

## PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN DAMPAKNYA

I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi<sup>1</sup>  
Putu Yudha Asteria Putri<sup>2</sup>  
Putu Gede Wahyu Satya Nugraha<sup>3</sup>  
<sup>1,2</sup>(Universitas Warmadewa)  
<sup>3</sup>(Universitas Udayana)

<sup>1</sup>ratihpermatadewiiga@yahoo.com

### **Abstract**

*This study uses a qualitative descriptive approach that aims to analyze CSR disclosures and their impact. The impact is seen from the financial and non-financial side. The financial side will be measured using profit margin, which is to compare the level of profit and sales. The non-financial side will be measured by seeing the reorder from customers and market expansion. Whereas the measurement of Corporate Social Responsibility (X) will be carried out using a checklist based on GRI G4 with economic categories, environmental categories, and social categories dimensions of labor practices and work comfort. CSR measurement is done by giving a value of 1 on the statement made by the owner or manager of MSME and giving a value of 0 on a statement that was not made by the owner or manager of MSME. After the checklist is carried out, the Corporate Social Responsibility Index (CSRi) will be calculated to determine the level of CSR implementation carried out. The research location was chosen in the Regency of Badung precisely at the UMKM artshop in the Nusa Dua area. The results of the study found that the level of implementation that has been carried out by the owner or manager of the artshop who became respondents in this study is included in the high category. CSR disclosure that has been carried out largely supports the financial side and non-financial side.*

**Keywords:** CSR, Financial, Non-Financial, UMKM

### **I. PENDAHULUAN**

Semakin maraknya kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadikan trend global dengan mengutamakan kepedulian terhadap *stakeholders*. Program CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola atau memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang CSR, menunjukkan bahwa CSR yang saat ini dilakukan bukan lagi bersifat sukarela namun wajib dilakukan oleh sebuah perusahaan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensil yang besar dalam membangun perekonomian nasional. Salah satu peran strategi usaha mikro kecil dan menengah adalah ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak. Perspektif dunia mengakui bahwa usaha mikro, kecil dan menengah memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara sedang berkembang, tetapi juga Negara-negara maju (Mursitama, 2011). Meskipun UMKM telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun

masih menghadapi beberapa hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal. UMKM merupakan usaha yang ruang lingkup usaha dan anggotanya adalah rakyat kecil dengan modal terbatas dan kemampuan manajerial yang juga terbatas, UMKM sangat rentan terhadap beberapa masalah perekonomian. Masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil diantaranya; 1) kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, 2) kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan, 3) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya Manusia dan terakhir 4) pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap UMKM.

Kabupaten Badung merupakan kawasan pariwisata yang paling banyak terdapat obyek wisatanya. Kabupaten Badung meliputi daerah Kuta dan Nusa Dua. Kedua daerah tersebut merupakan sebuah obyek wisata yang paling terkenal. Salah satu tempat yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan baik asing maupun domestik adalah kawasan Nusa Dua. Daerah Nusa Dua memiliki akses pemasaran sumber daya yang membantu pemulihan pariwisata Bali ketika terjadinya peristiwa Bom Bali yang mengakibatkan penurunan pariwisata (Darma and Michael, 2006). Semakin berkembangnya objek wisata di daerah Nusa Dua mengakibatkan semakin berkembangnya sektor informal di lingkungan masyarakat sekitarnya. Salah satu sektor informal yang berkembang adalah UMKM *artshop*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengungkapan CSR dan dampaknya dilihat dari sisi finansial dan sisi non finansial. UMKM art shop di Kawasan Nusa Dua yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 20 UMKM.

## II. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Teori Stakeholder

Dalam kegiatan usahanya, perusahaan harus memperhatikan semua *stakeholder*. Pengaruh *stakeholder* sangat besar bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Secara umum hal ini

berlaku bagi seluruh perusahaan. Oleh sebab itu, kegiatan sosial perusahaan termasuk pelestarian lingkungan sudah sebaiknya dilakukan oleh semua perusahaan di berbagai bidang industri. Pihak yang berkepentingan seperti *stakeholder* merupakan kelompok di dalam ataupun di luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap kinerja organisasi (Daft, 2003:214-215). Menurut pendekatan *stakeholder*, organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini *stakeholder* yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi tersebut yang terkena tindakan serta keputusan organisasi. Jika tekanan dari *stakeholder* sangat kuat dan berpengaruh terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan, maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan dan program-program kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terintegrasi (Prasetyo, 2001 dalam Januarti dan Apriyanti, 2005:232).

### 2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada (Mirza dan Imbuh, 1997 dalam Januarti dan Apriyanti, 2005:230). Menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006:20) tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu mekanisme suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Paul (2006:3) menyatakan bahwa : “*CSR activities of companies are those that exceed compliance with respect to, environmental or social regulations, in order to create the perception or reality that these firms are advancing a social goal*”. Mangoