleh setiap perusahaan. Disinilah perusahaan bisa menaati aturan-aturan termasuk segala bentuk perundang-undangan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial.

Tingkat ketiga, yakni tanggung jawab etis dimaksudkan sebagai penghormatan terhadap martabat manusia (termasuk didalamnya karyawan, konsumen, rekan kerja, pesaing, dan sebagainya). Selain itu, tanggung jawab etis juga termasuk sebagai penghormatan atas lingkungan fisik yang telah menjadi dampak atas kegiatan perusahaan.

Tingkat yang tertinggi adalah sikap bebas dan sukarela terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Tingkatan ini lebih penting daripada tanggung jawab yang lain dibawahnya. Sebab pada tingkat ini lebih menekankan sikap sosial yang sukarela tanpa adanya dorongan baik secara

sosial yang sukarela tanpa adanya dorongan baik secara sosial maupun hukum yang diberlakukan oleh pemerintah.

Tingkat tertinggi ini, yang terjadi adalah hubungan-hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Baik antara perusahaan dengan pekerja atau pemegang saham dalam konteks internal, maupun dengan lingkungan dan masyarakat pada konteks eksternal. Dalam hubungan dengan masyarakat pun, tidak ada lagi *gap* dengan perusahaan. Perusahaan dan masyarakat menjadi menyatu, sehingga tidak akan ada lagi kesenjangan sosial yang mungkin terjadi dalam hubungan industrial.

Menanggulangi perkembangan bisnis baru, diakui bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kewajiban perusahaan. Bilamana kewajiban ini dikaitkan dengan fungsi perusahaan maka CSR harus dilakukan secara sukarela bukan karena paksaan dari luar.

Saat ini bentuk akuntansi pertanggungjawaban sosial belum mempunyai format baku sehingga pelaporannya masih bersifat sukarela. Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 1 Paragraf Kesembilan dinyatakan : “ perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), Khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Atas masalah ini, tentu kita patut berbangga khususnya kepada perusahaan-perusahaan yang telah sejak lama mengimplementasikan CSR jauh sebelum CSR disinggung dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Meskipun beberapa dari perusahaan tersebut tidak menamakan kegiatannya secara eksplisit sebagai CSR. Misalnya dengan nama pengembangan masyarakat atau bantuan sosial lainnya.

Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak dari keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan. Tidak selamanya keputusan atau kegiatan perusahaan bersifat positif, ada kalanya berdampak negatif. Ketika perusahaan berdampak negatif terhadap masyarakat, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.

Konsep tentang CSR sebagai konsekuensi dari dampak atas keputusan dan kegiatan perusahaan setidaknya sejalan dengan ISO 26000, sebuah panduan CSR secara internasional. Dalam ISO 26000 tersebut ditegaskan bahwasannya bentuk CSR dijalankan secara etik yang bersesuaian dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Pembangunan berkelanjutan merupakan suatu gagasan untuk membuat kehidupan manusia terus berlanjut dan tidak serakah.

Penelitian Dirk Matten dan Jeremy Moon (2008) dalam artikel yang dimuat di *Academy of Management Review* (vol. 33. No. 2, 404-424) menyimpulkan bahwa CSR di Negara-negara maju khususnya Eropa

dilakukan secara implicit. CSR tidak dilakukan secara eksplisit dalam program sosial tertentu, tetapi menyatu dengan peraturan dan tindak-tanduk perusahaan. Hal ini disebabkan peran-peran sosial untuk mengatasi masalah sosial telah dilakukan oleh pemerintah melalui berbagai kebijakan sosialnya.

Bagaimana dengan Indonesia, sebagai Negara berkembang dengan tingkat kemiskinan dan pengangguran yang tidak kecil, Indonesia membutuhkan peran yang besar dari kalangan swasta untuk menyelesaikan masalah sosial. Hal ini terjadi karena peran Negara masih sangat minimal dalam menyelesaikan masalah sosial sehingga CSR merupakan salah satu jawaban atas solusi permasalahan sosial yang dihadapi oleh Indonesia.

Adapun definisi CSR (*Corporate Social Responsibility*) menurut ISO 26000 adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Dalam batasan demikian, maka CSR sesungguhnya merupakan konsep dan program yang muncul secara sukarela, karena perusahaan menganggap penting sehingga harus diformulasikan sedemikian rupa.

Selanjutnya didalam konsep CSR terdapat berbagai aspek seperti nilai, kultur, kompetensi, sejarah perusahaan bahkan etika yang dijadikan dasar bertindak oleh seluruh pihak internal manajemen perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) ditujukan untuk menciptakan keselarasan antara kepentingan manajemen perusahaan dengan kepentingan *stakeholders* dan dimaksudkan untuk mendorong agar perusahaan lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya, sehingga pada akhirnya perusahaan akan dapat memperoleh manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

Masuknya program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan daya saing melalui reputasi atau citra perusahaan. Kini yang menjadi tantangan selanjutnya adalah bagaimana semua pihak terkait memiliki kesungguhan komitmen dan bersama-sama menerapkan program-program tanggungjawab sosial dalam pengabdinya terhadap masyarakat.

CSR bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh kepentingan *stakeholder* perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kepentingan ekternal. Perusahaan yang dominan dimasyarakat manapun harus mengambil tanggungjawab untuk kepentingan bersama. Setiap keputusan yang dibuat,

setiap tindakan yang diambil haruslah dilihat dalam kerangka tanggungjawab tersebut.

Penelitian ini akan membahas aktivitas sosial pada PT. Astra International, Tbk., sebuah perusahaan industri otomotif terbesar. Perusahaan ini memiliki area disekitar kawasan padat penduduk yang harus memperhatikan kondisi lingkungannya terkait dampak yang ditimbulkan dari aktivitas-aktivitas perusahaan, baik internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, dan penelitian ini bertujuan mengetahui penerapan akuntasi tanggungjawab sosial perusahaan dalam menilai kinerja sosial perusahaan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Penyusunan laporan biaya CSR pada PT. Astra International, Tbk. belum dapat dilihat oleh masyarakat luas.
2. Akuntansi pertanggungjawaban sosial PT. Astra International, Tbk. terhadap lingkungan belum sesuai dengan ketentuan .
3. Akuntansi pertanggungjawaban sosial PT. Astra International, Tbk. terhadap masyarakat belum dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia.
4. Cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk.

C. Pembatasan Masalah

Untuk mencegah pembahasan tidak meluas dan lebih fokus pada permasalahan yang dibahas, maka batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konteks penelitian adalah membandingkan antara kenyataan implementasi Akuntansi pertanggungjawaban sosial pada PT. Astra International, Tbk dengan standar ISO 26000.
2. Cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk .

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap lingkungan dan masyarakat untuk mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk. ?

E. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah :

1. Dapat mengetahui yang dimaksud dengan Akuntansi Pertanggungjawaban sosial.
2. Dapat mengetahui yang dimaksud dengan Akuntansi Pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungan.
3. Dapat mengetahui yang dimaksud dengan Akuntansi Pertanggungjawaban sosial terhadap masyarakat.

4. Dapat mengetahui cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk.

F. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui bagaimana aktivitas sosial yang dilakukan oleh PT. Astra International, Tbk. terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar sebagai wujud dari tanggung jawab sosial dari perusahaan.

2. Bagi Universitas

Sebagai informasi untuk universitas tentang aktivitas sosial PT. Astra International, Tbk. sebagai perwujudan dari *Corporate Social Responsibility*. Serta mengetahui tentang penyusunan laporan dari biaya-biaya sosial sebagai pelengkap laporan keuangan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial PT Astra International, Tbk.

3. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi salah satu informasi tentang bagaimana aktivitas sosial PT. Astra International, Tbk. serta penyajian pelaporan dari biaya-biaya sosial sebagai pelengkap laporan keuangan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial dari PT. Astra International, Tbk.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Mengukur Kinerja

1. Pengertian Kinerja

Menurut Mink (1993:76) Kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasikan kepada pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi dihubungkan dengan visi yang diemban suatu organisasi atau perusahaan serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional.

Menurut Witmore dalam *Coaching for Performance* (1997 : 104) “kinerja adalah pelaksanaan fungsi-fungsi yang dituntut dari seorang atau suatu perbuatan, suatu prestasi, suatu pameran umum keterampilan”.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Menurut Gibson (1987) ada 3 faktor yang berpengaruh terhadap kinerja, yaitu :

- a. Faktor individu, yaitu kemampuan , ketrampilan, latar belakang, keluarga, pengalaman kerja, tingkat sosial, dan demografi seseorang.
- b. Faktor psikologis, yaitu persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi, dan kepuasan kerja.

- c. Faktor organisasi, yaitu struktur organisasi, desain pekerjaan, kepemimpinan, serta sistem penghargaan (*reward system*).

3. Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan.

- a. Menurut Bernardin dan Russel (1993 : 379) “*A way of measuring the contribution of individuals to their organization* “. Penilaian kinerja adalah cara mengukur kontribusi individu (karyawan) kepada organisasi tempat mereka bekerja.
- b. Menurut Cascio (1992 : 267) “penilaian kinerja adalah sebuah gambaran atau deskripsi yang sistematis tentang kekuatan dan kelemahan yang terkait dari seseorang atau suatu kelompok”.
- c. Menurut Bambang Wahyudi (2002 : 101) “penilaian kinerja adalah suatu evaluasi yang dilakukan secara periodik dan sistematis tentang prestasi kerja / jabatan seorang tenaga kerja, termasuk potensi pengembangannya”.

d. Menurut Henry Simamora (338 : 2004) “ penilaian kinerja adalah proses yang dipakai oleh organisasi untuk mengevaluasi pelaksanaan kerja individu karyawan”.

B. Kinerja Sosial Perusahaan.

Kinerja sosial merupakan bentuk keberpihakan *stakeholders*, yang mana didalamnya mengandung kosekuensi ekonomi (Ulman, 1985). Tantangan membangun keberlanjutan dalam mengelola bisnis, diwujudkan Perseroan dengan Rencana Induk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Master Plan CSR). Rencana ini difokuskan pada kinerja pembangunan sosial yang langsung dipantau oleh Direktorat Umum dan CSR. Dalam rencana induk ini, ada dua strategi yang membagi seluruh kegiatan CSR, layaknya dua sisi mata uang. Di satu sisi, strategi dilakukan untuk memenuhi kewajiban hukum terhadap pemangku kepentingan. Hal ini mendorong Perseroan, untuk melakukan pengelolaan dampak positif maupun negatif dari kegiatan operasi usaha. Selain itu, kegiatan CSR juga merujuk pada prinsip ISO 26000.

Di sisi lainnya, strategi kegiatan CSR direalisasikan melalui prinsip keterlibatan semua pemangku kepentingan (*stakeholders inclusivity*) dan pembangunan masyarakat. Dalam hal ini kegiatan CSR dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan yang disesuaikan dengan kemampuan Perseroan, termasuk menghormati hak komunitas, mengetahui karakteristik komunitas dalam berinteraksi, mengakui ‘nilai

kerja' dalam bermitra dan berinvestasi sosial untuk menghasilkan nilai tambah bagi masyarakat.

Realisasi dari kinerja sosial dapat berupa beasiswa, bantuan kesehatan, pembangunan sekolah, pembangunan yayasan dan masih banyak lagi.Bantuan beasiswa dapat langsung ditujukan kepada para siswa berprestasi di seluruh Indonesia. Dengan bekerja sama dengan lembaga pendidikan dimaksudkan dapat menyaring para siswa berprestasi. Bantuan kesehatan juga dapat ditujukan langsung kepada masyarakat tidak mampu agar dapat mendapatkan pelayanan kesehatan secara baik.Pembangunan yayasan ditujukan agar dapat menjadi sarana penyaluran bantuan sosial.

C. Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap Lingkungan dan Masyarakat

1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Menurut website kementerian negara lingkungan hidup (www.Menlh.go.id) yang membuat program sehubungan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yakni program penilaian peringkat perusahaan (PROPER), perusahaan dikelompokkan menjadi lima kelompok terkait dengan praktik *Corporate Social Responsibility*, yaitu: kelompok hitam, merah, biru,

hijau, dan emas.

- a. Kelompok hitam adalah perusahaan yang belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan berarti, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan, serta berpotensi mencemari lingkungan.
- b. Kelompok merah adalah perusahaan yang melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian kecil mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan (50% memenuhi persyaratan).
- c. Kelompok Biru adalah perusahaan yang melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi beberapa upaya belum mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan (80% memenuhi persyaratan).
- d. Kelompok Hijau adalah perusahaan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan, telah mempunyai sistem pengelolaan lingkungan, mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat, termasuk melakukan upaya 3R (*Reuse, Recycle, Recovery*).
- e. Kelompok Emas adalah perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (*Reuse, Recycle, Recovery*), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan, serta

melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan masyarakat pada jangka panjang.

2. CSR, Konsep yang Terus Berkembang.
 - a. Sejarah dan definisinya dikumpulkan oleh Archile Carroll dan diikuti oleh penulis lainnya.
 - b. Sejarah : Carroll menyatakan bahwa CSR modern dimulai di tahun 1953 dengan terbitnya buku karya Howard Bowen. Blowfield dan Flynas melacak akar CSR dari para filsuf Yunani dan etika bisnis menurut Kristen dan Islam.
3. Evolusi Teori CSR (Lee, 2008)
 - a. 1950-1960an : Tanggung jawab pemilik perusahaan (Bowen, 1953).
 - b. 1970an : Kepentingan diri yang tercerahkan (Wallich dan McGowen, 1970).
 - c. 1980an : Kinerja sosial perusahaan (Carroll 1979; Watick dan Cochran, 1985; Wood, 1991).
 - d. 1990an : Manajemen strategis (Freeman, 1984; Clarkson 1995; Jones, 1995, Hart, 1997).
 - e. 2000an : Belum ada.
4. Cakupan Tanggung Jawab Sosial.

Perumusan ISO 26000 diikuti oleh lebih dari 90 negara dan 40 organisasi internasionalnya yang terdiri dari berbagai ahli yang berbeda-beda bidang kerjanya. Para ahli yang ikut merumuskan ini berasal dari berbagai macam stakeholder diantaranya konsumen, pemerintah, industri, pekerja, NGO, peneliti, akademisi dan lain sebagainya.

Setelah dirumuskan selama bertahun-tahun sejak 2004 silam, ISO 26000 akhirnya telah dicapai kesepakatan dengan disetujuinya draft terakhir pada penghujung 2010 silam. Karena masih baru, ISO 26000 belum banyak diketahui oleh masyarakat, khususnya kalangan perusahaan dan pemangku CSR.

ISO 26000 tidak secara khusus menyatakan dirinya sebagai petunjuk mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Namun ISO 26000 menganggap bahwa semua jenis organisasi (organisasi masyarakat sipil, perusahaan dan pemerintah) dalam berbagai ukuran memiliki tanggung jawab sosial yang pada dasarnya sama.

Dengan kata lain dokumen tersebut mengatakan bahwa tanggung jawab sosial sesungguhnya adalah tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan tindakannya. Dengan kata lain ISO 26000 hanya memuat *guidelines* (panduan) saja dan bukan *requirements*, karena memang ISO 26000 memang tidak dirancang sebagai standar

sistem manajemen dan tidak digunakan sebagai standar sertifikasi sebagaimana ISO 9001 ataupun jenis ISO lainnya.

ISO 26000 yang hanya berfungsi sebagai *guidelines* ini pun ditegaskan dalam pembukuannya. Ditegaskan bahwa, “*This international standard contains no requirements and therefore the word “shall”, which indicates a requirement in ISO language, is not used*”. Lebih lanjut, karena bersifat rekomendasi maka ISO 26000 bisa menyatu dalam peraturan perundangan yang ada di suatu Negara.

Sebagaimana telah disinggung sebelumnya ISO 26000 adalah berkaitan dengan manajemen dampak atas kebijakan organisasi atau lembaga. Oleh karenanya, ISO 26000 “berekor” *Guidance on Social Responsibility*, bukan mengkhususkan diri pada korporasi. Disinilah muncul pemahaman bahwasannya ISO 26000 sebenarnya bukan hanya untuk korporasi besar, tetapi mungkin juga bisnis yang berdampak terhadap lingkungan, organisasi sosial atau bahkan pemerintah sendiri. Sehingga ISO 26000 tampaknya sangat tepat untuk dijadikan panduan dalam konteks Indonesia yang mempunyai tingkat kesenjangan cukup tinggi.

5. Tanggung Jawab Sosial Merujuk Pada ISO 26000.

a. Tata Kelola Organisasi.

1. Proses dan struktur pengambilan keputusan : transparansi, etis, akuntabel, perspektif jangka panjang, memperhatikan

dampak terhadap pemangku kepentingan, berhubungan dengan pemangku kepentingan.

2. Pendeklasian kekuasaan : kesamaan tujuan, kejelasan mandat, desentralisasi untuk menghindari keputusan yang otoriter.

b. Hak Asasi Manusia.

1. Nondiskriminasi dan perhatian pada kelompok rentan.
2. Menghindari kerumitan.
3. Hak-hak sipil dan politik.
4. Hak-hak ekonomi, sosial dan budaya.
5. Hak-hak dasar pekerja.

c. Praktik Ketenagakerjaan.

1. Kesempatan kerja dan hubungan pekerjaan.
2. Kondisi kerja dan jaminan sosial.
3. Dialog dengan berbagai pihak.
4. Kesehatan dan keamanan kerja.
5. Pengembangan sumberdaya manusia.

d. Lingkungan.

1. Pencegahan polusi.
2. Penggunaan sumberdaya yang berkelanjutan.
3. Mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim.
4. Perlindungan dan pemulihan lingkungan.

- e. Praktik Operasi yang Adil.
 - 1. Anti Korupsi
 - 2. Keterlibatan yang bertanggung jawab dalam politik.
 - 3. Kompetisi yang adil.
 - 4. Promosi tanggung jawab sosial dalam rantai pemasok (*supply chain*).
 - 5. Penghargaan atas *property right*.
- f. Konsumen.
 - 1. Praktik pemasaran, informasi dan kontrak yang adil.
 - 2. Penjagaan kesehatan dan keselamatan konsumen.
 - 3. Konsumsi yang berkelanjutan.
 - 4. Penjagaan data dan privasi konsumen.
 - 5. Pendidikan dan penyadaran.
- g. Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat.
 - 1. Keterlibatan di masyarakat.
 - 2. Penciptaan lapangan kerja.
 - 3. Pengembangan teknologi.
 - 4. Kekayaan dan pendapatan.
 - 5. Investasi yang bertanggung jawab.
 - 6. Pendidikan dan kebudayaan.
 - 7. Kesehatan.
 - 8. Peningkatan kapasitas.

6. *Sustainability Reporting*

Pelaporkan *sustainability report* harus terdapat keseimbangan dan kebijaksanaan dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dilaporkan suatu perusahaan. Hal ini meliputi kontribusi yang telah diberikan perusahaan kepada masyarakat yang merupakan *stakeholders*, baik hal yang positif maupun negatif.

Berdasarkan *Global Reporting Initiative* terdapat beberapa prinsip-pinsip dasar yang harus dilaporkan dalam *sustainability report*, yaitu:

1. Seimbang (*balance*) : mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan.
2. Dapat dibandingkan (*comparability*) : mencerminkan aspek-aspek yang digunakan dan dilaporkan harus konsisten sehingga dapat dibandingkan antar waktu.
3. Teliti (*accuracy*) : informasi yang disajikan harus lengkap dan detail agar bisa dinilai oleh pengguna kepentingan secara jelas, tepat dan akurat.
4. Tepat waktu (*timeliness*) : laporan harus disajikan tepat waktu bagi pengguna kepentingan dan pihak-pihak lain yang memerlukan.
5. Jelas (*clarity*) : informasi harus dalam format yang mudah dipahami dan bisa diakses oleh pengguna kepentingan.

6. Dapat dipercaya (*reliability*) : informasi harus jelas dan dapat dipercaya mulai dari proses pengumpulan, pencatatan, analisis sampai penyajian.

Standar pengungkapan *Global Reporting Inisiatif* dibagi menjadi 3 bagian : Strategi dan profil, pendekatan manajemen, dan indikator pelaksanaan.

1. Strategi dan profil

Pengungkapan diatur oleh keseluruhan konteks yang ada di dalam pelaksanaan organisasi. Sehingga terdapat beberapa item yang harus diungkapkan dalam *sustainability report*, yaitu:

- a. Visi dan strategi (*Vision and Strategy*)
- b. Profil (*Profile*)
- c. Hal-hal yang berhubungan dengan pemerintahan, struktur dan sistem manajemen (*Governance, Structure and Management System*)

2. Pendekatan manajemen

Pengungkapan dijelaskan dengan memberi aturan pada tiap item dan penjelasan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial pada tiap aspek. Beberapa item beserta aspek yang harus diungkapkan dalam *sustainability report*, yaitu ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Indikator *Sustainability Reporting*

No	Indikator <i>Sustainability Report</i>	Ya	Tidak
1.	Ekonomi		
	a. Kinerja ekonomi		
	Utama (<i>core</i>)		
EC1	Nilai ekonomi langsung yang menghasilkan dan mendistribusikan pendapatan, biaya operasi, ganti rugi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lain, laba ditahan dan pembayaran ke pemilik modal dan pemerintah.		
EC2	Implikasi keuangan dan resiko-resiko lain serta peluang aktivitas organisasi karena perubahan iklim.		
EC3	Kewajiban aplikasi rencana pemberian tunjangan oleh organisasi.		
EC4	Signifikansi penerimaan bantuan keuangan dari pemerintah.		
	b. Presensi pasar		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EC5	Nilai rata-rata rasio upah awal standar yang dibandingkan dengan upah		

	minimum lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan		
	Utama (<i>core</i>)		
EC6	Politik, praktek-praktek dan proporsi pembelanjaan dari para pemasok pada lokasi yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan.		
EC7	Kebijakan manajemen dalam perekrutan karyawan yang berasal dari masyarakat lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan.		
	c. Dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung		
	Utama (<i>core</i>)		
EC8	Dampak dari pembangunan investasi-investasi prasarana dan jasa yang menyediakan manfaat publik baik secara komersial, kesesuaian atau keahlian.		
EC9	Memahami dan menggambarkan peningkatan dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung yang disebabkan oleh aktivitas organisasi.		

	Jumlah		
2	Lingkungan		
	a. Bahan-bahan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN1	Penggunaan bahan berdasarkan kebutuhannya.		
EN2	Presentase dari bahan-bahan masukan yang didaur ulang		
	b. Energi		
	Utama (<i>core</i>)		
EN3	Energi langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		
EN4	Energi tidak langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN5	Penyimpanan energi yang bertujuan memperbaiki tingkat konservasi dan efisiensi energi.		
EN6	Inisiatif pemakaian energi secara efisien dalam menghasilkan produk-produk dan jasa serta pertimbangan tingkat penyusutan energi.		
EN7	Inisiatif mengurangi konsumsi energi		

	tidak langsung dan tingkat penyusutan-penyusutan yang akan terjadi.		
	c. Air		
	Utama (<i>core</i>)		
EN8	Total pemakaian air yang digunakan sebagai sumber.		
EN9	Sumber mata air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pemakaian air.		
EN10	Persentase air yang didaur ulang dan digunakan kembali.		
	d. Keanekaragaman hayati		
	Utama (<i>core</i>)		
EN11	Pengelolaan lokasi serta ukuran lahan yang dimiliki atau disewa dalam mengatur pelestarian dari keanekaragaman hayati.		
EN12	Deskripsi dampak – dampak dari aktivitas – aktivitas, produk – produk, dan jasa yang berpengaruh terhadap kelestarian keanekaragaman hayati.		
EN13	Melindungi dan memulihkan habitat.		
EN14	Strategi, tindakan dan rencana masa depan untuk penanggulangan dampak		

	pada keanekaragaman hayati.		
EN15	Mendaftarkan jenis spesies dan konservasi nasional sesuai tempat habitatnya didalam area yang dipengaruhi oleh aktivitas operasi dan menimbulkan resiko pemunahan.		
	e. Emisi, sungai dan limbah		
	Utama (<i>core</i>)		
EN16	Total dampak langsung dan tidak langsung gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		
EN17	Dampak tidak langsung lain dari gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN18	Inisiatif untuk mengurangi gas emisi dari rumah kaca.		
	Utama (<i>core</i>)		
EN19	Emisi lapisan ozon yang bersubstansi tinggi.		
EN20	Nox, Sox, dan gas emisi udara lain yang berpengaruh besar terhadap lingkungan.		
EN21	Total air yang digunakan harus sesuai		

	mutu dan tujuan.		
EN22	Total limbah harus disesuaikan dengan metode pembuangan.		
EN23	Total nilai dan jumlah limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan.		
EN24	Berat dari proses transportasi, import, eksport atau sisa pembuangan.		
EN25	Identitas, ukuran, status perlindungan dan nilai keanekaragaman hayati dari air dan habitat.		
	f. Produk dan jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak dari produk - produk dan jasa serta luas dampak dari keduanya terhadap lingkungan.		
EN27	Persentase kesesuaian dengan prosedur atas produk- produk yang dijual dan kemasan bahan - bahan produk.		
	g. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN28	Nilai moneter dan non moneter yang		

	dijadikan sanksi untuk pelanggaran hukum dan peraturan lingkungan.		
	h. Transportasi		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EN29	Pengaruh dampak transportasi produk, barang lain dan bahan-bahan yang digunakan untuk organisasi serta transportasi pekerja terhadap lingkungan.		
	i. Menyeluruh		
EN30	Total biaya - biaya perlindungan lingkungan dan investasi-investasi lingkungan yang lain.		
	JUMLAH		
3	Hak Asasi Manusia		
	a. Investasi dan pengadaan praktek		
	Utama (<i>core</i>)		
HR1	Persentase dan total dari persetujuan-persetujuan investasi yang berpengaruh terhadap hak asasi manusia.		
HR2	Persentase hak asasi manusia yang berpengaruh.		
HR3	Kebijakan - kebijakan dan prosedur -		

	prosedur mengenai hak asasi manusia yang terkait dengan operasi perusahaan, termasuk karyawan training.		
	b. Non Diskriminasi		
HR4	Daftar dari peristiwa-peristiwa diskriminasi dan tindakan yang diambil oleh perusahaan		
	c. Kebebasan untuk berasosiasi dan pertimbangan kolektif		
HR5	Identifikasi hak kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendukung hak-hak ini.		
	d. Karyawan Anak-anak.		
	Utama (<i>core</i>)		
HR6	Identifikasi resiko yang berpengaruh terhadap buruh anak-anak serta peran untuk penghapusan buruh anak-anak.		
	e. Hak dan kewajiban Tenaga Kerja		
	Utama (<i>core</i>)		
HR7	Identifikasi operasi yang mempunyai		

	resiko terhadap tenaga kerja wajib atau yang mendapat paksaan, dan tindakan perusahaan untuk berperan melakukan penghapusan tenaga kerja wajib atau pemaksaan kerja.		
	f. Praktek keamanan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR8	Persentase dari personil keamanan dalam melatih kebijakan - kebijakan atau prosedur - prosedur organisasi mengenai aspek hak asasi manusia yang berkait dengan operasi perusahaan.		
	g. Hak-hak masyarakat pribumi.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR9	Daftar peristiwa- peristiwa pelanggaran terhadap hak- hak masyarakat pribumi dan tindakan yang diambil perusahaan		
	JUMLAH		
4	Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan.		
	Utama (<i>core</i>)		
LA1	Total kesesuaian pekerja terhadap jenis		

	pekerjaan, dan daerah tempat bekerja.		
LA2	Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin dan daerah.		
LA3	Operasi utama menyediakan bonus bagi karyawan yang full time dan tidak disediakan bagi karyawan part time atau sementara.		
	b. Hubungan Tenaga Kerja dengan Manajemen		
	Utama (<i>core</i>)		
LA4	Persentase karyawan yang direkrut berdasarkan tujuan kolektif.		
LA5	Mengetahui periode minimum operasional yang berpengaruh berubah terhadap perjanjian kolektif.		
	c. Kesehatan dan Keamanan Kerja		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA6	Persentase dari total pekerja yang mewakili hubungan formal dengan manajemen, kesehatan pekerja dan komite keamanan yang membantu memonitor dan memberi pengarahan		

	kesehatan dan keamanan kerja.		
LA7	Tingkat rata- rata kecelakaan, penyakit dan absen.		
LA8	Pendidikan, pelatihan, konseling, pencegahan, dan program pengendalian resiko yang sesuai untuk membantu para serikat kerja, anggota serikat kerja dalam menanggapi penyakit yang serius.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA9	Topik tentang perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja pada perjanjian formal dengan serikat pekerja.		
	d. Pelatihan dan Pendidikan		
	Utama (<i>core</i>)		
LA10	Rata- rata jam pelatihan per tahun untuk karyawan sesuai bidang yang ditekuni karyawan.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA11	Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup jangka panjang yang dapat mendukung kelanjutan kemampuan para pekerja.		

LA12	Persentase dari karyawan yang menerima kinerja reguler dan review pengembangan karir.		
	e. Perbedaan dan peluang yang sama.		
LA13	Pembagian dari badan pemerintah tentang kategori karyawan menurut jenis kelamin, kelompok umur, keanggotaan minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.		
LA14	Rasio gaji pokok dari karyawan laki-laki dan wanita.		
	JUMLAH		
5	Tanggung Jawab Produk		
	a. Kesehatan dan keamanan pelanggan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR1	Langkah-langkah untuk menjamin kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan serta persentase kesesuaian prosedur kesehatan dan keamanan dari produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.		
PR2	Daftar kegagalan terhadap tindakan		

	dalam memenuhi prosedur kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang dihasilkan.		
	b. Etika produk dan jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
PR3	Persentase penerapan prosedur informasi produk dan jasa.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR4	Daftar kegagalan dalam memenuhi prosedur mengenai informasi produk, jasa dan etiket dari barang atau jasa yang dihasilkan.		
PR5	Practices atau survey yang berhubungan dengankepuasan pelanggan, termasuk hasil- hasil dari survei pengukuran kepuasan pelanggan		
	c. Komunikasi Pemasaran		
	Utama (<i>core</i>)		
PR6	Program kepatuhan terhadap hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi,		

	dan sponsorship.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR7	Daftar kejadian yang gagal memenuhi hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, iklan, promosi, sponsorship dan hasil- hasilnya.		
	d. Privasi pelanggan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR8	Daftar pelanggaran atas privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.		
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR9	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan privasi pelanggan dan penggunaan produk- produk dan jasa oleh pelanggan.		
	JUMLAH		
6	Masyarakat		

	a. Masyarakat		
	Utama (<i>core</i>)		
SO1	Situasi, ruang lingkup dan efektifitas program- program dan praktek- praktek pengendalian dampak-dampak operasi perusahaan di masyarakat sekitar.		
SO2	Persentase dan jumlah total unit- unit bisnis dengan menganalisa resiko- resiko yang berhubungan dengan korupsi.		
SO3	Persentase pelatihan dan prosedur organisasi anti tindakan korupsi.		
SO4	Langkah jawaban atas tindakan- tindakan korupsi.		
	c. Kebijakan publik		
	Utama (<i>core</i>)		
SO5	Memposisikan kebijakan publik dan keikutsertaan dalam pengembangan kebijakan umum.		
SO6	Total nilai keuangan dan sumbangan- sumbangan kepada para pihak politisi praktis, politikus, dan lembaga atau institusi dalam negeri yang tekait.		

	d. Perilaku Anti Competitive		
	Tambahan (<i>add</i>)		
SO7	Jumlah tindakan- tindakan hukum atas perilaku anti kompetitif, anti monopolii dan akibat dari tindakan- tindakannya.		
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
SO8	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan.		
	JUMLAH		
	TOTAL		

Sumber: *Global Reporting Inisiative 2007*

3. Indikator pelaksanaan

Indikator ini digunakan untuk memperoleh perbandingan informasi dalam aspek ekonomi, lingkungan dan pelaksanaan kegiatan sosial suatu organisasi. Indikator tersebut masih berhubungan dengan aspek-aspek yang terdapat pada pendekatan manajemen. Indikator tersebut akan menjelaskan tentang pelaksanaan dari pendekatan manajemen yang dilaksanakan oleh organisasi.

D. Kerangka Berpikir

Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap lingkungan dan masyarakat untuk mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk.

Istilah Akuntansi Sosial (*Social Accounting*) sebenarnya bukan merupakan istilah baku dalam akuntansi. Para pakar akuntansi membuat istilah masing-masing untuk menggambarkan transaksi antara perusahaan dengan lingkungannya. Ramanathan (1976) dalam Arief Suadi (1988) mempergunakan istilah *Social Accounting* dan mendefinisikannya sebagai proses pemilihan variabel-variabel yang menentukan tingkat prestasi sosial perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Lee D Parker (1986) dalam Arief Suadi (1988) menggunakan istilah *Sosial Responsibility Accounting*, yang merupakan cabang dari ilmu akuntansi. Sementara itu Belkoui dalam Harahap (1993) membuat suatu terminologi *Socio Economic Accounting* (SEA) yang berarti proses pengukuran, pengaturan dan pengungkapan dampak pertukaran antara perusahaan dengan lingkungannya.

Sedangkan konsep CSR sendiri menurut ISO 26000 adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku

kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Teori-teori yang Mendukung Laporan Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan yaitu *Legitimacy theory* dan *Stakeholder Theory*. *Legitimacy theory* menjelaskan bahwa organisasi secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, tetapi ukuran kinerja lainnya yang berkaitan dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk mendapatkan legitimasi perusahaan harus memiliki insentif untuk melakukan kegiatan sosial yang diharapkan oleh masyarakat di sekitar kegiatan operasional perusahaan.

Sedangkan *stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai stakeholder jika memiliki karakteristik seperti mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan. Dengan menggunakan definisi diatas, pemerintah bisa saja dikatakan

sebagai *stakeholder* bagi perusahaan karena pemerintah mempunyai kepentingan atas aktivitas perusahaan dan keberadaan perusahaan sebagai salah satu elemen sistem sosial dalam sebuah negara oleh karena itu, perusahaan tidak bisa mengabaikan eksistensi pemerintah dalam melakukan operasinya.

Hal tersebut berlaku sama bagi komunitas lokal, karyawan, pemasok, pelanggan, investor dan kreditor yang masing-masing elemen stakeholder tersebut memiliki kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan sehingga masing-masing elemen tersebut membuat sebuah hubungan fungsional dengan perusahaan untuk bisa memenuhi kebutuhannya masing-masing.

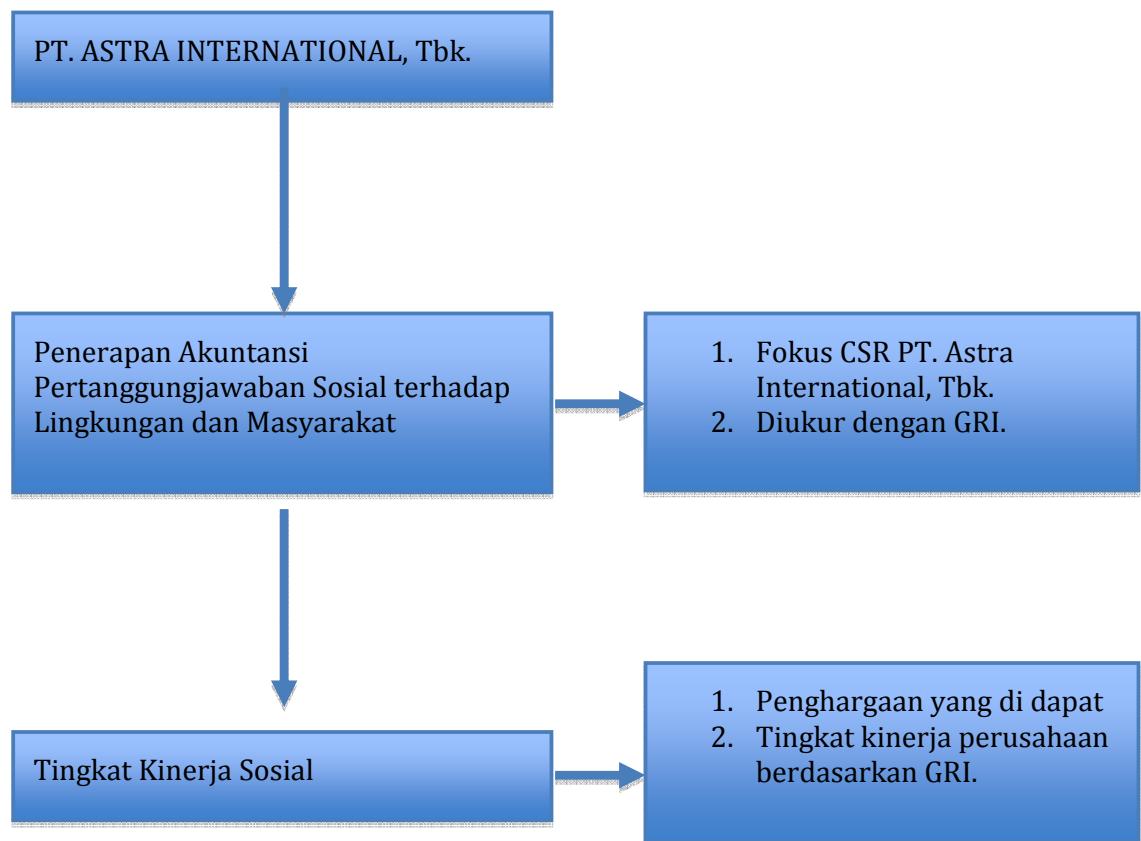
Ide pertanggungjawaban sosial perusahaan bisnis sudah ada pada zaman Yunani Klasik. Perusahaan bisnis diharapkan untuk menerapkan standar yang tinggi mengenai moralitas dalam perdagangan. Pada zaman pertengahan di Eropa, Gereja mewajibkan industri dan perusahaan bisnis berperilaku sesuai dengan kode moral Gereja. Isu ini kemudian menjadi hangat di Amerika Serikat pada tahun 1960. Pada tahun 2000 perhatian serupa diberikan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*, sebagai bagian dari program lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa, yang memberikan pedoman SR yang meliputi tiga elemen, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial yang selanjutnya direvisi pada tahun 2002 (Satyo, 2005). Hal lain yang memicu timbulnya pemikiran akuntansi pertanggungjawaban sosial ini adalah perubahan pandangan manajemen

dalam pengelolaan perusahaan. Pandangan manajemen klasik mengungkapkan bahwa ada satu dan hanya ada satu tanggung jawab perusahaan, yaitu untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya guna menambah nilai suatu perusahaan. Sebaliknya, pandangan manajemen modern mengungkapkan bahwa kebijakan perusahaan dibuat dengan mempertimbangkan tanggung jawab sosial mengingat ketergantungan perusahaan pada lingkungannya yang turut mempunyai andil dalam pencapaian tujuan perusahaan. Tanggung jawab sosial ini erat kaitannya dengan munculnya konsep *corporate social responsibility* (CSR).

Perusahaan sebagai entitas bisnis hendaknya peduli terhadap akibat sosial dan berusaha mengatasi kerugian lingkungan sebagai akibat dari aktivitas usaha perusahaan. Izin sosial dan legitimasi dari masyarakat menjadi bagian kecil dari usaha untuk meningkatkan kualitas hidup tersebut. Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham atau *stakeholder*, tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Cara pengukuran kinerja sosial perusahaan dapat dilakukan dengan melihat banyaknya aktifitas sosial pada PT. Astra International serta biaya-biaya yang dikeluarkan. Dengan timbulnya aktifitas sosial dengan anggaran yang diambil rata-rata 2% dari keuntungan bersih maka besaran anggaran dapat lebih banyak jika keuntungan bersih PT. Astra International Tbk semakin meningkat. Jika anggaran CSR selalu

meningkat maka akan banyak masyarakat yang akan terbantu. Tingkat prestasi CSR dari PT. Astra International juga dapat dilihat dari beberapa penghargaan yang diraih oleh PT. Astra International, Tbk.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Lingkungan dan Masyarakat Untuk Mengukur Kinerja Sosial Pada PT. Astra International, Tbk.

E. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah PT. Astra International, Tbk telah menerapkan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial?
2. Apakah PT. Astra International, Tbk telah menerapkan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap Lingkungan dan Masyarakat?
3. Bagaimana cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International, Tbk?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Lingkungan dan Masyarakat Pada PT. Astra International, Tbk dilaksanakan pada PT. Astra International, Tbk sendiri dengan melihat dari Website resmi dari PT. Astra International, Tbk yaitu www.astrainternational.com serta dengan melihat dari beberapa sumber media internet, koran, berita, dan media masa yang lain yang dapat mendukung penelitian ini.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus karena penggunaan strategi ini memperhatikan tiga kondisi yaitu tipe pertanyaan penelitian yang diajukan, luas kontrol yang dimiliki peneliti atas peristiwa perilaku yang akan diteliti, dan fokusnya terhadap peristiwa kontemporer sebagai kebalikan dari peristiwa historis (Robert K. Yin 2002 : 07).

Lebih spesifiknya, penelitian ini adalah studi kasus deskriptif karena lebih dikehendaki untuk menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata apabila batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak tegas. Kelebihan studi kasus dibandingkan dengan strategi historis adalah kemampuan berhubungan sepenuhnya dengan berbagai jenis bukti yaitu dokumen, peralatan dan observasi.

C. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang di pakai pada penelitian ini adalah variabel tunggal, yaitu Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

D. Definisi Operasional Variabel.

Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Indikator dari variabel tersebut adalah beasiswa pendidikan, kesehatan masyarakat, penghijauan, pembinaan UMKM, pembangunan komunitas, dan kinerja sosial.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan uji validitas konstruk, dimana menetapkan ukuran operasional yang benar untuk konsep-konsep yang akan diteliti. (Robert K Yin 2002 : 38). Sedangkan untuk reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti harus menunjukkan bahwa pelaksanaan suatu penelitian—seperti prosedur pengumpulan data—dapat diinterpretasikan, dengan hasil yang sama (Robert K. Yin, 2002 : 38).

Sesuai dengan fokus penelitian, maka sumber data dan metode

pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Data pengungkapan *Sustainability Reporting* yang digunakan adalah tahun 2011 dan 2012.
2. Indikator pengungkapan menggunakan *ISO 26000 Global Reporting Inisiative*, yaitu standar internasional dari Badan International Standard Organization.
3. Teknik pengumpulan datanya menggunakan rekaman arsip, dan observasi langsung.

a. Rekaman Arsip.

Rekaman arsip sangat penting bagi penelitian ini karena disini dapat diketahui data-data yang sudah dilaksanakan dalam penerapan CSR pada PT. Astra International, Tbk. Rekaman arsip dapat terdiri dari sejarah profil PT. Astra International, Tbk., Moto, Cita-cita, Catur Dharma, visi perusahaan, iktisar keuangan konsolidasi, iktisar saham, laporan dewan komisaris, laporan direksi, analisis manajemen, dan SDM.

b. Observasi Langsung

Peneliti juga akan menggunakan strategi observasi langsung dari sumber bukti lainnya. Dimana hal ini akan memperkaya bukti-bukti yang telah diperoleh oleh peneliti.

F. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengembangan deskripsi kasus yang dalam prosesnya mengembangkan

suatu kerangka kerja deskriptif untuk mengorganisasikan studi kasus.

Strategi ini kurang disukai daripada penggunaan proposisi, tetapi bisa menjadi alternatif bilamana proporsi teoritis tidak ada (Robert K Yin 2002 : 137). Pendekatan deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi: (a) tipe peristiwa yang dapat dikuantifikasikan dan (b) keseluruhan pola kompleksitas yang akhirnya dipergunakan di dalam pengertian kausal untuk menjelaskan mengapa suatu implementasi telah gagal. Tahapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data sekunder yang di dapat dari website PT. Astra International, Tbk. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 sumber bukti, yakni :

1). Rekaman Arsip

Pada beberapa penelitian, rekaman arsip begitu penting sehingga bisa menjadi obyek perolehan kembali dan analisis yang luas.

Rekaman Arsip terdiri dari:

- a. Rekaman organisasi seperti Profil dan sejarah PT.Astra International, Tbk.
- b. Struktur Organisasi PT. Astra International, Tbk.
- c. Catatan di buku peneliti
- d. *Sustainability Reporting* PT. Astra International, Tbk.

2). Observasi Langsung

Peneliti juga akan menggunakan strategi observasi langsung

sebagai sumber bukti lainnya. Dimana hal ini akan memperkaya bukti-bukti yang telah diperoleh oleh peneliti. Observasi ini dapat berupa peninjauan langsung terkait dengan *sustainability report* pada PT. Astra International, Tbk yang diteliti oleh peneliti.

2. Penyeleksian Data

Data yang telah diperoleh dan dikumpulkan akan diseleksi. Kemudian akan dicocokkan dengan item-item berdasarkan standar *Global Reporting Inisiatif*. Apabila item tersebut diungkapkan dalam *sustainability reporting* PT. Astra International, Tbk maka dalam kolom cek list diberi tanda (V). Jika tidak diungkapkan maka dalam kolom cek list diberi tanda (X). Setelah itu jumlah item yang telah diungkapkan, dijumlahkan dan dipersentasekan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\% = \frac{\text{Jumlah yang diungkapkan}}{\text{Jumlah yang diharapkan}} \times 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diketahui persentase penerapan *Sustainability Report* perusahaan berdasarkan *Global Reporting Inisiatif* menurut ISO 26000.

3. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan harus disesuaikan dengan hasil yang didapat dari perhitungan berdasarkan standar *Global Reporting Inisiatif* ISO 26000. Kemudian dideskripsikan dan disimpulkan sehingga diperoleh penjelasan tentang hasil penerapan *Sustainability Report*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Data Umum

a. Sekilas tentang PT. Astra International, Tbk

Astra berdiri pada tahun 1957 sebagai perusahaan perdagangan.

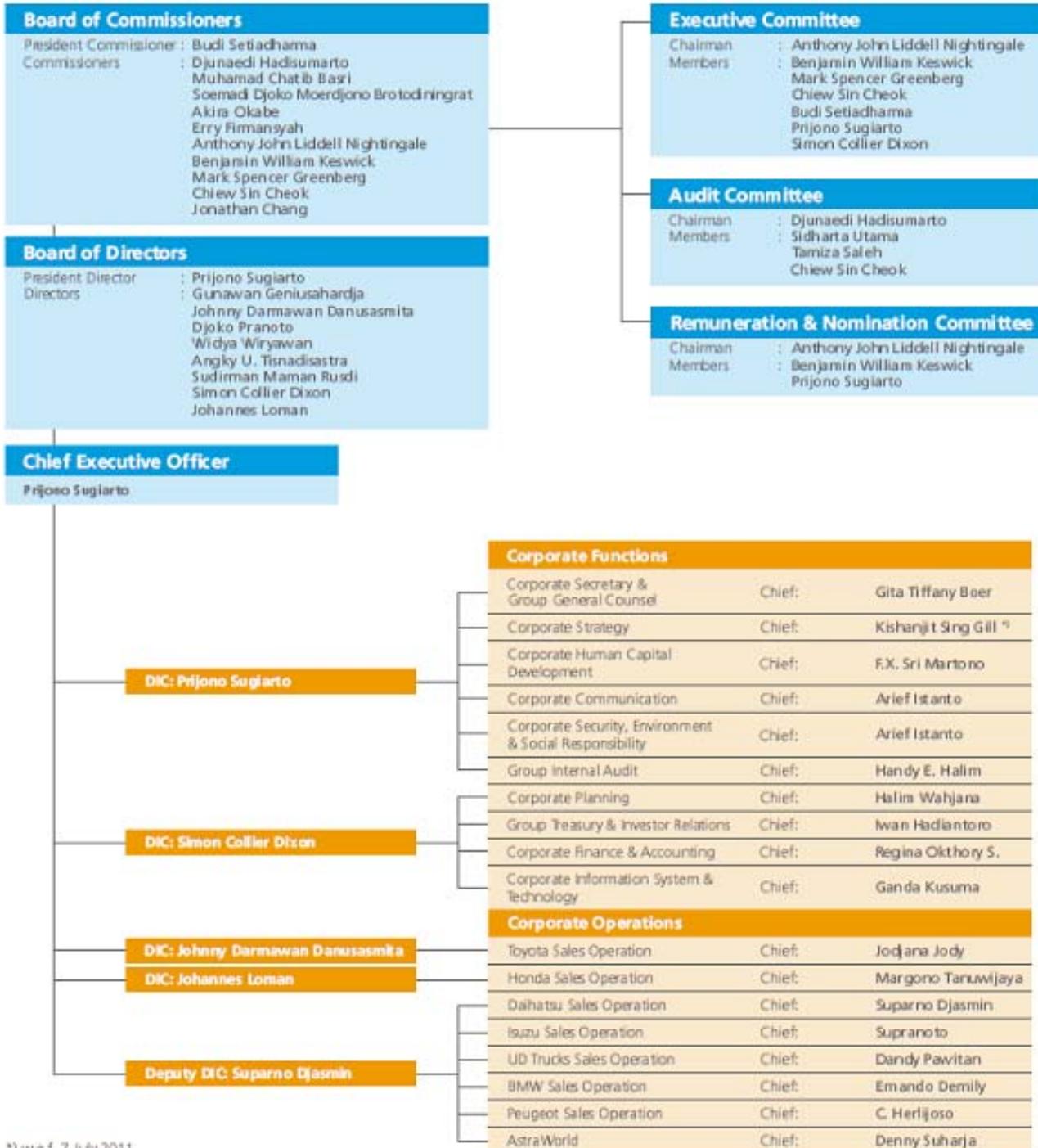
Seiring dengan perjalanan waktu, Astra membentuk kerja sama dengan sejumlah perusahaan kelas dunia. Sejak tahun 1990 Perseroan menjadi perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, dengan kapitalisasi pasar pada akhir tahun 2011 sebesar Rp 300 triliun.

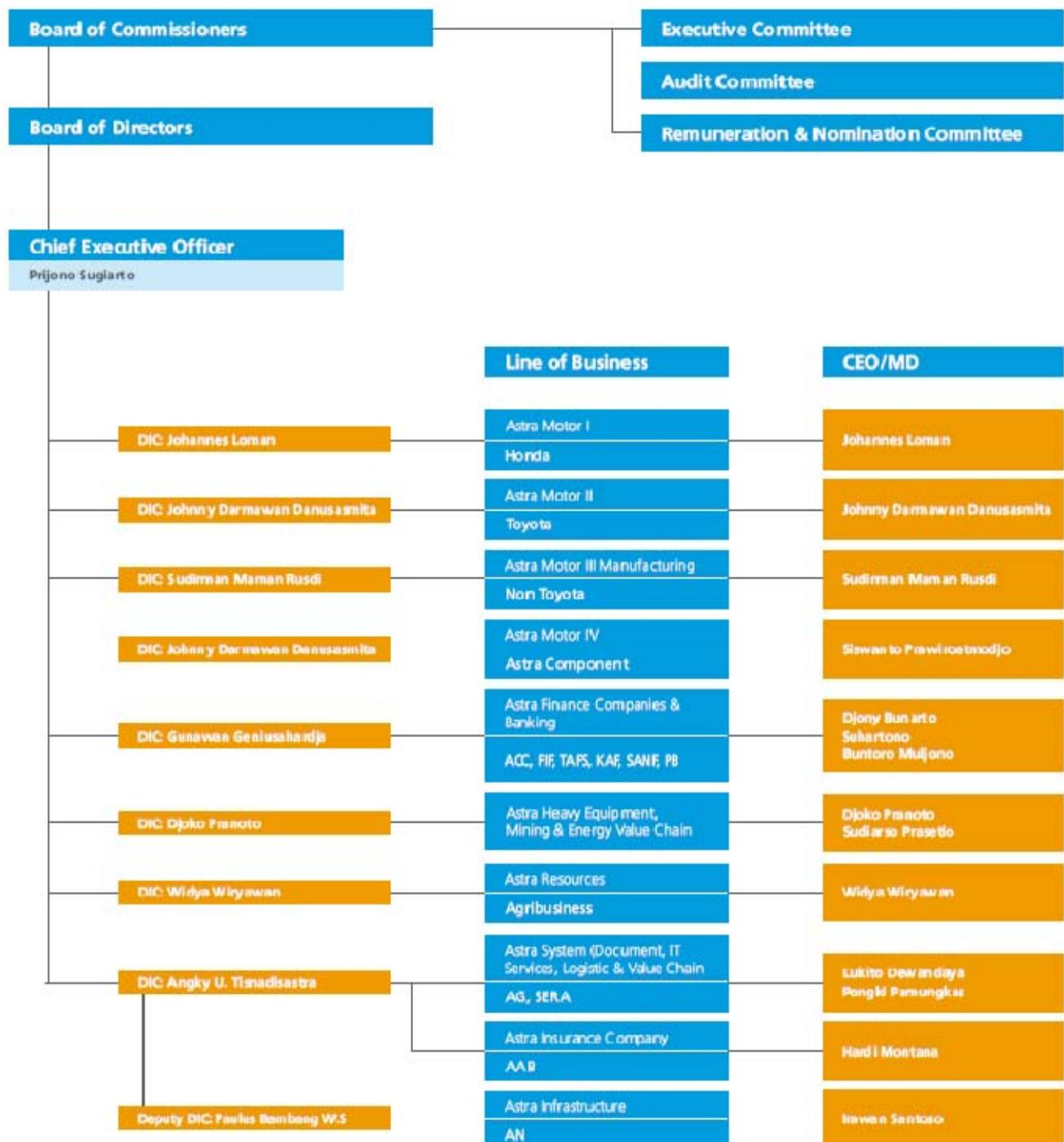
Saat ini Astra bergerak dalam enam bidang usaha yaitu: Otomotif; Jasa Keuangan; Alat Berat dan Pertambangan; Agribisnis; Infrastruktur dan Logistik; serta Teknologi Informasi. Pada 31 Desember 2011 jumlah karyawan Grup Astra mencapai 168.703 orang yang tersebar di 158 perusahaan, termasuk anak perusahaan, perusahaan asosiasi dan *jointly controlled entities*.

b. Visi Perusahaan

a). Menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan penekanan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan pembangunan kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi.

- b). Menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.
- c. Catur Dharma
 - a). Menjadi Milik yang Bermanfaat bagi Bangsa dan Negara;
 - b). Memberikan Pelayanan Terbaik kepada Pelanggan;
 - c). Menghargai Individu dan Membina Kerja Sama;
 - d). Senantiasa Berusaha Mencapai yang Terbaik.
- d. Struktur Organisasi





2. Data Khusus

Pengelolaan CSR Astra Tahun 2012

Melalui program-program yang menyeluruh dan inovatif serta dilaksanakan dengan koordinasi yang baik, Astra berupaya menjadi agen perubahan agar kontribusi dari kegiatan CSR yang dilakukannya dapat menghasilkan peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia menuju bangsa yang cerdas, sehat, sejahtera serta berwawasan lingkungan.

Data yang terdapat pada PT. Astra International, Tbk yang terkait dengan CSR tercantum pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Data Pengungkapan PT. Astra International Terkait CSR

No	Indikator <i>Sustainability Report</i>	Ya
1.	Ekonomi	
	a. Kinerja ekonomi	
	Utama (<i>core</i>)	
EC1	Nilai ekonomi langsung yang menghasilkan dan mendistribusikan pendapatan, biaya operasi, ganti rugi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lain, laba ditahan dan pembayaran ke pemilik modal dan pemerintah.	v
EC2	Implikasi keuangan dan resiko-resiko lain serta peluang aktivitas organisasi karena perubahan iklim.	v
EC3	Kewajiban aplikasi rencana pemberian tunjangan oleh	v

	organisasi.	
	b. Presensi pasar	-
	c. Dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung	-
	Utama (<i>core</i>)	
EC8	Dampak dari pembangunan investasi-investasi prasarana dan jasa yang menyediakan manfaat publik baik secara komersial, kesesuaian atau keahlian.	v
EC9	Memahami dan menggambarkan peningkatan dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung yang disebabkan oleh aktivitas organisasi.	v
	Jumlah	5
2	Lingkungan	
	a. Bahan-bahan	-
	b. Energi	
	Tambahan (<i>Add</i>)	
EN5	Penyimpanan energi yang bertujuan memperbaiki tingkat konservasi dan efisiensi energi.	v
	c. Air	-
	d. Keanekaragaman hayati	
	Utama (<i>core</i>)	
EN11	Pengelolaan lokasi serta ukuran lahan yang dimiliki atau disewa dalam mengatur pelestarian dari keanekaragaman hayati.	v

EN13	Melindungi dan memulihkan habitat.	v
EN14	Strategi, tindakan dan rencana masa depan untuk penanggulangan dampak pada keanekaragaman hayati.	v
	e. Emisi, sungai dan limbah	
	Tambahan (<i>Add</i>)	
EN18	Inisiatif untuk mengurangi gas emisi dari rumah kaca.	v
	f. Produk dan jasa	
	Utama (<i>core</i>)	
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak dari produk - produk dan jasa serta luas dampak dari keduanya terhadap lingkungan.	v
EN27	Persentase kesesuaian dengan prosedur atas produk-produk yang dijual dan kemasan bahan - bahan produk.	v
	g. Pemenuhan	-
	i. Menyeluruh	
EN30	Total biaya - biaya perlindungan lingkungan dan investasi- investasi lingkungan yang lain.	v
	JUMLAH	8
3	Hak Asasi Manusia	
	a. Investasi dan pengadaan praktek	
	Utama (<i>core</i>)	

HR3	Kebijakan - kebijakan dan prosedur - prosedur mengenai hak asasi manusia yang terkait dengan operasi perusahaan, termasuk karyawan training.	v
	b. Non Diskriminasi	-
	c. Kebebasan untuk berasosiasi dan pertimbangan kolektif	
HR5	Identifikasi hak kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendukung hak-hak ini.	v
	d. Karyawan Anak-anak.	
	Utama (<i>core</i>)	
HR6	Identifikasi resiko yang berpengaruh terhadap buruh anak-anak serta peran untuk penghapusan buruh anak-anak.	v
	e. Hak dan kewajiban Tenaga Kerja	-
	f. Praktek keamanan	
	Tambahan (<i>add</i>)	
HR8	Persentase dari personil keamanan dalam melatih kebijakan - kebijakan atau prosedur - prosedur organisasi mengenai aspek hak asasi manusia yang berkait dengan operasi perusahaan.	v

	g. Hak-hak masyarakat pribumi.	-
	JUMLAH	4
4	Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan.	
	Utama (<i>core</i>)	
LA2	Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin dan daerah.	v
	b. Hubungan Tenaga Kerja dengan Manajemen	-
	c. Kesehatan dan Keamanan Kerja	
	Tambahan (<i>add</i>)	
LA9	Topik tentang perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja pada perjanjian formal dengan serikat pekerja.	v
	d. Pelatihan dan Pendidikan	
	Tambahan (<i>add</i>)	
LA11	Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup jangka panjang yang dapat mendukung kelanjutan kemampuan para pekerja.	v
	e. Perbedaan dan peluang yang sama.	-
	JUMLAH	3
5	Tanggung Jawab Produk	
	a. Kesehatan dan keamanan pelanggan	
	Utama (<i>core</i>)	

PR1	Langkah- langkah untuk menjamin kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan serta persentase kesesuaian prosedur kesehatan dan keamanan dari produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.	v
	b. Etika produk dan jasa	-
	c. Komunikasi Pemasaran	
	Utama (<i>core</i>)	
PR6	Program kepatuhan terhadap hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship.	v
	d. Privasi pelanggan	-
	e. Pemenuhan	-
	JUMLAH	2
6	Masyarakat	
	a. Masyarakat	
	Utama (<i>core</i>)	
SO1	Situasi, ruang lingkup dan efektifitas program-program dan praktek- praktek pengendalian dampak-dampak operasi perusahaan di masyarakat sekitar.	v
	c. Kebijakan publik	-
	d. Perilaku Anti Competitive	-

	e. Pemenuhan	-
	JUMLAH	1
	TOTAL	23

B. Pembahasan

1. Pelaksanaan Program Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Di tahun 2011, Astra menempatkan kerangka strategi baru yang disebut Strategic Triple Roadmap. Kerangka strategi ini berisi tinjauan dan sasaran yang ingin diraih pada tahun 2020 terhadap Portofolio bisnis Astra, *People* di Astra yang telah membuat Astra terus berkarya serta *Public Contribution* yang menjadi fokus bagi visi dan filosofi Astra.

Dalam filosofi Catur Dharma dijelaskan bahwa Astra ingin menjadi “Milik yang Bermanfaat bagi Bangsa dan Negara” serta dalam visinya digariskan pula bahwa Astra ingin “Menjadi perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dan ramah lingkungan”. *Strategic Triple Roadmap* menegaskan kembali komitmen tersebut dengan memberikan perhatian penuh dalam menciptakan kontribusi yang bermanfaat terhadap empat bidang tanggung jawab sosial perusahaan. Fokus Program CSR Astra :

- a. Fokus pada Pendidikan Dasar dan Menengah di Wilayah Pra Sejahtera di Indonesia sebagai program korporasi di daerah sekitar lokasi Grup Astra.

- b. Fokus pada Subkontraktor Astra dan Masyarakat Lokal Sekitar Lokasi Grup Astra.
 - c. Fokus pada Inisiatif Korporasi GREEN dan mendukung Program Green dari Komunitas lokal.
 - d. Fokus pada Program Ibu dan Anak, bekerja sama dengan Pemerintah Daerah dan Masyarakat Lokal.
- C. Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial terhadap lingkungan dan masyarakat.

Sebagai strategi pelaksanaan program sosial Astra, Public Contribution Roadmap mengidentifikasi 4 pilar sebagai fokus utama kegiatan, yaitu: Pendidikan, Peningkatan Pendapatan, Lingkungan dan Kesehatan. Melalui program-program yang inovatif dan pelaksanaan yang terkoordinasi dengan baik, Astra berupaya menjadi agen perubahan sehingga seluruh kegiatan tersebut berkontribusi dalam mendorong kemajuan dan persatuan Indonesia menuju bangsa yang sehat, sejahtera dan bermartabat.

Bidang pendidikan tetap menjadi fokus Astra, seluruh perusahaan Grup Astra dan Yayasan Astra dengan menyediakan akses pendidikan ke SD, SMP, SMA, SMK hingga ke universitas. Melalui kesempatan bersekolah ini, Astra membantu para siswa yang membutuhkan, agar dapat mengembangkan kemampuan terbaik mereka menjadi orang-orang dewasa yang terampil dan percaya diri.

Kegiatan Peningkatan Pendapatan Masyarakat (*Income Generating Activities/IGA*) sedapat mungkin dipadukan dengan jaringan pasokan Astra dan melalui pendekatan tahap demi tahap, program-program peningkatan kapasitas telah membantu para wirausahawan membangun bisnis yang kokoh dan menguntungkan. Beberapa wirausahawan ini kemudian ada yang menjadi pemasok dan bekerja sama dengan Grup Astra. Namun demikian, hal yang paling membanggakan bagi Astra adalah dapat melihat perusahaan-perusahaan tersebut berkembang dan menangkap peluang pasar di luar Grup Astra dan di seluruh Indonesia.

Sebagai bagian dari kontribusi masyarakat, Astra juga berpartisipasi dalam inisiatif Astra *Go-Green*. Dalam hal ini, Astra dan karyawannya melibatkan masyarakat dalam melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi lingkungan. Pada tahun 2011, Grup Astra perusahaan melakukan sejumlah proyek termasuk penanaman 400.000 pohon, rehabilitasi hutan mangrove dan pembangunan hutan kota multi guna.

Kesehatan yang baik dapat meningkatkan kualitas hidup bukan hanya bagi orang itu sendiri, melainkan juga seluruh keluarga dan komunitasnya. Perusahaan-perusahaan Grup Astra telah menetapkan sasaran jangka panjang dan menyelenggarakan berbagai kegiatan rutin di bidang kesehatan bekerja sama dengan para mitra kesehatannya.

Dalam menjalankan kegiatan-kegiatan CSR, perusahaan-perusahaan Grup Astra senantiasa berusaha bekerja sama dengan

berbagai kelompok komunitas dan LSM- LSM, mengingat adanya pengetahuan dan relasi lokal lebih menjamin hasil yang positif. Astra International juga menerbitkan Laporan Keberlanjutan tahunan yang merinci berbagai kegiatan CSR dari perusahaan- perusahaan Grup Astra.

Salah satu program Astra International yang telah lama berjalan adalah Proyek Sunter Nusa Dua. Program Pembangunan Komunitas ini diterapkan langsung pada masyarakat sekitar kantor pusat Astra International di Jakarta Utara berupa pemberian beasiswa, program Sekolah Hijau, klinik kesehatan, program kebersihan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat.

Untuk meningkatkan kesadaran akan semangat dan mentalitas “bekerja sama,” Astra meluncurkan kampanye nasional SATU Indonesia. Merefleksikan semangat Grup Astra, SATU merupakan singkatan dari Semangat Astra Terpadu Untuk – Indonesia. Gagasan ini mendapat reaksi dan tanggapan positif dengan logo yang menarik perhatian. Astra akan terus bekerja sama dengan berbagai kelompok demi kesejahteraan bersama, termasuk mendukung Pemerintah mencapai *Millennium Development Goals* (MDG’s).

Selain program-program CSR dari masing- masing perusahaan dalam grup, Astra juga mengelola beberapa yayasan untuk membantu menyalurkan dan menyelenggarakan berbagai program dan kegiatan CSR.

Yayasan Toyota Astra (YTA)

Yayasan Toyota Astra (YTA) didirikan tahun 1975 dengan tiga misi: 1) Menyediakan beasiswa umum bagi mahasiswa strata satu, beasiswa khusus bagi para pelajar SD, SMP, dan SMA; 2) Membantu para mahasiswa, termasuk bantuan finansial bagi kegiatan ilmiah yang diselenggarakan mahasiswa, memberi dana penelitian (riset) untuk jenjang S2 dan S3; serta 3) Memberi sumbangan berbagai alat pendidikan dan buku-buku teknis. Di tahun 2011, YTA telah menyalurkan beasiswa kepada lebih dari 4.000 pelajar dari 65 universitas dan lebih dari 500 sekolah di 30 dari 33 provinsi di Indonesia, mendukung lebih dari 21 peneliti (riset), alat pendidikan, dan 700 buku-buku teknis.

Yayasan Dharma Bhakti Astra (YDBA)

Didirikan tahun 1980, berperan membina Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tumbuh dan berkembang, baik dalam menunjang kegiatan bisnis Astra maupun dalam berbagai bidang usaha lainnya. YDBA berharap UMKM dapat berkembang dan mandiri. Sepanjang tahun 2011, YDBA berhasil mengembangkan 54 UMKM menjadi usaha yang mandiri. Sampai saat ini, sebanyak 7.238 UMKM telah berpartisipasi dalam program-program YDBA. Keberhasilan tersebut melahirkan UMKM yang berkelanjutan. Di tahun 2011, YDBA mendapat penghargaan dari Pemerintah melalui Menteri Koperasi dan UMKM untuk partisipasi dan komitmen YDBA dalam pembinaan

UMKM dan Koperasi di tanah air.

Selain memfasilitasi pertumbuhan di bidang Otomotif, Bengkel, dan Alat Berat, YDBA juga melaksanakan program pembinaan di bidang Agribisnis dan Pertambangan melalui Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB); mendirikan dan mensupervisi Lembaga Keuangan Mikro (LKM); membina kelompok tani dan nelayan; memberdayakan pengrajin melalui koordinasi dengan kelompok-kelompok komunitas.

Yayasan Astra Bina Ilmu (YABI) – Politeknik Manufaktur Astra (Polman Astra)

Berawal di tahun 1995, YABI melalui Polman Astra menyelenggarakan pendidikan teknik Diploma 3 (D3) di bidang terkait otomotif dan sumber daya alam. Agar siap terjun dan mampu beradaptasi dengan tantangan global, para mahasiswa dibekali dengan kompetensi teknikal serta pola pikir dan perilaku QCDI (*Quality, Cost, Delivery dan Innovation*). Seluruh kurikulum program studi dikembangkan dan diakreditasi oleh industri di lingkungan Astra. Sepanjang 2009-2011, sebanyak 216 siswa dari keluarga kurang mampu di berbagai daerah, diberikan beasiswa penuh dan uang saku untuk belajar di Polman Astra.

Mulai tahun 2009, Polman Astra mengirim staf pengajar untuk studi lanjut sesuai tuntutan regulasi. Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, sebanyak 14 orang (12 orang program S2 dan 2 orang program D4) mengikuti studi lanjut di berbagai institusi, termasuk 3

orang yang saat ini sedang belajar di Perancis pada program Master.

Untuk mengikuti perkembangan keilmuannya, para pengajar juga didorong untuk mempublikasikan karya ilmiahnya di berbagai jurnal dalam dan luar negeri, serta tampil sebagai pembicara di seminar ilmiah.

Selain pendidikan formal, Polman Astra juga menyediakan berbagai pelatihan teknikal bagi kalangan industri di grup Astra maupun non Astra. Selain itu, untuk menerapkan konsep *Production-based Education*, Polman Astra juga memproduksi aneka barang, komponen, maupun peralatan (mesin) produksi sesuai pesanan. Selain untuk pendanaan, kegiatan pelatihan dan produksi mendekatkan para pengajar dan mahasiswa dengan QCDI industri secara langsung.

Yayasan Pendidikan Astra – Michael D. Ruslim (YPA-MDR)

YPA-MDR merupakan salah satu yayasan di dalam kelompok perusahaan Astra yang bergerak di bidang pengelolaan bantuan pendidikan dari perusahaan untuk sekolah-sekolah yang berada di daerah prasejahtera sebagai wujud kepedulian terhadap pendidikan di Indonesia. Fokus kegiatan YPA-MDR adalah pembinaan yang berkesinambungan dan penyaluran donasi dari PT Astra International Tbk dan Grup bagi sekolah-sekolah binaan dari tingkatan SD, SMP dan SMK yang telah dipilih berdasarkan kemauan sekolah tersebut untuk maju dan mendapatkan pembinaan. Tujuan yang ingin dicapai adalah menjadikan generasi muda yang lebih mandiri dan peduli untuk

membangun daerahnya, sejalan dengan cita-cita PT Astra International Tbk: “Sejahtera bersama Bangsa.”

Visi YPA-MDR adalah membantu sekolah-sekolah yang berada di daerah prasejahtera agar siswa-siswanya mampu meningkatkan kualitas, intelektual, dan kompetensi kecakapan hidup (*life skills*), serta memiliki karakter yang didasarkan pada nilai luhur Bangsa Indonesia yang majemuk sebagai bagian dari Sistem Pendidikan Nasional. Sedangkan misi YPA-MDR adalah berperan aktif sebagai agen perubahan (*agent of change*) dan agen pengembangan (*agent of development*) dalam peningkatan mutu sekolah-sekolah, pengembangan sumber daya manusia yang terarah, serta pengembangan kurikulum dan manajemen sekolah yang profesional.

Bantuan yang diberikan berupa pelatihan akademis beserta program pendukung, pendidikan karakter (*living value*), kecakapan hidup (*life skills*), pembinaan seni dan budaya, beasiswa bagi guru-guru untuk menempuh S-1 dan sarana pembelajaran seperti: buku pelajaran, buku perpustakaan, alat peraga, multimedia, perlengkapan UKS dan seni dan budaya dan lain-lain. Selain itu, diberikan pula bantuan prasarana berupa renovasi maupun pembangunan gedung sekolah lengkap dengan fasilitas sekolah sesuai dengan Standar Pelayanan Minimal (SPM) di bidang pendidikan. Pada tahun 2011, YPA-MDR menambah 8 sekolah binaan yaitu 2 SMP di Lampung Selatan dan 1 SMK di Leuwiliang Bogor dengan donatur PT Astra

International Tbk (AI) serta 3 SD dan 2 SMP di Kutai Barat dengan donatur PT Pama Persada (PAMA) dan PT United Tractors Tbk (UT). Donasi sarana prasarana dari AI yang direalisasikan adalah renovasi gedung 5 SD dan 1 SMP Gunungkidul serta 3 SD Bantul, pembangunan gedung SMKN 1 Leuwiliang dan renovasi SMPN 4 Leuwiliang, serta donasi sarana pembelajaran untuk sekolah-sekolah binaan di Lampung, Leuwiliang, Bantul dan Gunungkidul.

Hingga saat ini, YPA-MDR telah membina dan menyalurkan donasi bagi 35 sekolah binaan dengan rincian 24 SD, 5 SMP dan 1 SMK sebagai donaturnya adalah AI kemudian 3 SD dan 2 SMP sebagai donaturnya adalah PAMA dan UT; yang secara keseluruhan mencakup 8.405 siswa dan 519 guru binaan.

Beberapa sekolah binaan YPA-MDR telah mampu meraih prestasi yang membanggakan yaitu sekolah- sekolah binaan yang mengikuti akreditasi mampu mempertahankan nilai akreditasi antara lain 2 sekolah tetap pada peringkat A (SDN Karyasari 02 dan SMPN 2 Gedangsari) dan 1 sekolah tetap pada peringkat B (SDN Pabangbon 01), bahkan salah satu sekolah mampu menaikkan nilai akreditasinya yaitu SDN Karyasari 01 dari akreditasi B menjadi A. Selain itu, 7 sekolah binaan juga mampu meraih peringkat Ujian Nasional dalam 10 besar di masing-masing kecamatannya (SDN Pabangbon 01 - Peringkat 7, SDN Temple - Peringkat 6, SDN Tengklik - Peringkat 2, SDN Prengguk 02 - Peringkat 8, SDN Tegalrejo - Peringkat 5, SDN

Jigudan - Peringkat 1, SDN Ciren - Peringkat 8).

Prestasi lain yang diperoleh adalah salah satu kepala sekolah binaan di Gunungkidul, Drs. Sugiri meraih Juara 3 sebagai Kepala Sekolah SD Berprestasi tingkat Propinsi D.I. Yogyakarta dan siswa-siswi binaan berprestasi di bidang akademis (Hesti Tri Rahayu - Peringkat 9 Seleksi Olimpiade Sains Nasional Jenjang SD Tingkat Propinsi D.I. Yogyakarta) serta prestasi lain di bidang non akademis (juara bola voli, pencak silat, karate dan lain-lain).

Yayasan Astra Honda Motor (YAHM)

YAHM memberikan dukungan bagi komunitas pada empat bidang: pendidikan, lingkungan, keselamatan di jalan, dan pembangunan komunitas. Pada bidang keselamatan di jalan, dengan berbagai cara YAHM menjangkau para pengendara kendaraan dan pengguna jalan dengan mengembangkan kurikulum Etika Berlalulintas bemitra dengan Departemen Pendidikan Yogyakarta dan Kepolisian. Program keselamatan di jalan ini telah dilaksanakan di 7 provinsi dengan diikuti lebih dari 1.000 guru sebagai peserta program. Kampanye keselamatan di jalan lain mencakup penyediaan buku pedoman dan pamflet, serta menggelar seminar dan lokakarya.Untuk bidang pendidikan, YAHM menyediakan beasiswa, bantuan untuk fasilitas pendidikan, membantu pengelolaan museum ilmu pengetahuan dan teknologi, serta menggelar pelatihan life-skills bagi anak-anak putus sekolah. Pada tahun 2011 sebanyak 1.721 pelajar menerima beasiswa YAHM. Selain itu, YAHM

juga membantu menyelenggarakan program-program pendidikan untuk berbagai kelompok pelajar.Untuk bidang lingkungan, YAHM berpartisipasi dalam kegiatan penghijauan dengan menanam pohon-pohon di beberapa kota besar untuk mengurangi dampak emisi kendaraan bermotor. Di tahun 2011, YAHM bersama sejumlah dealer utama setempat berhasil menanam 12.000 benih pohon di berbagai tempat. Selain itu, YAHM berpartisipasi dalam kegiatan kesadaran lingkungan dan mensponsori edukasi pengelolaan limbah dan daur ulang.Untuk bidang pembangunan komunitas, YAHM mendukung berbagai kegiatan pemberdayaan komunitas pedesaan melalui diversifikasi tanaman, program pemeliharaan ternak, dan program lain yang bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi pada komunitas setempat.

Yayasan Karya Bakti United Tractors (YKBUT)

Yayasan Karya Bakti United Tractots (YKBUT) menyelenggarakan program-program pendidikan melalui “UT School” dengan jumlah siswa mencapai 2.504 siswa di 17 lokasi pada akhir tahun 2011. Salah satu tujuan sekolah ini adalah membantu para pelanggan memenuhi kebutuhan mereka akan teknisi mekanik listrik, operator, dan instruktur. Para siswa UT adalah pelajar atau lulusan SMA/SMK dari seluruh Indonesia. Saat ini, ada 1.834 alumni UT School yang telah bekerja di para pelanggan UT, Grup AHIME, atau untuk kebutuhan UT sendiri. UT School juga menyediakan panduan

dan bantuan bagi 540 SMA/SMK dan 39 perguruan tinggi di seluruh Indonesia yang menjadi mitranya.

Yayasan Amaliah Astra (YAA)

Kegiatan YAA bertujuan membina kecerdasan emosional dan spiritual. Melalui Masjid Astra, YAA menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan dan pendidikan untuk mendorong profesionalisme muslim Astra. Sedangkan untuk kegiatan sosial, pelaksananya adalah Lazis Amaliah Astra, dengan tujuan kegiatannya menyebarluaskan manfaat untuk sesama.

Yayasan Lazis Astra Amaliah (Lazis YAA)

Lazis YAA mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) selaras dengan prinsip Syariah. Dana yang dikumpulkan dari para karyawan Grup Astra dan masyarakat ini kemudian digunakan untuk bantuan kemanusiaan dan untuk akses pendidikan bagi masyarakat kurang mampu yang bermukim di lingkungan Grup Astra beroperasi.Pada tahun 2011, Lazis meluaskan penyaluran program beasiswa Amaliah Astra ke Lampung, Semarang, dan Yogyakarta. Saat ini ada 6 provinsi yang menerima manfaat ZIS. Selain itu, Lazis juga mengembangkan dua program baru, yaitu Program Pemberdayaan Teknisi Telepon Seluler dan Program Pemberdayaan Kerang Hijau. Kedua program ini bertujuan meningkatkan penghasilan bagi anak-anak yatim piatu yang bermukim

dekat lokasi Grup Astra.

Jumlah penerima manfaat ZIS pada tahun 2011 mencapai 2.053 orang, naik 213,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Di samping itu, ada 9 perusahaan yang baru bergabung untuk memberikan sumbangsih lewat pengumpulan zakat, sehingga secara keseluruhan terdapat 26 perusahaan yang tergabung dalam Lazis.

D. Pengukuran Kinerja Sosial Perusahaan.

- a. Implementasi Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial pada PT. Astra International berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar Sustainability Report, yaitu :
 - i. Seimbang (*balance*) : mencerminkan aspek-aspek positif dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan.
 - ii. Dapat dibandingkan (*comparability*) : mencerminkan aspek-aspek yang digunakan dan dilaporkan harus konsisten sehingga dapat dibandingkan antar waktu.
 - iii. Teliti (*accuracy*) : informasi yang disajikan harus lengkap dan detail agar bisa dinilai oleh pengguna kepentingan secara jelas, tepat dan akurat.

- iv. Tepat waktu (*timeliness*) : laporan PT. Astra International, Tbk disajikan tepat waktu bagi pengguna kepentingan dan pihak-pihak lain yang memerlukan.
 - v. Jelas (*clarity*) : informasi harus dalam format yang mudah dipahami dan bisa diakses oleh pengguna kepentingan.
 - vi. Dapat dipercaya (*reliability*) : informasi harus jelas dan dapat dipercaya mulai dari proses pengumpulan, pencatatan, analisis sampai penyajian.
- b. Pengungkapan berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* Pengungkapan pada PT. Astra International, Tbk berdasarkan dasar pada *Global Reporting Initiative* dibagi menjadi 3 bagian yaitu, strategi dan profil, pendekatan manajemen, dan indikator pelaksanaan.
- i. Strategi dan Profil :

Pengungkapan ini berdasarkan visi dan strategi, profil organisasi, dan hal-hal yang berhubungan dengan pemerintahan, struktur dan sistem manajemen (*Governance, Structure and Management Sistem*).

Visi dari Perusahaan dijelaskan sebagai berikut :

Visi dan strategi pada PT. Astra International, Tbk., yaitu yang pertama menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan menekankan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan

pembangunan kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi. Untuk yang kedua yaitu menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan. Maka dengan begitu PT. Astra International, Tbk mempunyai strategi jangka panjang untuk dapat menjadi perusahaan yang mempunyai pengelolaan terbaik di Asia Pasifik, dengan memperhatikan sumber daya manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi. Dalam hal tanggung jawab sosial PT. Astra International juga mempunyai visi jangka panjang untuk menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.

Visi PT. Astra International yaitu :

- a. Menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan penekanan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan pembangunan kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi.
- b. Menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.

PT. Astra International mempunyai profil organisasi yang jelas dan terstruktur dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan beberapa aspek yakni, nama organisasi yang jelas yaitu PT. Astra International, Tbk. Produk yang dihasilkan adalah :

1. Automotive

Jaringan bisnis otomotif Astra telah berkembang menjadi yang terluas, terdepan dan terintegrasi di Indonesia. Astra menawarkan variasi pilihan kendaraan bermotor sesuai kebutuhan konsumen individu dan komersil, mulai dari sepeda motor Honda hingga berbagai model dan ukuran mobil dan truk bermerek Toyota, Daihatsu, Isuzu, BMW, Peugeot dan UD Trucks, serta beragam jenis suku cadang dan aksesoris otomotif hasil produksi Astra Otoparts. Pada tahun 2012, untuk pertama kalinya Astra berhasil melekatkan namanya pada dua model kendaraan terbaru: Astra Toyota AGYA dan Astra Daihatsu AYLA, hasil kolaborasi yang dikembangkan oleh tim internal Astra bersama dengan Toyota dan Daihatsu.Untuk tahun 2012, hampir seluruh jajaran perusahaan otomotif Astra berhasil mencetak kinerja positif, dimotori berbagai inisiatif dan program kerja yang dirancang dengan seksama untuk selalu mengedepankan kebutuhan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bagi setiap segmen konsumen selalu tersedia variasi pilihan model kendaraan terbaru yang ekstensif dan trendi. Sejumlah alternatif kredit konvensional dan syariah yang inovatif

dan terjangkau juga ditawarkan melalui kerja sama erat yang dibina dengan perusahaan pembiayaan Astra. Layanan purnajual juga senantiasa dikembangkan. Pola pelayanan yang menyeluruh dan multi fase ini memastikan terjalinnya hubungan pelanggan yang berkualitas sehingga Astra dapat terus bermitra dengan pelanggan secara menyeluruh pada setiap tahap dalam siklus kepemilikan dan penggunaan kendaraan. Komitmen tersebut menghasilkan kemudahan, kenyamanan dan kesempurnaan yang melekat pada setiap produk Astra dan pada akhirnya memposisikan kendaraan Astra dalam jajaran favorit pilihan masyarakat Indonesia.

Sebanyak 605.191 unit mobil Astra terjual sepanjang tahun 2012 atau naik 25,4% dari 482.659 unit pada tahun 2011, sedangkan jumlah sepeda motor Honda yang terjual turun dari 4,3 juta unit menjadi 4,1 juta unit. Penjualan suku cadang juga meningkat seiring pergerakan angka penjualan sektor otomotif. Total pendapatan bisnis otomotif Astra meningkat 25% dari Rp 79,7 triliun menjadi Rp 99,6 triliun. Pangsa pasar Astra pada sektor otomotif roda empat adalah sebesar 54,2%, meningkat dari 54,0% pada tahun 2011 dan

untuk pangsa pasar otomotif roda dua, Astra menguasai 57,9% pangsa pasar atau naik dari 53,3% pada tahun sebelumnya.

a. Grup Mobil

Toyota

PT Toyota-Astra Motor (TAM) adalah agen tunggal untuk penjualan berbagai kendaraan bermerek Toyota di Indonesia. TAM dimiliki oleh Astra International dan Toyota Motor Corporation (TMC), yang masing-masing memegang kepemilikan saham sebesar 51% dan 49%. Sebagian besar kekuatan distribusi nasional Toyota dikelola secara langsung melalui Toyota Sales Operation (TSO), atau lebih dikenal oleh masyarakat dengan nama Auto2000, yang dimiliki sepenuhnya oleh Astra. Sebagai dealer terbesar Toyota, Auto2000 bertanggung jawab atas sekitar 75% penjualan Toyota dan memegang peranan penting dalam menjaga kepemimpinan Toyota dalam pasar otomotif nasional. Untuk semakin memperkuat cakupan distribusi di Indonesia secara menyeluruh, TAM juga bekerja sama dengan 4 dealer utama lainnya.

Kemampuan untuk senantiasa merespon kebutuhan

konsumen dengan penawaran model dan fitur kendaraan yang beragam merupakan salah satu kunci sukses Toyota selama ini. Di tahun 2012 diluncurkan sebanyak 16 model baru Toyota dan Lexus di berbagai kategori segmen pasar. Dengan berkolaborasi bersama Astra, Toyota dan Daihatsu, juga telah diperkenalkan Astra Toyota AGYA dalam kelas otomotif terbaru LCGC. Fokus pada segmen pasar berjalan paralel dengan rangkaian inisiatif untuk memperkuat kepemimpinan Toyota di setiap provinsi. Untuk meningkatkan kompetensi pelayanan dan penjualan, dimutakhirkan budaya pelayanan yang menjadi ciri khas Auto2000 serta mengimplementasikannya secara menyeluruh untuk mewujudkan tingkat kepuasan optimal bagi pemilik kendaraan Toyota, yang dimulai sejak proses transaksi pembelian. Sedangkan intensifikasi kedekatan dengan pelanggan dilakukan melalui penambahan 18 sales outlet dan 21 service outlet sehingga pada akhir tahun 2012 terdapat 232 sales outlet dan 213 service outlet di seluruh Indonesia. Penguatan jaringan juga dilakukan terhadap operasional logistik, khususnya dengan membuka 2

unit *body and paint* dan 1 common yard baru serta melanjutkan dan mempercepat proses instalasi sistem teknologi Auto2000 yang telah dimulai sejak tahun 2011 pada seluruh kantor penjualan. Tahap pengembangan selanjutnya adalah kemampuan untuk memudahkan manajemen dalam memonitor pencapaian target operasional dengan sistem Auto2000 *Management Information System*. Hasil dari program kerja sepanjang tahun 2012 menunjukkan bahwa Toyota berhasil mencetak rekor baru penjualan mobil sebanyak 406.026 unit, atau naik 30,5% dari 311.136 unit pada tahun sebelumnya. Dilihat dari pangsa pasar, ada peningkatan dari sebelumnya 34,8% menjadi 36,4%. Penjualan Toyota masih didominasi oleh tipe Avanza di segmen low compact MPV dengan porsi 47,3% dari total penjualan Toyota, kemudian diikuti oleh Kijang Innova 17,7%, Rush 8,4% dan tipe-tipe Sedan sebesar 4,7%. Kendati Toyota tetap bertahan di urutan pertama sebagai merek mobil paling populer di Indonesia, TAM akan terus meningkatkan kesiapan tim penjualan pada tahun 2013 bersama Auto2000,

antara lain melalui ekspansi sales and service outlet serta penambahan fasilitas depo, pre delivery center dan body and paint untuk menghadapi intensitas persaingan industri otomotif nasional.

Daihatsu

PT Astra Daihatsu Motor (ADM) adalah agen tunggal mobil Daihatsu di Indonesia, dan didukung oleh Daihatsu Sales Operation (DSO) yang mengelola jaringan distribusi di seluruh Indonesia.Pada tahun 2012, Daihatsu melakukan peninjauan ulang terhadap target konsumen, yang sebagian besar merupakan pengguna mobil ekonomi kelas bawah dan menengah yang paling terpengaruh oleh ketentuan baru uang muka kredit. Untuk menyiasati hal tersebut serta mendampingi konsumen dalam merencanakan pembiayaan kendaraan dengan struktur kredit yang terjangkau, sehat dan menguntungkan kedua belah pihak, maka secara intensif dilakukan edukasi pelanggan dan penawaran alternatif skema kredit, termasuk melalui pembiayaan syariah dan sewa guna usaha. Pada saat bersamaan, cakupan distribusi diperluas dengan ekspansi 15 gerai baru sehingga menambah

keseluruhan

jaringan outlet penjualan menjadi 196 outlet yang beroperasi di seluruh Indonesia pada akhir tahun 2012. Untuk memperkuat posisi merk Daihatsu, seiring dengan peringatan 105 tahun Daihatsu di dunia, Daihatsu di Indonesia memperkenalkan slogan identitas baru yaitu "Daihatsu Sahabatku" dimana Daihatsu adalah sahabat para pelanggan yang bersedia memberikan pelayanan lebih.

Alhasil, penjualan mobil Daihatsu mampu mencapai rekor baru sebesar 162.742 unit, atau naik sekitar 16,6% dari 139.544 unit pada tahun sebelumnya.

Angka tersebut memenuhi sasaran untuk mempertahankan posisi sebagai perusahaan otomotif kedua terbesar di Indonesia dengan menguasai pangsa pasar sebesar 14,6%, atau turun sedikit dari 15,6% di tahun 2011. Model Xenia pada segmen low compact MPV masih menempati urutan teratas pada penjualan produk-produk Daihatsu di pasar domestik yakni sebesar 45,1%, diikuti oleh Daihatsu Gran Max dan Terios dengan porsi masing-masing sebesar 32,3% dan 14,7%, sementara model lainnya mengambil porsi 7,9% dari total penjualan domestik

Daihatsu. Di Indonesia, Daihatsu juga terus mendapat pengakuan dari institusi nasional dan internasional, antara lain peringkat pertama dalam survei layanan pelanggan yang diukur oleh JD Power berdasarkan sales satisfaction index dan penghargaan “*Indonesia Value for Money Car of The Year 2012*” dari Frost & Sullivan untuk model All New Xenia.Pada kuartal empat tahun 2012, ADM telah menyelesaikan pembangunan pabrik perakitan baru di Karawang Timur, Jawa Barat dimana pada saat beroperasi penuh pada tahun 2013 kapasitasnya dapat mencapai 120.000 unit mobil per tahun. Aktivitas ini merupakan bagian dari program ekspansi 30% kapasitas produksi pabrik Daihatsu yang telah berlangsung sejak tahun 2010 dalam rangka menanggulangi terjadinya proses produksi di atas kapasitas yang tersedia serta menciptakan biaya produksi yang kompetitif untuk memenuhi permintaan pasar domestik sekaligus sebagai basis produksi Astra dalam memenuhi kebutuhan ekspor yang semakin besar. Dengan pabrik baru tersebut, ADM akan memiliki total kapasitas produksi sebesar 460.000 unit per tahun di tahun

2013. Langkah bersejarah juga dicapai pada tahun 2012, yaitu dilakukannya pengenalan ke pasar Astra Daihatsu AYLA, mobil hemat energi dan ekonomis dalam kelas LCGC dengan prospek masa depan yang sangat baik dalam memenuhi kebutuhan konsumen kelas menengah dengan memanfaatkan ajang Indonesia International Motor Show 2012. Untuk pertama kalinya, tim internal Astra telah membuktikan kemampuan dan inovasi yang luar biasa, sehingga tidak hanya nama Astra berhasil dilekatkan pada hasil karya yang merupakan kolaborasi antara Astra dengan Toyota dan Daihatsu, namun kegiatan penelitian dan pengembangan serta aktivitas produksinya di masa mendatang akan difokuskan di Pusat Penelitian dan Pengembangan Daihatsu yang terletak di Karawang Assembly Plant, Jawa Barat.

Untuk mensukseskan proyek LCGC dan memperkuat strategi peringkat kedua terbesar di tahun-tahun mendatang, maka Daihatsu akan mempertajam kesempurnaan operasionalnya baik dari sisi produksi maupun penjualan. Produksi akan memfokuskan peningkatan pada proses yang

menghasilkan kualitas global dan efisiensi biaya, sementara dari sisi penjualan akan diutamakan pada peningkatan dan pemutakhiran jumlah dan kualitas jaringan penjualan serta tenaga wiraniaga, layanan purnajual, suku cadang dan stock yard guna menopang pengembangan usaha ke depan secara multi dimensi.

Isuzu

PT Isuzu Astra Motor Indonesia (IAM) adalah agen tunggal dan produsen kendaraan komersil Isuzu bermesin diesel beserta komponennya. Dibawah distributor tunggal Isuzu Sales Operation (ISO) ditawarkan kendaraan komersil multi fungsi yang terdiri dari Panther (MPV), Isuzu Pick-up, D-Max (Pick-up 4x4), Bison (Pick-up), N series (Light Truck/kategori 2) dan F series (Medium Truck/kategori 3).

Secara umum, penerapan uang muka minimum tidak berpengaruh pada penjualan Isuzu karena skema kredit yang selama ini diberlakukan telah memenuhi ketentuan regulasi yang baru. Total penjualan Isuzu mencapai 33.165 unit pada tahun 2012, naik 15,4% dari 28.746 unit tahun sebelumnya dengan pangsa

pasar tetap berada di kisaran 3,0%. Kinerja segmen komersil Isuzu meningkat dari sisi pangsa pasar, sementara Panther terlihat menurun karena kecenderungan konsumen untuk beralih pada mobil yang lebih kecil.

Pada tahun 2012, fokus kerja lebih terarah pada peningkatan pangsa pasar segmen kendaraan komersil melalui harga yang kompetitif serta strategi pengembangan produk, khususnya penambahan 8 varian baru untuk melengkapi kategori F series secara menyeluruh dan melakukan penyempurnaan pada 7 varian N series. Ekspansi jaringan distribusi juga terus dijalankan, dengan penambahan outlet penjualan dari 86 outlet menjadi 92 outlet (Astra: 39, Non-Astra: 53), sedangkan gerai suku cadang dikembangkan luas cakupannya dari 1.611 gerai di 265 kota pada tahun 2011 menjadi 1.802 gerai di 295 kota.

Dalam jangka panjang, IAMI akan mempertajam reputasinya sebagai produsen kendaraan komersil yang berkomitmen penuh pada kepuasan pelanggan dan kesempurnaan kualitas produk dan layanan untuk memenangkan persaingan pasar.

Fasilitas produksi dalam proses pembangunan diperkirakan akan mulai beroperasi pada tahun 2014. Dengan peningkatan kapasitas tersebut, IAMI akan semakin intensif dalam mengembangkan variasi produknya dan mewujudkan rencana untuk mengekspor kendaraan komersial ke negara-negara tetangga/berkembang.

UD Trucks

PT Astra Multi Trucks Indonesia (AMT Indonesia) adalah agen tunggal dan produsen UD Trucks beserta produk pendukungnya. Produk UD Trucks dipasarkan oleh UD Trucks Sales Operation sebagai distributor resmi melalui 13 cabang beserta jaringan 12 dealer lainnya.

Di tahun 2012, AMT Indonesia juga mempersiapkan produk siap pakai seperti kendaraan pengangkut mobil dan dump truck bagi konsumennya. Melemahnya nilai Rupiah terhadap Yen Jepang mendorong kenaikan harga sekitar 5,0%, yang diimbangi secara paralel dengan melakukan program efisiensi biaya melalui pembelian bahan baku dari beberapa sumber, value engineering dan negosiasi ulang kontrak kerja untuk menjaga tingkat

penjualan dan profitabilitas yang optimal. Total penjualan UD Trucks di tahun 2012 adalah 2.925 unit, sedikit mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 3.045 unit. Selain penjualan di pasar domestik, AMT Indonesia juga mengekspor suku cadang pelengkap dengan tujuan negara-negara ASEAN.

AMT Indonesia berkomitmen dalam mewujudkan solusi transportasi yang handal bagi pelanggannya. Program kerja untuk menunjang peran tersebut meliputi penguatan kemampuan rekayasa, produksi dan pelayanan pelanggan, termasuk penajaman layanan purnajual kepada konsumen dan penyelenggaraan program hubungan pelanggan “UD Truckers”. Budaya organisasi juga diselaraskan agar AMT Indonesia mampu bergerak sesuai dinamika perkembangan pasar dan tren produk.

Peugeot

Rangkaian produk otomotif Peugeot ditawarkan oleh Astradi Indonesia, dengan operasional di bawah anak perusahaan PT Tjahja Sakti Motor (TSM) sebagai importir tunggal dan Peugeot Sales

Operation (PSO) sebagai unit distribusi bagi TSM.

Dengan jaringan 11 outlet di seluruh Indonesia, Perseroan semakin memperluas jangkauan dan memperkuat efektivitas rangkaian program pemasaran, promosi dan loyalitas pelanggan untuk mengukuhkan reputasi sebagai salah satu mobil Eropa terpopuler di Indonesia. Strategi untuk senantiasa meremajakan produk yang ditawarkan, termasuk memperkenalkan model terbaru kembali mendongkrak penjualan sebesar 77,1% menjadi 333 unit di tahun 2012.

BMW

BMW Sales Operation (BSO) merupakan divisi usaha Astra yang memiliki hak untuk menjual mobil BMW di Indonesia dan memberikan layanan purna jual, bekerja sama dengan BMW Indonesia sebagai distributor utama nasional. Dengan jaringan distribusi terdiri dari 1 kantor pusat dan 5 cabang di pulau Jawa, BSO mencatat perbaikan kinerja dengan menjual sebanyak 750 unit, atau naik 39,9% dari 536 unit di tahun 2011.

Menghadapi persaingan harga yang semakin tajam dalam segmen kendaraan premium, BSO bertekad

untuk memacu pertumbuhan ke depan dengan mengukuhkan reputasi sebagai dealer pilihan konsumen yang mengedepankan kesempurnaan layanan dan kepuasan pelanggan.

b. Sepeda Motor Honda

PT Astra Honda Motor (AHM) adalah pemegang lisensi sebagai produsen dan distributor sepeda motor Honda di wilayah Indonesia. AHM merupakan perusahaan patungan dengan kepemilikan saham 50:50 oleh PT Astra International Tbk dan Honda Motor Company Ltd. AHM dibantu oleh Honda Sales Operation (HSO) sebagai main dealer dalam Grup Astra Internasional yang bertanggung jawab atas operasional penjualan sepeda motor Honda, berikut suku cadang dan layanan purnajual Honda di beberapa wilayah Indonesia. Sebanyak 30,4% penjualan sepeda motor Honda berasal dari penjualan HSO. AHM menstimulasi konsumen dengan model-model baru yang dilengkapi dengan teknologi fuel injection yang rendah emisi, yaitu Vario Techno Fi, Beat Fi, dan CB150R Streetfire Fi. AHM senantiasa menawarkan harga yang menarik dan terus

memahami kebutuhan konsumen, antara lain dengan memberi pilihan paket pembiayaan syariah untuk mengatasi kenaikan uang muka. Keunggulan Astra dalam mengelola jaringan distribusi, menjadikan AHM semakin dekat dengan konsumen melalui jaringan ‘winning’ Honda yang meliputi 1.801 dealer, 3.675 gerai bengkel dan 7.464 toko suku cadang serta beragam program pelanggan yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan, salah satunya melalui program keamanan dalam berkendara (safety riding) yang memberi nilai tambah bagi masyarakat luas.

Ke depan, AHM akan terus mempertahankan komitmen pada keselarasan strategi dan fokus yang dikerahkan pada satu tujuan, yaitu memenangkan persaingan dan menjadi pemimpin terdepan di dalam industri dengan semangat One Heart (“Satu Hati”). Tujuan strategi One Heart adalah untuk mewujudkan mimpi para konsumen pemilik sepeda motor Honda dengan menawarkan produk terbaik yang inovatif, serta menciptakan jaringan distribusi dengan pelayanan yang prima untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Produsen Komponen Otomotif

PT Astra Otoparts Tbk (AOP) merupakan produsen komponen otomotif terkemuka di Indonesia yang melayani kebutuhan suku cadang untuk mobil dan sepeda motor. Sebagai produsen yang terkenal akan komitmen pada standar kualitas yang tinggi, AOP telah memasarkan produknya kepada produsen sepeda motor, seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan mobil, seperti Toyota, Daihatsu, Suzuki, Nissan, Hino, Mitsubishi dan Isuzu. Selain menjual produknya ke pasar segmen pabrikan otomotif atau Original Equipment for Manufacturers (OEM), AOP juga menjual produknya ke segmen pasar suku cadang pengganti atau Replacement Market (REM) melalui jaringan distribusinya yang terdiri dari 70 jaringan distribusi (48 dealer di area luar Jawa-Bali dan 22 kantor penjualan di area Jawa-Bali). Produk AOP juga dipasarkan melalui jaringan distribusi ritel modern gerai Shop&Drive. Gerai dengan konsep waralaba ini mendistribusikan suku cadang seperti aki, pelumas, dan shock absorber. Sampai dengan tanggal 31 Desember 2012, gerai

Shop&Drive AOP telah berjumlah 222 gerai dan meningkat cukup pesat dibandingkan saat pertama kali didirikan pada bulan November 1998 yang berjumlah 2 gerai dengan nama sebelumnya Super (Suku cadang dan Perawatan) A, yang kemudian berganti nama menjadi Shop&Drive di bulan April 2001. Komponen hasil produksi AOP pun telah merambah pasar otomotif internasional melalui dua kantor perwakilan yang berlokasi di Dubai dan Singapura dengan cakupan 40 negara di wilayah Timur Tengah, Asia, Oceania, Afrika, Eropa dan Amerika Serikat. Di tahun 2012, AOP mengalami kenaikan biaya tenaga kerja dan bahan baku produksi bersamaan dengan menurunnya penjualan sektor sepeda motor. Di tengah kendala eksternal tersebut, AOP tetap mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik dengan membukukan kenaikan total penjualan sebesar 12,4% dari Rp 7,4 triliun menjadi Rp 8,3 triliun. Sebesar 51% pendapatan AOP berasal dari pasar OEM, 40% dari REM, dan sisanya sebesar 9% dari pasar ekspor. AOP terus meningkatkan program efisiensi biaya agar senantiasa dapat menawarkan harga yang bersaing di

pasar serta terus meningkatkan sinergi dengan mitra bisnisnya untuk memperkuat merek produk sehingga dapat menguasai posisi dan pangsa pasar yang baik. Saat ini, produk aki GS Astra telah menjadi salah satu produk paling dipercaya konsumen di pasar suku cadang pengganti di Indonesia. Selain itu, merek Aspira yang merupakan merek orisinil AOP juga telah memperoleh berbagai penghargaan untuk kategori suku cadang kendaraan bermotor dan diakui di pasar otomotif Indonesia.

Pengembangan usaha dilakukan dengan memperluas kemampuan yang dimiliki dan membangun konsep pemasaran dan penjualan yang terencana bagi produk-produk baru, seperti oli pelumas Shell-Astra.

Hal ini berjalan paralel dengan ekspansi infrastruktur fasilitas produksi oleh anak perusahaan dan perusahaan afiliasi AOP dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, selaras dengan pertumbuhan tingkat permintaan pasar maupun pemutakhiran kemampuan produksi untuk mengakomodasi tren produk dan teknologi terkini. Beberapa fasilitas baru diantaranya pembangunan pabrik baru PT Inti Ganda Perdana di Karawang,

pembangunan pabrik baru PT Gemala Kempa Daya di Cikampek, pembangunan pabrik ketiga PT Denso Indonesia di Kawasan Industri Bekasi Fajar, Cikarang Barat, serta soft launching Engineering Development Center di Kawasan Industri Greenland International Industrial Center, Cikarang Pusat, Bekasi. Kerja sama dengan beberapa perusahaan prinsipal luar negeri juga telah dilakukan sepanjang tahun 2012 untuk membentuk anak usaha baru, di antaranya PT Evoluzione Tyres yang merupakan perusahaan patungan antara AOP dengan Pirelli Tyre S.p.A, PT Astra Juoku Indonesia, kerja sama antara AOP dengan Juoku Technology Co. Ltd. dan PT Takagi Sari Multi, serta PT Astra Nippon NHK Precision yang merupakan kerja sama antara PT Astra Nippon Gasket Indonesia (anak perusahaan AOP) dengan NHK Precision Co. Ltd. Jepang. Selain itu juga didirikan anak usaha baru yang 100% sahamnya dimiliki oleh AOP, yaitu PT Velasto Indonesia yang memproduksi komponen otomotif dari karet dan logam, dan PT Autoplastik Indonesia yang memproduksi komponen otomotif dari plastik dan telah memulai pembangunan pabrik barunya di

bulan November 2012. Jangkauan distribusi dan penjualan juga akan semakin diperluas di tahun-tahun mendatang.

d. AstraWorld

AstraWorld mengemban tugas penting dalam rantai bisnis otomotif Astra. Dengan menyelenggarakan rangkaian program Customer Relationship Management (CRM), AstraWorld memfasilitasi terciptanya nilai tambah bagi pelanggan dan hubungan yang berkelanjutan dalam setiap tahap kepemilikan kendaraan Astra.

Sesuai mottonya “Memberikan Lebih Banyak Manfaat”, AstraWorld membantu calon konsumen dan pemilik kendaraan Astra dengan layanan konsultasi untuk pembelian kendaraan baru, asuransi dan pembiayaan, informasi pemeliharaan rutin kendaraan dan bantuan tanggap darurat jalan raya melalui contact center 500898 dan 9 kantor regional AstraWorld dengan cakupan area operasional meliputi 13 kota besar di Indonesia.

2. Jasa Keuangan

Portofolio Astra di sektor jasa keuangan terdiversifikasi pada seluruh segmen industri dengan memiliki peran

yang strategis dalam memperkuat kinerja operasional rantai usaha bisnis lainnya. PT Federal International Finance (FIF) mendukung pembiayaan sepeda motor Honda. Bisnis mobil Astra mengandalkan kredit yang ditawarkan oleh Astra Credit Companies (ACC) dan Toyota Astra Financial Services (TAFS), sedangkan pembiayaan alat berat disalurkan melalui Surya Artha Nusantara Finance (SANF) dan Komatsu Astra Finance (KAF). Asuransi Astra Buana (AAB) memberikan perlindungan asuransi di berbagai bidang bagi konsumen individu dan komersil, sedangkan PermataBank menawarkan jasa layanan perbankan yang mutakhir bagi masyarakat luas di Indonesia. Pada tahun 2012, bisnis jasa keuangan Astra mencetak hasil yang sangat baik, tidak hanya dilihat dari jumlah pendapatan yang naik 15% menjadi Rp 12,7 triliun namun juga kontribusi terhadap profitabilitas Astra secara keseluruhan yang meningkat dari 18,7% di tahun 2011 menjadi 19,1%. Berkat keseimbangan fokus pada sistem manajemen risiko yang hati-hati dan menyeluruh, peningkatan profitabilitas juga diiringi dengan perbaikan kualitas aset dan tingkat rasio kredit bermasalah yang menurun.

Perusahaan jasa keuangan Astra juga secara aktif melakukan aksi korporasi untuk menggalang dana masyarakat, melalui penerbitan obligasi oleh ASF, FIF dan SANF dengan total jumlah dana yang berhasil dihimpun selama tahun 2012 sebesar Rp 12,0 triliun, sedangkan PermataBank memperkuat struktur modal dan pendanaannya melalui proses penawaran Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu dan pinjaman subordinasi. Selain itu, Astra juga mengandalkan fasilitas pinjaman dari berbagai bank nasional dan internasional untuk menopang likuiditas dan memanfaatkan biaya dana yang relatif rendah didukung oleh peringkat surat utang Grup dan perusahaan-perusahaan Astra yang sangat baik, yaitu berkisar antara AA- hingga AAA. Seluruh inisiatif pendanaan merupakan langkah untuk meningkatkan kapasitas usaha dalam mengantisipasi perkembangan sektor otomotif dan jasa keuangan kedepannya.

3. Alat Berat dan Pertambangan

PT United Tractors Tbk (UT) tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan 59,5% sahamnya dimiliki oleh Astra Internasional. UT mengelola segmen usaha alat berat dan pertambangan dalam Grup Astra yang terbagi

dalam tiga kegiatan utama, yaitu penjualan mesin konstruksi, bisnis kontraktor penambangan, dan pertambangan batu bara.

Dalam penjualan Mesin Konstruksi, UT melayani sektor-sektor industri strategis nasional termasuk pertambangan, perkebunan, konstruksi, dan kehutanan. Sementara bisnis kontraktor penambangan yang dijalankan oleh PT Pamapersada Nusantara (Pama), anak perusahaan dari UT, memiliki daftar klien yang sebagian besar merupakan perusahaan besar pemegang konsesi pertambangan di tanah air.

Pada tahun 2012, pendapatan UT meningkat 2% menjadi Rp 56,0 triliun dibandingkan tahun 2011.

Penjualan alat berat memberikan kontribusi 39,6% bagi total pendapatan UT (49,4% di tahun 2011), diikuti oleh kontrak penambangan sebesar 50% (40,7% pada tahun 2011) dan sisanya sebesar 10,4% berasal dari aktivitas pertambangan (9,9% di tahun 2011).

4. Agribisnis

Melalui kepemilikan 79,7% saham PT Astra Agro Lestari Tbk (AAL), Astra mengelola salah satu bisnis kelapa sawit terbesar nasional, dengan total lahan kelapa sawit tertanam seluas 272.994 hektar. AAL memiliki

delapan pabrik pengepresan inti kelapa sawit (kernel pressing) dengan total kapasitas 920 ton kernel/hari dan 26 pabrik pengolahan minyak kelapa sawit dengan total kapasitas produksi sebesar 1.230 ton Tandan Buah Segar (TBS)/ jam pada akhir tahun 2012.

AAL berhasil mempertahankan kinerja operasional yang baik sepanjang tahun 2012, kendati menghadapi kondisi pasar yang kurang menguntungkan karena melemahnya permintaan CPO yang disebabkan oleh krisis ekonomi global, yang memicu penurunan harga rata-rata penjualan CPO Perusahaan sebesar 3,4%. Total pendapatan mencapai Rp 11,6 triliun atau naik 7,3% dari Rp 10,8 triliun pada tahun 2011, sedangkan laba bersih naik 0,2% menjadi Rp 2,4 triliun. Saat ini penjualan CPO Perusahaan masih didominasi untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik. Total hasil produksi CPO AAL mengambil porsi sekitar 5,7% dari keseluruhan produksi CPO nasional.

Kinerja positif Perusahaan sepanjang tahun 2012 tidak terlepas dari program intensifikasi di semua lini proses produksi dan perkebunan, termasuk mekanisasi, pengolahan tanah, pengelolaan air dan perbaikan infrastruktur, yang telah diluncurkan selama beberapa

tahun terakhir, serta diiringi inisiatif peningkatan kapasitas produksi. AAL menyelesaikan pembangunan empat pabrik pengolahan kelapa sawit baru, dua berlokasi di Kalimantan Timur dan lainnya di Kalimantan Selatan dan Sulawesi Tengah. Masing-masing pabrik menyumbang penambahan kapasitas produksi sebesar 45 ton TBS/jam, sehingga total kapasitas produksi secara keseluruhan menjadi 1.230 ton TBS/jam atau naik 17,1% dari total kapasitas produksi 1.050 ton TBS/jam di akhir tahun 2011.

Alhasil, produktivitas TBS kebun inti kembali meningkat menjadi 23,6 ton/ha dari 22,2 ton/ ha pada tahun 2011 serta produksi minyak kelapa sawit menjadi 1,5 juta ton dari 1,3 juta ton. Untuk menunjang kelangsungan usaha dalam jangka panjang dilakukan juga program penanaman kembali pada lahan seluas 2.714 hektar, khususnya terfokus di daerah yang memiliki tingkat produktivitas relatif rendah. Selain itu juga, AAL terus melakukan program perluasan lahan (land bank) meskipun masih terdapat banyak kendala yang dihadapi dalam hal pembebasan lahan.

Untuk menunjang proses operasional sehari-hari, AAL terus memperkuat peran Penelitian dan Pengembangan

(Research & Development) dengan melakukan program pembibitan terintegrasi untuk menghasilkan bibit kelapa sawit berkualitas tinggi yang akan tumbuh menjadi pohon yang memiliki karakter-karakter unggulan, seperti tingkat produksi yang tinggi, toleransi terhadap hama dan penyakit, kualitas minyak yang baik, dan lainnya. Bekerja sama dengan Institute of Agricultural Research for Development (IRAD) dari Kamerun sejak tahun 2008, tahap pertama program pembibitan AAL telah selesai pada tahun 2012 dengan mengumpulkan bahan tanam. Selanjutnya pada tahap kedua program akan dilakukan penanaman bibit yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan benih bagi program cross breeding yang dicanangkan, sehingga kedepannya AAL akan mampu memproduksi berbagai kebutuhan benih secara internal.

5. Infrastruktur dan Logistik

Bisnis infrastruktur dan logistik Astra dikelola oleh tiga anak perusahaan: PT Astratel Nusantara (Astratel) dan PT Intertel Nusaperdana (Intertel) untuk bisnis infrastruktur dengan portofolio proyek terdiri dari konsesi pembangunan dan pengelolaan jalan tol, bisnis layanan air bersih serta fasilitas penampungan bahan

bakar minyak. Sementara PT Serasi Autoraya (SERA) merupakan perusahaan transportasi dan logistik yang terintegrasi dengan empat lini bisnis yang terdiri dari penyewaan mobil melalui TRAC-Astra Rent A Car, penjualan mobil bekas melalui Mobil88 dan Ibid, layanan logistik yang dikelola SELOG dan transportasi umum Orenz taxi.

Pada tahun 2012, pendapatan dari usaha infrastruktur dan logistik menyumbangkan sejumlah Rp 6,5 triliun atau sebesar 3% kontribusi terhadap jumlah keseluruhan pendapatan Astra. Laba bersih yang dihasilkan sebesar Rp 683 miliar atau naik 13% dari tahun sebelumnya. Hal ini sejalan dengan strategi Astra dalam hal diversifikasi usaha yang merespon pertumbuhan ekonominasional dan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara luas dengan pendekatan bisnis model berbasis sinergi value chain.

6. Teknologi Informasi

PT Astra Graphia Tbk (Astragraphia) merupakan anak perusahaan Astra dengan kepemilikan sebesar 76,9% yang sahamnya tercatat di Bursa Efek Indonesia. Astragraphia menawarkan solusi bisnis berbasis Document, Information, & Communication Technology

(DICT). Solusi dokumen dijalankan langsung oleh Astragraphia sebagai distributor eksklusif dari Fuji Xerox. Solusi ICT dijalankan oleh anak perusahaannya, yaitu PT Astra Graphia Information Technology (AGIT) yang menjalin kerja sama dengan SAP, Oracle, HP, IBM, Microsoft, dan Cisco. Selanjutnya, solusi mobilebanking dijalankan oleh PT AGIT Monitise Indonesia, yang merupakan perusahaan patungan dari AGIT yang bermitra dengan Monitise Asia Pacific. Astragraphia mempunyai 24 kantor cabang dan 79 depo layanan di Indonesia. Pada tahun 2012 pendapatan bersih Astragraphia meningkat sebesar 19,7% dari tahun sebelumnya menjadi Rp 2,1 triliun, dengan kenaikan laba bersih sebesar 22,7% dari tahun sebelumnya, menjadi Rp 171 miliar.

ii. Pendekatan Manajemen

Pengungkapan terhadap aspek ini dijelaskan dengan memberi aturan pada tiap item dan penjelasan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PT. Astra International, Tbk pada setiap aspek. Aspek tersebut diantaranya yakni :

1. Ekonomi

Total yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan

dan yang telah diungkapkan perusahaan dari indikator ekonomi ditunjukkan oleh tabel 4.2 :

Tabel 4.2 Pengungkapan Indikator Ekonomi

No	Indikator <i>Sustainability Report</i>	Ya	Tidak
1.	Ekonomi		
	a. Kinerja ekonomi		
	Utama (<i>core</i>)		
EC1	Nilai ekonomi langsung yang menghasilkan dan mendistribusikan pendapatan, biaya operasi, ganti rugi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lain, laba ditahan dan pembayaran ke pemilik modal dan pemerintah.	v	
EC2	Implikasi keuangan dan resiko-resiko lain serta peluang aktivitas organisasi karena perubahan iklim.	v	
EC3	Kewajiban aplikasi rencana pemberian tunjangan oleh organisasi.	v	
EC4	Signifikansi penerimaan bantuan keuangan dari pemerintah.		x
	b. Presensi pasar		
	Tambahan (<i>add</i>)		

EC5	Nilai rata-rata rasio upah awal standar yang dibandingkan dengan upah minimum lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan		x
	Utama (<i>core</i>)		
EC6	Politik, praktek-praktek dan proporsi pembelanjaan dari para pemasok pada lokasi yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan.		x
EC7	Kebijakan manajemen dalam perekrutan karyawan yang berasal dari masyarakat lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan.		x
	c. Dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung		
	Utama (<i>core</i>)		
EC8	Dampak dari pembangunan investasi-investasi prasarana dan jasa yang menyediakan manfaat publik baik secara komersial, kesesuaian atau keahlian.	v	
EC9	Memahami dan menggambarkan peningkatan dampak-dampak ekonomi	v	

	yang tidak langsung yang disebabkan oleh aktivitas organisasi.		
	Jumlah	5	4

Aspek ekonomi ini yang diungkapkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

1. EC1

Nilai ekonomi langsung yang menghasilkan dan mendistribusikan pendapatan, biaya operasi, ganti rugi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lain, laba ditahan dan pembayaran ke pemilik modal dan pemerintah. Menurut Dziegielewska Dominika konsep nilai ekonomi memberikan fondasi bagi kesejahteraan ekonomi neoklasik, yang berakar pada utilitarianisme. Ekonomi mengungkapkan nilai sejauh mana suatu memuaskan barang atau jasa preferensi individu. Preferensi ini dapat dinyatakan dalam bentuk utilitas (guna), sebuah peringkat tidak teramatidari preferensi, atau secara teoritis kurang menarik, tapi uang lebih praktis matriks. Dengan demikian, nilai ekonomi dapat diukur dengan jumlah uang yang seorang individu bersedia membayar untuk barang atau jasa atau jumlah uang yang seorang individu bersedia menerima sebagai kompensasi untuk barang atau jasa.

Aspek EC1 ditunjukkan oleh Gambar 4.1

PT ASTRA INTERNATIONAL Tbk DAN ENTITAS ANAK/AND SUBSIDIARIES				
LAPORAN LABA RUGI KONSOLIDASIAN UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR 31 MARET 2012 DAN 2011 (Dinyatakan dalam miliaran Rupiah, kecuali dinyatakan lain)		CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT FOR THE PERIODS ENDED 31 MARCH 2012 AND 2011 (Expressed in billions of Rupiah, unless otherwise stated)		
		Catatan/ Notes		
		2012	2011	
Pendapatan bersih	46,353	27	38,693	Net revenue
Beban pokok pendapatan	(37,921)	28	(31,074)	Cost of revenue
Laba bruto	8,432		7,619	Gross profit
Beban penjualan	(1,723)	28	(1,509)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	(2,049)	28	(1,770)	General and administrative expenses
Penghasilan bunga	191		109	Interest income
Beban bunga	(225)		(127)	Interest expense
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(10)		50	Foreign exchange (loss)/gain, net
Penghasilan lain-lain	500	29	480	Other income
Beban lain-lain	(15)		(51)	Other expenses
Bagian atas hasil bersih entitas asosiasi dan pengendalian bersama entitas	1,504	10	1,443	Share of results of associates and jointly controlled entities
Laba sebelum pajak penghasilan	6,605		6,224	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan	(1,141)	9c	(1,154)	Income tax expenses
Laba periode berjalan	5,464		5,070	Profit for the period
Laba yang diatribusikan kepada:				Profit attributable to:
Pemilik entitas induk	4,647		4,303	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali	817	26	767	Non-controlling interests
	5,464		5,070	
Laba per saham – dasar dan dilusian (dalam satuan Rupiah)	1,148	32	1,063	Earnings per share – basic and diluted (full Rupiah)

Gambar 4.1 Laporan Laba Rugi Konsolidasi

2. EC2

Implikasi keuangan dan resiko – resiko lain serta peluang aktivitas organisasi karena perubahan iklim.

Perubahan situasi menciptakan suatu resiko dan kesempatan untuk organisasi, investor, dan stakeholders. Organisasi akan menghadapi resiko fisik yang akan mengubah sistem iklim dan pola cuaca. Resiko ini meliputi tingkat curah hujan yang cukup

tinggi, yang dapat menghambat usaha dalam bidang pertambangan, karena jika saat hujan turun maka kegiatan pertambangan tidak bisa dijalankan.

c. EC3

Kewajiban aplikasi rencana pemberian tunjangan oleh organisasi ditunjukkan dengan gambar 4.4, disitu dapat dilihat kewajiban perusahaan dalam aplikasi tunjangan untuk karyawannya. Tunjangan yang diberikan tercermin pula pada penjelasan Laporan keuangan PT. Astra International pada gambar 4.2 yaitu pemberian dana pensiun bagi para karyawannya setelah purna tugas.

m. Program imbalan pascakerja

Grup menyediakan program dana pensiun untuk karyawan melalui Dana Pensiun Astra 1 dan Dana Pensiun Astra 2. Jumlah pembayaran yang dilakukan Grup adalah sebagai berikut:

Dana Pensiun Astra 1
Dana Pensiun Astra 2
Jumlah/Total

*) % terhadap jumlah biaya karyawan.

m. Post-employment benefit plan

The Group provides post-employment benefit plan for its employees through Dana Pensiun Astra 1 and Dana Pensiun Astra 2. The total payment made by the Group are as follows:

	31 Mar		31 Des	
	2012	Rp	2011	Rp
Dana Pensiun Astra 1	0.10	3	0.10	9
Dana Pensiun Astra 2	2.10	57	1.68	152
Jumlah/Total	2.20	60	1.78	161

*) % of employee cost.

Gambar 4.2 Program Imbalan Pascakerja

PT ASTRA INTERNATIONAL Tbk
DAN ENTITAS ANAK/AND SUBSIDIARIES

**LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2012 DAN 2011**
(Dinyatakan dalam miliaran Rupiah)

**CONSOLIDATED STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2012 AND 2011**
(Expressed in billions of Rupiah)

	2012	2011	
Arus kas dari aktivitas operasi:			Cash flows from operating activities:
Penerimaan dari pelanggan	201,353	186,584	Receipts from customers
Pembayaran kepada pemasok	(170,132)	(138,291)	Payments to suppliers
Pembayaran kepada karyawan	(10,402)	(8,636)	Payments to employees
Penerimaan dari aktivitas operasi lainnya	905	552	Receipts from other operating activities
Pembayaran untuk aktivitas operasi lainnya	(7,779)	(6,717)	Payments for other operating activities
Kas yang dihasilkan dari operasi	13,945	13,492	Cash generated from operations
Penghasilan bunga yang diterima	675	696	Interest income received
Pembayaran pajak penghasilan badan	(5,688)	(4,177)	Payments of corporate income tax
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	8,932	10,011	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas dari aktivitas investasi:			Cash flows from investing activities:
Dividen kas yang diterima	4,064	4,240	Cash dividends received
Penjualan dan <i>capital repayment</i> investasi lain-lain	1,956	1,129	Sale and capital repayments of other investments
Penjualan aset tetap	323	107	Sale of fixed assets
Penjualan entitas anak, setelah dikurangi kas yang dikeluarkan	21	15	Sale of subsidiary, net of cash disposed
Pembelian aset tetap	(9,543)	(8,779)	Acquisitions of fixed assets
Penambahan investasi lain-lain	(2,341)	(1,680)	Additions to other investments
Penambahan investasi pada pengendalian bersama entitas	(1,309)	(21)	Additions to investment in jointly controlled entities
Pembelian entitas anak, setelah dikurangi kas yang diperoleh	(856)	(2,423)	Purchase of subsidiaries, net of cash acquired
Penambahan tanaman perkebunan	(824)	(801)	Additions to plantations
Pembelian aset takberwujud lainnya	(226)	(122)	Acquisitions of other intangible assets
Penambahan hak koncesi	(522)	(462)	Additions to concession rights
Penambahan aset lain-lain	(130)	(105)	Additions to other assets
Penambahan piutang lain-lain kepada pihak-pihak berelasi	(35)	(15)	Addition to other receivables from related parties
Pembelian properti investasi	(10)	-	Acquisition of investment property
Penambahan investasi pada entitas asosiasi	(5)	(283)	Additions to investment in associates
Penjualan properti investasi	-	36	Sale of investment property
Pelepasan entitas asosiasi	-	10	Disposal of associate
Pembelian properti pertambangan	-	(191)	Acquisitions of mining properties
Arus kas bersih yang digunakan untuk aktivitas investasi	(9,437)	(9,345)	Net cash flows used in investing activities

**PT ASTRA INTERNATIONAL Tbk
DAN ENTITAS ANAK/AND SUBSIDIARIES**

**LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR
31 DESEMBER 2012 DAN 2011
(Dinyatakan dalam miliaran Rupiah)**

**CONSOLIDATED STATEMENTS OF CASH FLOWS
FOR THE YEARS ENDED
31 DECEMBER 2012 AND 2011
(Expressed in billions of Rupiah)**

	2012	2011	
Arus kas dari aktivitas pendanaan:			Cash flows from financing activities:
Penerimaan utang jangka panjang	27,030	28,339	Proceeds from long-term debt
Penerimaan pinjaman jangka pendek	13,324	16,050	Proceeds from short-term borrowings
Penerbitan saham kepada kepentingan nonpengendali	1	2,668	Issuance of shares to non-controlling interests
Pembayaran kembali utang jangka panjang	(20,141)	(16,896)	Repayments of long-term debt
Pembayaran kembali pinjaman jangka pendek	(11,050)	(16,112)	Repayments of short-term borrowings
Dividen kas yang dibayarkan kepada pemegang saham Perseroan	(8,253)	(6,999)	Cash dividend paid to the Company's shareholders
Dividen kas yang dibayarkan kepada kepentingan nonpengendali	(1,515)	(1,192)	Cash dividend paid to non-controlling interest
Pembayaran bunga	(990)	(662)	Interest paid
Perubahan kepentingan pengendali pada entitas anak	(101)	(14)	Change in controlling interests in subsidiaries
Pembayaran uang muka kepada kepentingan nonpengendali atau penambahan kepentingan pada entitas anak	(232)	-	Payment of advance to non-controlling interest for additional interest in subsidiary
Arus kas bersih yang (digunakan untuk)/diperoleh dari aktivitas pendanaan	(1,927)	5,382	Net cash flows (used in)/provided from financing activities
(Penurunan)/kenaikan bersih kas, setara kas dan cerukan	(2,432)	6,048	(Decrease)/increase in cash, cash equivalents and bank overdrafts
Kas, setara kas dan cerukan pada awal tahun	13,163	7,093	Cash, cash equivalents and bank overdrafts at beginning of year
Dampak perubahan selisih kurs terhadap kas, setara kas dan cerukan	178	22	Effect of exchange rate differences on cash, cash equivalents and bank overdrafts
Kas, setara kas dan cerukan pada akhir tahun	10,909	13,163	Cash, cash equivalents and bank overdrafts at end of year
Aktivitas signifikan yang tidak mempengaruhi arus kas:			Significant activities not affecting cash flows:
Perolehan aset tetap melalui utang jangka panjang	976	907	Acquisition of fixed assets through long-term debt
Kas, setara kas dan cerukan terdiri dari:			The cash, cash equivalents and bank overdrafts comprise the following:
	2012	2011	
Kas dan setara kas	11,055	13,111	Cash and cash equivalents
Kas dan setara kas yang dibatasi penggunaannya	94	92	Restricted cash and cash equivalents
Cerukan	(240)	(40)	Bank overdrafts
	10,909	13,163	

Gambar 4.3 Laporan Arus Kas Konsolidasi

d. EC8

Dampak yang dapat dirasakan oleh masyarakat yang memberikan manfaat publik dalam hal keahlian antara lain dengan adanya program pengembangan wirausaha.

Wirausaha adalah salah satu jalan keluar bagi Negara

ini untuk mengentaskan kemiskinan. Dengan berwirausaha maka masyarakat dapat dengan mandiri mempunyai pekerjaan dan pemasukan untuk keluarga mereka. Aspek pengungkapan ini dapat dilihat pada gambar 4.4

Kegiatan Activities	Target Target	Pencapaian Achievement
Lingkungan - Penanaman Pohon Environment - Trees Plantation	550,000 pohon trees	1,225,802 pohon trees
Kesehatan - Donor Darah Health - Blood Donation	55,000 kantong darah blood bag	81,588 kantong darah blood bag
Pendidikan - Astra Berbagi Ilmu Education - Astra Sharing Knowledge	55,000 jam hour	79,043 jam hour
Pengembangan Wirausaha - Pelatihan Entrepreneur Development - Training	55,000 jam hour	237,182 jam hour

Gambar 4.4 Pengungkapan Pengembangan Wirausaha

1. EC9

Memahami dan menggambarkan peningkatan dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung yang disebabkan oleh aktivitas organisasi dapat dilihat dalam gambar 4.4 yaitu dapat dijelaskan masyarakat dapat belajar untuk berwirausaha untuk dapat mempunyai penghasilan sendiri serta dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

2. Lingkungan

Total yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan dan yang telah diungkapkan perusahaan dari indikator lingkungan ditunjukkan oleh tabel 4.2

Tabel 4.3 Pengungkapan Indikator Lingkungan

2	Lingkungan		
	a. Bahan-bahan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN1	Penggunaan bahan berdasarkan kebutuhannya.		x
EN2	Presentase dari bahan-bahan masukan yang didaur ulang		x
	b. Energi		
	Utama (<i>core</i>)		
EN3	Energi langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		x
EN4	Energi tidak langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		x
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN5	Penyimpanan energi yang bertujuan memperbaiki tingkat konservasi dan efisiensi energi.	v	
EN6	Inisiatif pemakaian energi secara efisien dalam menghasilkan produk-produk dan jasa serta pertimbangan tingkat penyusutan energi.		x

EN7	Inisiatif mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan tingkat penyusutan-penyusutan yang akan terjadi.		x
	c. Air		
	Utama (<i>core</i>)		
EN8	Total pemakaian air yang digunakan sebagai sumber.		x
EN9	Sumber mata air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pemakaian air.		x
EN10	Persentase air yang didaur ulang dan digunakan kembali.		x
	d. Keanekaragaman hayati		
	Utama (<i>core</i>)		
EN11	Pengelolaan lokasi serta ukuran lahan yang dimiliki atau disewa dalam mengatur pelestarian dari keanekaragaman hayati.	v	
EN12	Deskripsi dampak – dampak dari aktivitas – aktivitas, produk – produk, dan jasa yang berpengaruh terhadap kelestarian keanekaragaman hayati.		x
EN13	Melindungi dan memulihkan habitat.	v	
EN14	Strategi, tindakan dan rencana masa	v	

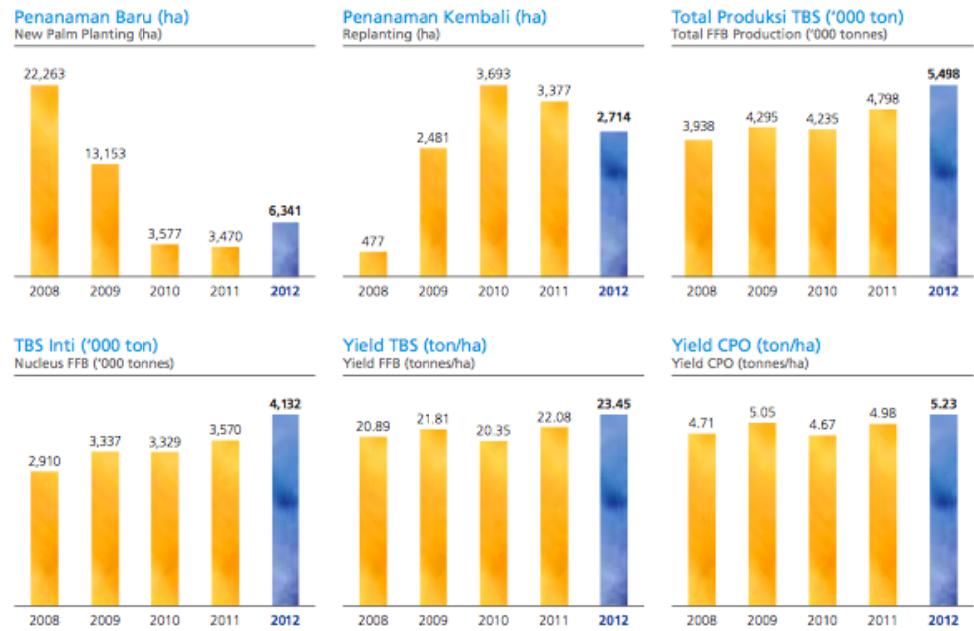
	depan untuk penanggulangan dampak pada keanekaragaman hayati.		
EN15	Mendaftar jenis spesies dan konservasi nasional sesuai tempat habitatnya didalam area yang dipengaruhi oleh aktivitas operasi dan menimbulkan resiko pemunahan.		x
	e. Emisi, sungai dan limbah		
	Utama (<i>core</i>)		
EN16	Total dampak langsung dan tidak langsung gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		x
EN17	Dampak tidak langsung lain dari gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		x
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN18	Inisiatif untuk mengurangi gas emisi dari rumah kaca.	v	
	Utama (<i>core</i>)		
EN19	Emisi lapisan ozon yang bersubstansi tinggi.		x
EN20	Nox, Sox, dan gas emisi udara lain yang berpengaruh besar terhadap lingkungan.		x

EN21	Total air yang digunakan harus sesuai mutu dan tujuan.		x
EN22	Total limbah harus disesuaikan dengan metode pembuangan.		x
EN23	Total nilai dan jumlah limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan.		x
EN24	Berat dari proses transportasi, import, eksport atau sisa pembuangan.		x
EN25	Identitas, ukuran, status perlindungan dan nilai keanekaragaman hayati dari air dan habitat.		x
	f. Produk dan jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak dari produk - produk dan jasa serta luas dampak dari keduanya terhadap lingkungan.	v	
EN27	Persentase kesesuaian dengan prosedur atas produk- produk yang dijual dan kemasan bahan - bahan produk.	v	
	g. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		

EN28	Nilai moneter dan non moneter yang dijadikan sanksi untuk pelanggaran hukum dan peraturan lingkungan.		x
	h. Transportasi		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EN29	Pengaruh dampak transportasi produk, barang lain dan bahan-bahan yang digunakan untuk organisasi serta transportasi pekerja terhadap lingkungan.		x
	i. Menyeluruh		
EN30	Total biaya - biaya perlindungan lingkungan dan investasi-investasi lingkungan yang lain.	v	
	JUMLAH	8	22

a. EN5

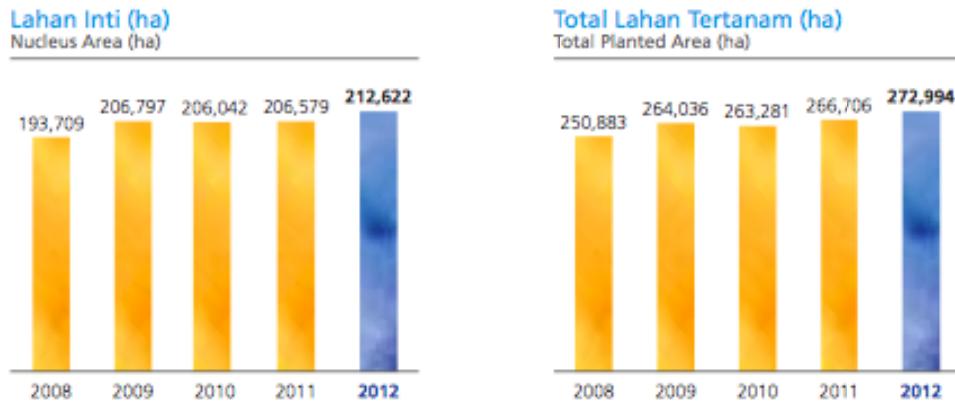
Penyimpanan energi yang bertujuan memperbaiki tingkat konservasi dan efisiensi energi. Disini PT. Astra International mengimplementasikannya dengan melakukan penanaman kembali untuk bidang usaha Agribisnis yaitu kelapa sawit. Pengungkapan tersebut ada pada gambar 4.5



Gambar 4.5 Pengungkapan konservasi

b. EN11

Pengelolaan lokasi serta ukuran lahan yang dimiliki atau disewa dalam mengatur pelestarian dari keanekaragaman hayati diimplementasikan dalam pengoptimalan jumlah lahan tertanam untuk cabang usaha Agribisnis kelapa sawit. Pada gambar 4.6 dapat dilihat pengoptimalan lahan tertanam untuk tanaman kelapa sawit.



Gambar 4.6 Pengungkapan Ukuran Lahan

c. EN13

Untuk memulihkan kembali habitat ataupun ekosistem PT. Astra International dalam cabang usaha Agribisnis miliknya melalukan cara penanaman kembali untuk dapat melindungi habitat atau ekosistem.

Pengungkapannya dapat dilihat pada gambar 4.5

d. EN14

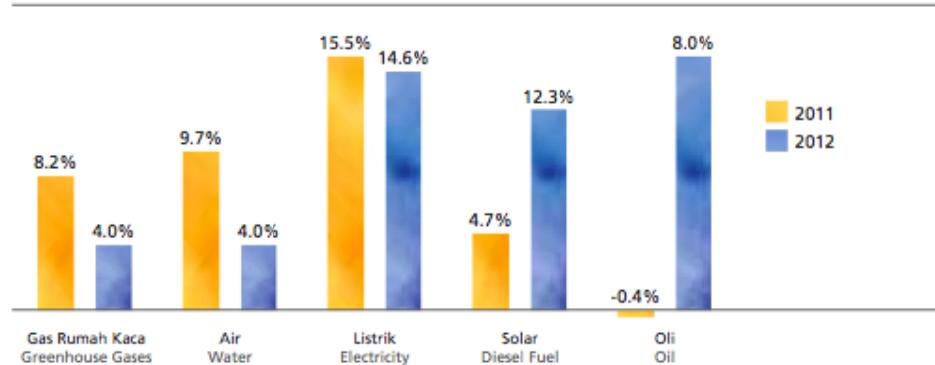
Strategi, tindakan dan rencana masa depan untuk penanggulangan dampak pada keanekaragaman hayati dilakukan salah satunya dengan penanaman pohon. Penanaman pohon ini sudah dilakukan oleh PT. Astra International salah satu kesempatannya adalah pada saat HUT ke-55 Astra International yaitu penanaman pohon, dan dapat dilihat pada gambar 4.4

e. EN18

Inisiatif untuk mengurangi gas emisi dari rumah kaca dilakukan dengan efisiensi energi dan sumber daya alam, ditunjukan pada gambar 4.7

Efisiensi Energi & Sumber Daya Alam

Efficiency of Energy & Natural Resources



Gambar 4.7 Efisiensi Energi dan Sumber Daya Alam

f. EN26

Inisiatif untuk mengurangi dampak dari produk - produk dan jasa serta luas dampak dari keduanya terhadap lingkungan ditunjukan dengan adanya upaya Astra Green Company (AGC) yaitu dapat dilihat dari petikan pernyataan dalam Laporan Tahunan PT. Astra International yakni :

“Secara garis besar, kebijakan LK3 Astra dirangkum dalam kriteria yang menjadi sistem pengukur pencapaian kinerja masing-masing unit bisnis dalam pelaksanaan LK3 pada kegiatan bisnis sehari-harinya,

yaitu Astra Green Company (AGC). Mulai diterapkan sejak tahun 1999 dan terus dikembangkan secara berkala, AGC memuat kriteria di bidang LK3 yang meliputi:

1. Green Strategy bagi manajemen puncak dalam memberikan komitmen, menyusun rencana, menelaah, dan mendokumentasikan sistem;
2. Green Process untuk pengembangan proses bisnis yang aman, nyaman dan bersih;
3. Green Product untuk pembuatan produk- produk yang aman dan ramah bagi lingkungan, termasuk juga dalam hal layanan;
4. Green Employees untuk meningkatkan kepedulian dan kompetensi dalam pengelolaan lingkungan, keselamatan kerja dan kesehatan serta inovasi dalam LK3.”

g. EN27

Persentase kesesuaian dengan prosedur atas produk-produk yang dijual dan kemasan bahan - bahan produk disinggung dalam kutioan pernyataan pada Laporan Tahunan PT. Astra International yakni, “Standar pelayanan kepada konsumen diukur secara terus menerus menggunakan prinsip Quality, Cost,

Delivery, Safety, Moral dan Environment (QCDSME).

Astra senantiasa menerapkan kebijakan prosedur, proses internal yang sesuai dengan peraturan perundang- undangan dalam hal perlindungan konsumen. Karenanya, setiap perusahaan Astra dituntut untuk memberikan pelayan terbaik yang menyeluruh sehingga perlindungan akan hak dan kepentingan pelanggan senantiasa terjaga”.

h. EN30

Total biaya - biaya perlindungan lingkungan dan investasi- investasi lingkungan yang lain ditunjukan pada gambar 4.8 yang menunjukan dampak keuangan atas kegiatan perlindungan lingkungan dan CSR.



Gambar 4.8 Presentase Dampak Keuangan

3. Hak Asasi Manusia

Total yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan dan yang telah diungkapkan perusahaan dari indikator hak asasi manusia ditunjukkan oleh tabel 4.4

Tabel 4.4 Pengungkapan Indikator Hak Asasi Manusia

3	Hak Asasi Manusia		
	a. Investasi dan pengadaan praktek		
	Utama (<i>core</i>)		
HR1	Persentase dan total dari persetujuan-persetujuan investasi yang berpengaruh terhadap hak asasi manusia.		x
HR2	Persentase hak asasi manusia yang berpengaruh.		x
HR3	Kebijakan - kebijakan dan prosedur - prosedur mengenai hak asasi manusia yang terkait dengan operasi perusahaan, termasuk karyawan training.	v	
	b. Non Diskriminasi		
HR4	Daftar dari peristiwa- peristiwa diskriminasi dan tindakan yang diambil oleh perusahaan		x
	c. Kebebasan untuk berasosiasi dan pertimbangan kolektif		

HR5	Identifikasi hak kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendukung hak-hak ini.	v	
	d. Karyawan Anak-anak.		
	Utama (<i>core</i>)		
HR6	Identifikasi resiko yang berpengaruh terhadap buruh anak-anak serta peran untuk penghapusan buruh anak-anak.	v	
	e. Hak dan kewajiban Tenaga Kerja		
	Utama (<i>core</i>)		
HR7	Identifikasi operasi yang mempunyai resiko terhadap tenaga kerja wajib atau yang mendapat paksaan, dan tindakan perusahaan untuk berperan melakukan penghapusan tenaga kerja wajib atau pemaksaan kerja.		x
	f. Praktek keamanan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR8	Persentase dari personil keamanan dalam melatih kebijakan - kebijakan	v	

	atau prosedur - prosedur organisasi mengenai aspek hak asasi manusia yang berkait dengan operasi perusahaan.		
	g. Hak-hak masyarakat pribumi.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR9	Daftar peristiwa- peristiwa pelanggaran terhadap hak- hak masyarakat pribumi dan tindakan yang diambil perusahaan		x
	JUMLAH	4	5

a. HR3

Kebijakan - kebijakan dan prosedur - prosedur mengenai hak asasi manusia yang terkait dengan operasi perusahaan, termasuk karyawan training diimplementasikan dengan adanya Program Dana Pensiun, Program Pelatihan dan Koperasi Astra International.

Program Persiapan Pensiun (Purna Bhakti) di Astra dimulai dalam rentang waktu dua tahun sebelum efektif masa pensiun. Untuk menghasilkan manfaat yang optimal, kegiatan diselaraskan dengan kebutuhan dan minat masing-masing karyawan dan dirancang secara

multi dimensi, terdiri dari tiga tahap utama, yaitu:

1. Dua tahun sebelum memasuki masa pensiun dilakukan persiapan diri dan mental karyawan dan pasangannya melalui program konseling untuk menghadapi perubahan kegiatan rutinitas sehari-hari;
2. Satu tahun sebelum masa pensiun dipusatkan pada program pengembangan kemampuan kewirausahaan dan keahlian (life skills) berdasarkan minat karyawan;
3. Enam bulan sebelum masa pensiun adalah Masa Persiapan Pensiun (MPP), dimana karyawan mulai dapat meninggalkan pekerjaannya untuk mempersiapkan kegiatan setelah masa pensiun kelak.

Pada tahun 2012, program pelatihan kepemimpinan menarung partisipan sebagai berikut:

4. Astra Basic Management Program (ABMP)diikuti oleh 440 peserta (2011: 257 peserta)
5. Astra First-line Management Program (AFMP) diikuti oleh 271 peserta (2011: 166peserta)
6. Astra Middle Management Program(AMMP) diikuti oleh 244 peserta (2011:180 peserta)
7. Astra Senior Management Program(ASrMP) diikuti oleh 102 peserta (2011:16 peserta)
8. Astra General Management Program(AGMP) diikuti

oleh 65 peserta (2011: 32peserta)

9. Program lanjutan seperti Astra Executive Program (AEP) dan Astra Advance Executive Program (AAEP) yang baru pertama kali dilakukan, telah diikuti oleh 7 orang eksekutif Astra.

b. HR5

Identifikasi hak kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendukung hak-hak ini diimplementasikan dengan Engagement.

Sesuai visi untuk sejahtera bersama bangsa, komitmen dan persepsi dalam fokus pengelolaan sumber daya manusia di Astra adalah membina hubungan yang sejahtera dengan karyawan. Bagi Astra, karyawan merupakan aset terpenting yang dimilikinya. Karenanya, hubungan karyawan dengan perusahaan dibina berdasarkan semangat kemitraan yang kuat. Berbagai upaya secara konsisten ditujukan untuk memaksimalkan kenyamanan dan kepercayaan karyawan terhadap Perusahaan agar tumbuh ikatan dan rasa saling

memiliki/apresiasi yang kuat dengan Perusahaan.

Hubungan yang harmonis dan komunikasi dua arah dengan serikat pekerja juga senantiasa dipelihara dengan baik. Forum bipartit merupakan kegiatan rutin yang dilakukan sebagai ajang berbagi ide dan pengalaman antara manajemen dan perwakilan karyawan. Hal ini memungkinkan terfasilitasinya upaya optimalisasi produktivitas bagi kepentingan perusahaan sekaligus tingkat kesejahteraan yang terbaik bagi karyawan, sehingga semakin memperkokoh tanggung jawab dan komitmen bersama untuk mengedepankan keberlangsungan usaha Astra ke depan.

Astra memberlakukan sistem penilaian kinerja yang berorientasi pada pengukuran produktivitas sekaligus sebagai motivasi bagi setiap karyawan dalam hal remunerasi dan peningkatan karir. Sistem remunerasi dan fasilitas lain ditentukan oleh Astra Kantor Pusat dan diimplementasikan secara spesifik oleh masing-masing perusahaan sesuai dengan karakteristik industri dan bisnis yang berbeda. Secara garis besar, sistem didasarkan pada target di tingkat korporasi yang diturunkan pada masing-masing karyawan

berdasarkan fungsi yang diemban melalui Individual Performance Plan (IPP). Terhadap IPP dilakukan penilaian untuk menelaah implementasinya, dan hasil tersebut menjadi acuan untuk menentukan kenaikan gaji, bonus akhir tahun dan juga promosi jabatan.

Astra memperhatikan kesejahteraan karyawan dari segala aspek dan menyediakan bagi setiap karyawan tetap berbagai fasilitas dan manfaat di luar imbalan moneter berupa gaji yang dibayarkan. Fasilitas tersebut mencakup manfaat kesehatan dan perawatan rumah sakit, asuransi kematian, fasilitas kacamata, kepemilikan kendaraan bermotor (mobil ataupun sepeda motor), serta pemberian beasiswa bagi karyawan dan keluarganya. Astra juga senantiasa mendesain lingkungan kantor untuk memberikan kenyamanan dalam bekerja dan berinteraksi layaknya rumah kedua bagi para karyawannya.

Selain itu, Astra juga terus berupaya mempererat kebersamaan, kerja sama dan sinergi antara karyawan dengan pihak manajemen dan juga antara sesama anggota keluarga besar dalam lingkup Grup Astra secara luas. Dalam hal ini, berbagai aktivitas dan kegiatan diselenggarakan untuk mencapai tujuan

tersebut, antara lain melalui Family Day, Pekan Olah Raga dan Seni (PORSE) dan acara-acara penting lainnya.

c. HR6

Identifikasi resiko yang berpengaruh terhadap buruh anak-anak serta peran untuk penghapusan buruh anak-anak diimplementasikan dengan adanya beasiswa-beasiswa yang diselenggarakan oleh Astra International. Pengungkapan ini dapat dilihat dari gambar 4.9 dan 4.10



Fokus utama YTA adalah pada riset dan pengembangan ilmu sains dan teknologi terutama teknologi otomotif

YTA focuses primarily on research and development of automotive science and technology

Gambar 4.9 Fokus Beasiswa Astra



Salah satu pelatihan yang diadakan oleh YDBA

One of the training programs for SMEs fostered by YDBA

Gambar 4.10 Pelatihan Oleh YDBA

d. HR8

Persentase dari personil keamanan dalam melatih kebijakan - kebijakan atau prosedur - prosedur organisasi mengenai aspek hak asasi manusia yang berkait dengan operasi perusahaan.Salah satunya diimplementasikan dengan adanya LK3.

Pengelolaan LK3 merupakan komitmen Astra untuk penanganan setiap aspek yang terkait kegiatan produksi dan operasional di instalasi Astra, dengan menimbang dampak yang dihasilkan terhadap karyawan, masyarakat, dan lingkungan hidup di sekitar instalasi Astra.

Dalam setiap kegiatan bisnisnya, Grup Astra berkomitmen penuh untuk menegakkan peraturan yang berwawasan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja (LK3). Hal ini bertujuan agar dari kegiatan usahanya dampak negatif dapat diminimalkan dan dampak positif dapat ditingkatkan.

Secara garis besar, kebijakan LK3 Astra dirangkum dalam kriteria yang menjadi sistem pengukur pencapaian kinerja masing-masing unit bisnis dalam pelaksanaan LK3 pada kegiatan bisnis sehari-harinya, yaitu Astra Green Company (AGC). Mulai diterapkan sejak tahun 1999 dan terus dikembangkan secara berkala, AGC memuat kriteria di bidang LK3 yang meliputi:

1. Green Strategy bagi manajemen puncak dalam memberikan komitmen, menyusun rencana, menelaah, dan mendokumentasikan sistem;

2. Green Process untuk pengembangan proses bisnis yang aman, nyaman dan bersih;
3. Green Product untuk pembuatan produk- produk yang aman dan ramah bagi lingkungan, termasuk juga dalam hal layanan;
4. Green Employees untuk meningkatkan kepedulian dan kompetensi dalam pengelolaan lingkungan, keselamatan kerja dan kesehatan serta inovasi dalam LK3.

Dalam setiap perencanaan serta kegiatan operasional di lapangan, seluruh aktivitas kerja diarahkan pada kepatuhan terhadap program identifikasi bahaya dan pengendalian risiko secara menyeluruh dan seksama dalam upaya senantiasa melindungi kondisi kesehatankaryawan. Hal tersebut, antara lain, dengan memantau kondisi karyawan dalam bekerja, serta mengajak mereka berdialog secara berkala guna mendapatkan pola kerja yang aman sehingga proses usaha yang dijalankan menghasilkan kepuasan kerja, kapasitas bisnis dan sejahtera bersama bangsa.

4. Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan

Total yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan
dan yang telah diungkapkan perusahaan dari indikator
Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan
ditunjukkan oleh tabel 4.5

Tabel 4.5 Pengungkapan Indikator Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian
Pekerjaan.

4	Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan.		
	Utama (<i>core</i>)		
LA1	Total kesesuaian pekerja terhadap jenis pekerjaan, dan daerah tempat bekerja.		x
LA2	Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin dan daerah.	v	
LA3	Operasi utama menyediakan bonus bagi karyawan yang full time dan tidak disediakan bagi karyawan part time atau sementara.		x
	b. Hubungan Tenaga Kerja dengan Manajemen		
	Utama (<i>core</i>)		
LA4	Persentase karyawan yang direkrut		x

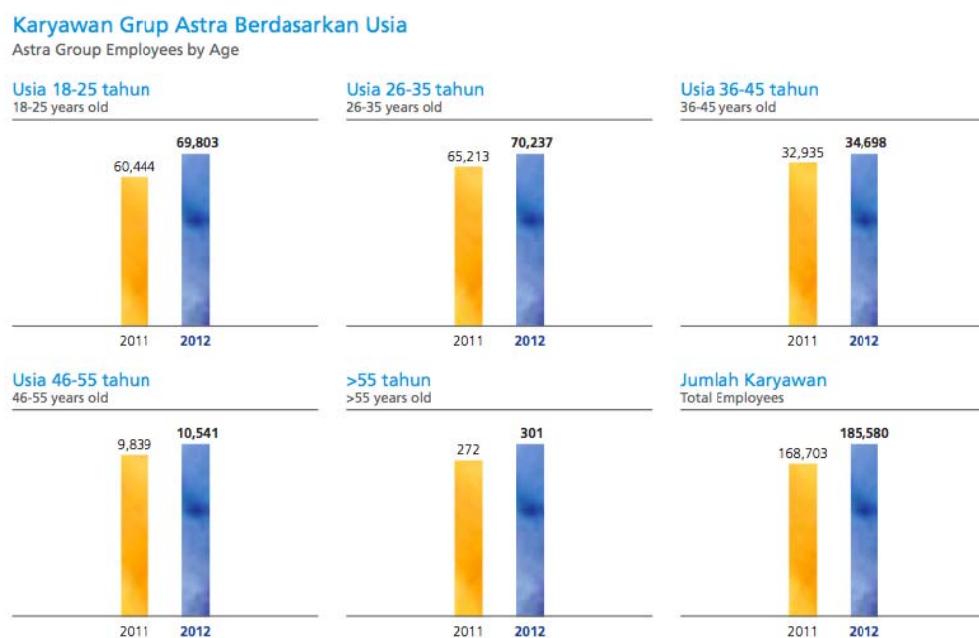
	berdasarkan tujuan kolektif.		
LA5	Mengetahui periode minimum operasional yang berpengaruh berubah terhadap perjanjian kolektif.		x
	c. Kesehatan dan Keamanan Kerja		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA6	Persentase dari total pekerja yang mewakili hubungan formal dengan manajemen, kesehatan pekerja dan komite keamanan yang membantu memonitor dan memberi pengarahan kesehatan dan keamanan kerja.		x
LA7	Tingkat rata- rata kecelakaan, penyakit dan absen.		x
LA8	Pendidikan, pelatihan, konseling, pencegahan, dan program pengendalian resiko yang sesuai untuk membantu para serikat kerja, anggota serikat kerja dalam menanggapi penyakit yang serius.		x
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA9	Topik tentang perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja pada perjanjian	v	

	formal dengan serikat pekerja.		
	d. Pelatihan dan Pendidikan		
	Utama (<i>core</i>)		
LA10	Rata- rata jam pelatihan per tahun untuk karyawan sesuai bidang yang ditekuni karyawan.		x
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA11	Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup jangka panjang yang dapat mendukung kelanjutan kemampuan para pekerja.	v	
LA12	Persentase dari karyawan yang menerima kinerja reguler dan review pengembangan karir.		x
	e. Perbedaan dan peluang yang sama.		
LA13	Pembagian dari badan pemerintah tentang kategori karyawan menurut jenis kelamin, kelompok umur, keanggotaan minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.		x
LA14	Rasio gaji pokok dari karyawan laki-laki dan wanita.		x
	JUMLAH	3	11

a. LA2

Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin dan daerah . Pada *Annual Report* hanya ditunjukan berdasarkan Usia, Pendidikan, dan Lini Bisnis. Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan umur ditunjukkan pada gambar

4.11



Gambar 4.11 Data Karyawan Grup Astra Berdasarkan Usia

b. LA9

Topik tentang perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja pada perjanjian formal dengan serikat pekerja.

Dalam setiap kegiatan bisnisnya, Grup Astra

berkomitmen penuh untuk menegakkan peraturan yang berwawasan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja (LK3). Hal ini bertujuan agar dari kegiatan usahanya dampak negatif dapat diminimalkan dan dampak positif dapat ditingkatkan.

Secara garis besar, kebijakan LK3 Astra dirangkum dalam kriteria yang menjadi sistem pengukur pencapaian kinerja masing-masing unit bisnis dalam pelaksanaan LK3 pada kegiatan bisnis sehari-harinya, yaitu Astra Green Company (AGC). Mulai diterapkan sejak tahun 1999 dan terus dikembangkan secara berkala, AGC memuat kriteria di bidang LK3 yang meliputi:

1. *Green Strategy* bagi manajemen puncak dalam memberikan komitmen, menyusun rencana, menelaah, dan mendokumentasikan sistem;
2. *Green Process* untuk pengembangan proses bisnis yang aman, nyaman dan bersih;
3. *Green Product* untuk pembuatan produk- produk yang aman dan ramah bagi lingkungan, termasuk juga dalam hal layanan;
4. *Green Employees* untuk meningkatkan kepedulian dan kompetensi dalam pengelolaan inovasi dalam LK3.

c. LA11

Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup jangka panjang yang dapat mendukung kelanjutan kemampuan para pekerja.

Beberapa program pengembangan kepemimpinan yang telah disusun dan dilaksanakan secara berkala sejak beberapa tahun terakhir adalah:

1. Astra Leadership Program: Serangkaian program pembelajaran berjenjang yang diperuntukkan bagi kandidat pemimpin di Astra, mulai dari Astra Basic Management Program (bagi lulusan universitas) hingga Astra Advance Executive Program (pejabat eksekutif).
2. Astra Development Center (ADC): Unit yang berfungsi melakukan penilaian bagi jajaran pejabat eksekutif dan manajer senior Perusahaan untuk menentukan kebutuhan pengembangan kompetensi (development gap) pada masing-masing individu. Hasil penilaian ADC digunakan oleh pemimpin dan pejabat di bidang SDM untuk menentukan metode pengembangan yang tepat.
3. Astra Seasonal Development Program: Program yang dikembangkan secara khusus untuk memenuhi

kebutuhan bakat/jabatan tertentu dalam unit bisnis di lingkungan Grup Astra.

5. Tanggung Jawab Produk

Total yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan dan yang telah diungkapkan perusahaan dari indikator Tanggung Jawab Produk, ditunjukkan oleh tabel 4.6

Tabel 4.6 Pengungkapan Indikator Tanggung Jawab Produk

5	Tanggung Jawab Produk		
	a. Kesehatan dan keamanan pelanggan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR1	Langkah-langkah untuk menjamin kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan serta persentase kesesuaian prosedur kesehatan dan keamanan dari produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.	v	
PR2	Daftar kegagalan terhadap tindakan dalam memenuhi prosedur kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang dihasilkan.		x
	b. Etika produk dan jasa		
	Utama (<i>core</i>)		

PR3	Persentase penerapan prosedur informasi produk dan jasa.		x
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR4	Daftar kegagalan dalam memenuhi prosedur mengenai informasi produk, jasa dan etiket dari barang atau jasa yang dihasilkan.		x
PR5	Practices atau survey yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, termasuk hasil-hasil dari survei pengukuran kepuasan pelanggan		x
	c. Komunikasi Pemasaran		
	Utama (<i>core</i>)		
PR6	Program kepatuhan terhadap hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship.	v	
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR7	Daftar kejadian yang gagal memenuhi hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi		x

	pemasaran, iklan, promosi, sponsorship dan hasil- hasilnya.		
	d. Privasi pelanggan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR8	Daftar pelanggaran atas privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.		x
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR9	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan privasi pelanggan dan penggunaan produk- produk dan jasa oleh pelanggan.		x
	JUMLAH	2	7

a. PR1

Langkah- langkah untuk menjamin kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan serta persentase kesesuaian prosedur kesehatan dan keamanan dari produk dan jasa yang

dihadirkan oleh perusahaan ditunjukkan dengan adanya

unit usaha Astraworld, yaitu AstraWorld mengemban

tugas penting dalam rantai bisnis otomotif Astra.

Dengan menyelenggarakan rangkaian program

Customer Relationship Management (CRM),

AstraWorld memfasilitasi terciptanya nilai tambah

bagi pelanggan dan hubungan yang berkelanjutan

dalam setiap tahap kepemilikan kendaraan Astra.

Sesuai mottonya “Memberikan Lebih Banyak

Manfaat”, AstraWorld membantu calon konsumen

dan pemilik kendaraan Astra dengan layanan

konsultasi untuk pembelian kendaraan baru, asuransi

dan pembiayaan, informasi pemeliharaan rutin

kendaraan dan bantuan tanggap darurat jalan raya

melalui contact center 500898 dan 9 kantor regional

AstraWorld dengan cakupan area operasional meliputi

13 kota besar di Indonesia.

Beragam media komunikasi digunakan dalam rangka

menyediakan akses komunikasi dua arah dan

distribusi informasi yang luas dan fleksibel untuk

kepuasan dan kenyamanan pelanggan yang optimal

melalui sistem yang terintegrasi dengan menggunakan

Complaint.

b. PR6

Program kepatuhan terhadap hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship dapat dilihat pada gambar 4.12

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI YANG SIGNIFIKAN	2. SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES
Laporan keuangan konsolidasian, Perseroan dan entitas anak ("Grup") disusun berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia dan diotorisasi oleh Direksi pada tanggal 26 Februari 2013.	<i>The consolidated financial statements of the Company and its subsidiaries ("the Group") have been prepared in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards and were authorised by the Directors on 26 February 2013.</i>
a. Dasar penyusunan laporan keuangan konsolidasian	a. <i>Basis of preparation of the consolidated financial statements</i>
Berikut ini adalah ikhtisar kebijakan akuntansi yang signifikan yang diterapkan dalam penyusunan laporan keuangan konsolidasian.	<i>Presented below are the significant accounting policies adopted in preparing the consolidated financial statements.</i>
Laporan keuangan konsolidasian disusun berdasarkan konsep harga perolehan, kecuali dinyatakan khusus pada Catatan 2i, 2j dan 2r dan menggunakan dasar akrual (<i>accruals basis</i>), kecuali untuk laporan arus kas konsolidasian.	<i>The consolidated financial statements have been prepared on the basis of historical cost, except as disclosed in Notes 2i, 2j and 2r and using the accruals basis, except in the consolidated statement of cash flows.</i>
Laporan arus kas konsolidasian disusun dengan menggunakan metode langsung dengan mengelompokkan arus kas ke dalam aktivitas operasi, investasi dan pendanaan. Untuk tujuan ini, kas dan setara kas disajikan setelah dikurangi dengan cerukan.	<i>The consolidated statements of cash flows are prepared using the direct method by classifying cash flows on the basis of operating, investing and financing activities. For these purposes, cash and cash equivalents are shown net of bank overdrafts.</i>
Seluruh angka dalam laporan keuangan konsolidasian ini, dibulatkan menjadi dan disajikan dalam miliaran Rupiah, kecuali dinyatakan lain.	<i>Figures in the consolidated financial statements are rounded to and expressed in billions of Rupiah unless otherwise stated.</i>
Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan ("PSAK") dan Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan ("ISAK") yang berlaku efektif pada tahun 2012	<i>Statements of Financial Accounting Standards ("PSAK") and Interpretations of Financial Accounting Standards ("ISAK") which become effective in 2012</i>
Grup melakukan penerapan standar akuntansi dan interpretasi baru/revisi yang berlaku efektif pada tahun 2012. Perubahan kebijakan akuntansi Grup telah dibuat seperti yang disyaratkan, sesuai dengan ketentuan transisi dalam masing-masing standar dan interpretasi.	<i>The Group adopted new/revised accounting standards and interpretations that are effective in 2012. Changes to the Group's accounting policies have been made as required, in accordance with the transitional provisions in the respective standards and interpretations.</i>

Gambar 4.12 Iktisar Kebijakan Akuntansi Yang Signifikan

6. Masyarakat

Total yang diharapkan diungkapkan oleh perusahaan dan yang telah diungkapkan perusahaan dari indikator Masyarakat, ditunjukkan oleh tabel 4.7

Tabel 4.7 Pengungkapan Indikator Masyarakat

6	Masyarakat		
	a. Masyarakat		
	Utama (<i>core</i>)		
SO1	Situasi, ruang lingkup dan efektifitas program- program dan praktek- praktek pengendalian dampak-dampak operasi perusahaan di masyarakat sekitar.	v	
SO2	Persentase dan jumlah total unit- unit bisnis dengan menganalisa resiko-resiko yang berhubungan dengan korupsi.		x
SO3	Persentase pelatihan dan prosedur organisasi anti tindakan korupsi.		x
SO4	Langkah jawaban atas tindakan-tindakan korupsi.		x
	c. Kebijakan publik		

	Utama (<i>core</i>)		
SO5	Memposisikan kebijakan publik dan keikutsertaan dalam pengembangan kebijakan umum.		x
SO6	Total nilai keuangan dan sumbangan-sumbangan kepada para pihak politisi praktis, politikus, dan lembaga atau institusi dalam negeri yang tekait.		x
	d. Perilaku Anti Competitive		
	Tambahan (<i>add</i>)		
SO7	Jumlah tindakan- tindakan hukum atas perilaku anti kompetitif, anti monopoli dan akibat dari tindakan- tindakannya.		x
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
SO8	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan.		x
	JUMLAH	1	7
	TOTAL		

a. SO1

Situasi, ruang lingkup dan efektifitas program- program dan praktek- praktek pengendalian dampak-dampak operasi perusahaan di masyarakat sekitar.

Melalui program-program yang menyeluruh dan inovatif serta dilaksanakan dengan koordinasi yang baik, Astra berupaya menjadi agen perubahan agar kontribusi dari kegiatan CSR yang dilakukannya dapat menghasilkan peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia menuju bangsa yang cerdas, sehat, sejahtera serta berwawasan lingkungan.

Kebijakan CSR

Dalam pelaksanaan kegiatan CSR, Grup Astra, beserta yayasan, perusahaan dan unit-unit kerja memfokuskan program CSR pada empat pilar utama yaitu:

1. Pendidikan: program yang difokuskan pada wilayah miskin di sekeliling lokasi Grup Astra
2. SME/IGA: fokus pada sub-kontraktor Astra dan komunitas lokal di setiap wilayah operasi Grup Astra
3. Lingkungan: fokus pada program konservasi dan pencegahan polusi
4. Kesehatan: fokus pada masalah kesehatan ibu dan

anak, bekerja sama dengan pemerintah dan masyarakat setempat.

iii. Indikator Pelaksanaan.

Indikator ini menerangkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada PT. Astra International berdasarkan Sustainability Report dan data-data tambahan pada Annual Report. Hal ini ditunjukan pada tabel 4.8

Tabel 4.8 Pengungkapan Indikator Sustainability Report Keseluruhan

No	Indikator <i>Sustainability Report</i>	Ya	Tidak
1.	Ekonomi		
	a. Kinerja ekonomi		
	Utama (<i>core</i>)		
EC1	Nilai ekonomi langsung yang menghasilkan dan mendistribusikan pendapatan, biaya operasi, ganti rugi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lain, laba ditahan dan pembayaran ke pemilik modal dan pemerintah.	v	
EC2	Implikasi keuangan dan resiko-resiko lain serta peluang aktivitas organisasi karena prubahan iklim.	v	
EC3	Kewajiban aplikasi rencana pemberian	v	

	tunjangan oleh organisasi.		
EC4	Signifikansi penerimaan bantuan keuangan dari pemerintah.		x
	b. Presensi pasar		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EC5	Nilai rata-rata rasio upah awal standar yang dibandingkan dengan upah minimum lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan		x
	Utama (<i>core</i>)		
EC6	Politik, praktek-praktek dan proporsi pembelanjaan dari para pemasok pada lokasi yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan.		x
EC7	Kebijakan manajemen dalam perekrutan karyawan yang berasal dari masyarakat lokal pada lokasi-lokasi operasi perusahaan.		x
	c. Dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung		
	Utama (<i>core</i>)		
EC8	Dampak dari pembangunan investasi-investasi prasarana dan jasa yang	v	

	menyediakan manfaat publik baik secara komersial, kesesuaian atau keahlian.		
EC9	Memahami dan menggambarkan peningkatan dampak-dampak ekonomi yang tidak langsung yang disebabkan oleh aktivitas organisasi.	v	
	Jumlah	5	4
2	Lingkungan		
	a. Bahan-bahan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN1	Penggunaan bahan berdasarkan kebutuhannya.		x
EN2	Presentase dari bahan-bahan masukan yang didaur ulang		x
	b. Energi		
	Utama (<i>core</i>)		
EN3	Energi langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		x
EN4	Energi tidak langsung yang dikonsumsi sebagai sumber energi utama.		x
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN5	Penyimpanan energi yang bertujuan	v	

	memperbaiki tingkat konservasi dan efisiensi energi.		
EN6	Inisiatif pemakaian energi secara efisien dalam menghasilkan produk-produk dan jasa serta pertimbangan tingkat penyusutan energi.		x
EN7	Inisiatif mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan tingkat penyusutan-penyusutan yang akan terjadi.		x
	c. Air		
	Utama (<i>core</i>)		
EN8	Total pemakaian air yang digunakan sebagai sumber.		x
EN9	Sumber mata air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pemakaian air.		x
EN10	Persentase air yang didaur ulang dan digunakan kembali.		x
	d. Keanekaragaman hayati		
	Utama (<i>core</i>)		
EN11	Pengelolaan lokasi serta ukuran lahan yang dimiliki atau disewa dalam mengatur pelestarian dari keanekaragaman hayati.	v	

EN12	Deskripsi dampak – dampak dari aktivitas – aktivitas, produk – produk, dan jasa yang berpengaruh terhadap kelestarian keanekaragaman hayati.		x
EN13	Melindungi dan memulihkan habitat.	v	
EN14	Strategi, tindakan dan rencana masa depan untuk penanggulangan dampak pada keanekaragaman hayati.	v	
EN15	Mendaftar jenis spesies dan konservasi nasional sesuai tempat habitatnya didalam area yang dipengaruhi oleh aktivitas operasi dan menimbulkan resiko pemunahan.		x
	e. Emisi, sungai dan limbah		
	Utama (<i>core</i>)		
EN16	Total dampak langsung dan tidak langsung gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		x
EN17	Dampak tidak langsung lain dari gas emisi yang ditimbulkan dari penggunaan rumah kaca.		x
	Tambahan (<i>Add</i>)		
EN18	Inisiatif untuk mengurangi gas emisi	v	

	dari rumah kaca.		
	Utama (<i>core</i>)		
EN19	Emisi lapisan ozon yang bersubstansi tinggi.		x
EN20	Nox, Sox, dan gas emisi udara lain yang berpengaruh besar terhadap lingkungan.		x
EN21	Total air yang digunakan harus sesuai mutu dan tujuan.		x
EN22	Total limbah harus disesuaikan dengan metode pembuangan.		x
EN23	Total nilai dan jumlah limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan.		x
EN24	Berat dari proses transportasi, import, eksport atau sisa pembuangan.		x
EN25	Identitas, ukuran, status perlindungan dan nilai keanekaragaman hayati dari air dan habitat.		x
	f.Produk dan jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak dari produk - produk dan jasa serta luas dampak dari keduanya terhadap	v	

	lingkungan.		
EN27	Persentase kesesuaian dengan prosedur atas produk- produk yang dijual dan kemasan bahan - bahan produk.	v	
	g. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
EN28	Nilai moneter dan non moneter yang dijadikan sanksi untuk pelanggaran hukum dan peraturan lingkungan.		x
	h. Transportasi		
	Tambahan (<i>add</i>)		
EN29	Pengaruh dampak transportasi produk, barang lain dan bahan- bahan yang digunakan untuk organisasi serta transportasi pekerja terhadap lingkungan.		x
	i. Menyeluruh		
EN30	Total biaya - biaya perlindungan lingkungan dan investasi- investasi lingkungan yang lain.	v	
	JUMLAH	8	22
3	Hak Asasi Manusia		
	a. Investasi dan pengadaan praktek		

	Utama (<i>core</i>)		
HR1	Persentase dan total dari persetujuan-persetujuan investasi yang berpengaruh terhadap hak asasi manusia.		x
HR2	Persentase hak asasi manusia yang berpengaruh.		x
HR3	Kebijakan - kebijakan dan prosedur - prosedur mengenai hak asasi manusia yang terkait dengan operasi perusahaan, termasuk karyawan training.	v	
	b. Non Diskriminasi		
HR4	Daftar dari peristiwa-peristiwa diskriminasi dan tindakan yang diambil oleh perusahaan		x
	c. Kebebasan untuk berasosiasi dan pertimbangan kolektif		
HR5	Identifikasi hak kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap operasi perusahaan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendukung hak-hak ini.	v	
	d. Karyawan Anak-anak.		

	Utama (<i>core</i>)		
HR6	Identifikasi resiko yang berpengaruh terhadap buruh anak-anak serta peran untuk penghapusan buruh anak-anak.	v	
	e. Hak dan kewajiban Tenaga Kerja		
	Utama (<i>core</i>)		
HR7	Identifikasi operasi yang mempunyai resiko terhadap tenaga kerja wajib atau yang mendapat paksaan, dan tindakan perusahaan untuk berperan melakukan penghapusan tenaga kerja wajib atau pemaksaan kerja.		x
	f. Praktek keamanan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR8	Persentase dari personil keamanan dalam melatih kebijakan - kebijakan atau prosedur - prosedur organisasi mengenai aspek hak asasi manusia yang berkait dengan operasi perusahaan.	v	
	g. Hak-hak masyarakat pribumi.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
HR9	Daftar peristiwa- peristiwa pelanggaran terhadap hak- hak masyarakat pribumi		x

	dan tindakan yang diambil perusahaan		
	JUMLAH	4	5
4	Praktek Tenaga Kerja dan Kesesuaian Pekerjaan.		
	Utama (<i>core</i>)		
LA1	Total kesesuaian pekerja terhadap jenis pekerjaan, dan daerah tempat bekerja.		x
LA2	Daftar jumlah dan tingkat karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin dan daerah.	v	
LA3	Operasi utama menyediakan bonus bagi karyawan yang full time dan tidak disediakan bagi karyawan part time atau sementara.		x
	b. Hubungan Tenaga Kerja dengan Manajemen		
	Utama (<i>core</i>)		
LA4	Persentase karyawan yang direkrut berdasarkan tujuan kolektif.		x
LA5	Mengetahui periode minimum operasional yang berpengaruh berubah terhadap perjanjian kolektif.		x

	c. Kesehatan dan Keamanan Kerja		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA6	Persentase dari total pekerja yang mewakili hubungan formal dengan manajemen, kesehatan pekerja dan komite keamanan yang membantu memonitor dan memberi pengarahan kesehatan dan keamanan kerja.		x
LA7	Tingkat rata- rata kecelakaan, penyakit dan absen.		x
LA8	Pendidikan, pelatihan, konseling, pencegahan, dan program pengendalian resiko yang sesuai untuk membantu para serikat kerja, anggota serikat kerja dalam menanggapi penyakit yang serius.		x
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA9	Topik tentang perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja pada perjanjian formal dengan serikat pekerja.	v	
	d. Pelatihan dan Pendidikan		
	Utama (<i>core</i>)		
LA10	Rata- rata jam pelatihan per tahun untuk		x

	karyawan sesuai bidang yang ditekuni karyawan.		
	Tambahan (<i>add</i>)		
LA11	Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup jangka panjang yang dapat mendukung kelanjutan kemampuan para pekerja.	v	
LA12	Persentase dari karyawan yang menerima kinerja reguler dan review pengembangan karir.		x
	e. Perbedaan dan peluang yang sama.		
LA13	Pembagian dari badan pemerintah tentang kategori karyawan menurut jenis kelamin, kelompok umur, keanggotaan minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.		x
LA14	Rasio gaji pokok dari karyawan laki-laki dan wanita.		x
	JUMLAH	3	11
5	Tanggung Jawab Produk		
	a. Kesehatan dan keamanan pelanggan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR1	Langkah-langkah untuk menjamin	v	

	kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan serta persentase kesesuaian prosedur kesehatan dan keamanan dari produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.		
PR2	Daftar kegagalan terhadap tindakan dalam memenuhi prosedur kesehatan dan keamanan produk dan jasa yang dihasilkan.		x
	b. Etika produk dan jasa		
	Utama (<i>core</i>)		
PR3	Persentase penerapan prosedur informasi produk dan jasa.		x
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR4	Daftar kegagalan dalam memenuhi prosedur mengenai informasi produk, jasa dan etiket dari barang atau jasa yang dihasilkan.		x
PR5	Practices atau survey yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, termasuk hasil-hasil dari survei pengukuran kepuasan pelanggan		x

	c. Komunikasi Pemasaran		
	Utama (<i>core</i>)		
PR6	Program kepatuhan terhadap hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship.	v	
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR7	Daftar kejadian yang gagal memenuhi hukum, standar dan peraturan sukarela yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, iklan, promosi, sponsorship dan hasil- hasilnya.		x
	d. Privasi pelanggan		
	Tambahan (<i>add</i>)		
PR8	Daftar pelanggaran atas privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.		x
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
PR9	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar		x

	hukum dan peraturan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan privasi pelanggan dan penggunaan produk-produk dan jasa oleh pelanggan.		
	JUMLAH	2	7
6	Masyarakat		
	a. Masyarakat		
	Utama (<i>core</i>)		
SO1	Situasi, ruang lingkup dan efektifitas program-program dan praktik-praktek pengendalian dampak-dampak operasi perusahaan di masyarakat sekitar.	v	
SO2	Persentase dan jumlah total unit-unit bisnis dengan menganalisa resiko-resiko yang berhubungan dengan korupsi.		x
SO3	Persentase pelatihan dan prosedur organisasi anti tindakan korupsi.		x
SO4	Langkah jawaban atas tindakan-tindakan korupsi.		x
	c. Kebijakan publik		
	Utama (<i>core</i>)		

SO5	Memposisikan kebijakan publik dan keikutsertaan dalam pengembangan kebijakan umum.		x
SO6	Total nilai keuangan dan sumbangan-sumbangan kepada para pihak politisi praktis, politikus, dan lembaga atau institusi dalam negeri yang tekait.		x
	d. Perilaku Anti Competitive		
	Tambahan (<i>add</i>)		
SO7	Jumlah tindakan- tindakan hukum atas perilaku anti kompetitif, anti monopolii dan akibat dari tindakan- tindakannya.		x
	e. Pemenuhan		
	Utama (<i>core</i>)		
SO8	Sanksi- sanksi moneter dan non moneter atas tindakan yang melanggar hukum dan peraturan yang telah ditetapkan.		x
	JUMLAH	1	7
	TOTAL	23	56

Persentase total pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di PT. Astra International, Tbk. adalah :

$$\% = \frac{\text{Jumlah yang diungkapkan}}{\text{Jumlah yang diharapkan}} \times 100$$

$$= \frac{23}{56} \times 100$$

$$= 41,0714286 \% \\ = 41,071 \%$$

Dari hasil tersebut maka total pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada PT. Astra International berada pada 41,071%.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Astra International telah menerapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Dalam hal ini perusahaan telah melaksanakan berbagai macam kegiatan sosial terhadap lingkungan dan masyarakat agar dapat membantu mengentaskan segala problematika yang ada pada masyarakat Indonesia saat ini. Hal tersebut ditunjukan dengan adanya yayasan sosial, pendidikan dan lain sebagainya.
2. PT. Astra International telah menerapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungan dan masyarakat untuk menunjang hubungan yang harmonis dengan lingkungan dan masyarakat sekitar instansi Astra. Hal ini ditunjukan dengan adanya berbagai macam yayasan dan lembaga-lembaga yang didirikan untuk melestarikan lingkungan dan untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia. Khususnya bagi masyarakat sekitar PT. Astra International sendiri.
3. Cara mengukur kinerja sosial pada PT. Astra International adalah dengan mengamati akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan dan mencocokkannya dengan Global Reporting Initiative, apakah perusahaan telah melaksanakan akuntansi pertanggungjawaban sosial atau belum. Indikator dari poin-poin yang tertera pada Global

Reporting Initiative diisi dengan melihat akuntansi pertanggungjawaban sosial pada PT. Astra international. Setelah selesai maka perlu dibuktikan dengan data-data yang mendukung pernyataan indikator tersebut, dan dihasilkan presentase 41,071%.

B. Saran

Saran peneliti bagi perusahaan adalah sebaiknya perusahaan dapat lebih memaparkan presentase-presentase dari berbagai macam kegiatan sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan. Seperti presentase karyawan yang mendapat kesempatan untuk mendapatkan beasiswa studi di luar negeri, presentase jumlah kegiatan-kegiatan sosial terhadap lingkungan dan masyarakat yang telah dilakukan dengan ukuran diagram dan persen bagi setiap pencapaian sehingga masyarakat dapat melihat dengan lebih jelas.

DAFTAR PUSTAKA

Joko Prastowo dan Miftachul Huda, (2011) Corporate Social Responsibility

Ayuningtyas, S. 2006. *Efisiensi dan Keefektivan Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban sebagai Alat Pengendalian dan Evaluasi Kinerja Manajemen.* www.google.com

[http://randyismail.wordpress.com/2011/01/09/sekilas-tentang-panduan penerapan-csr-iso-26000](http://randyismail.wordpress.com/2011/01/09/sekilas-tentang-panduan-penerapan-csr-iso-26000), diakses pada 9 April 2013

<http://eprints.undip.ac.id/22552/1/atena.PDF>, diakses pada 9 April 2013

<http://www.pecb.org/en/certifications/iso-26000-and-social-responsibility-certifications>, diakses pada 10 April 2013

<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.html>, diakses pada 10 April 2013

<http://www.globalreportinginternational.com>

www.globalreporting.org

LAMPIRAN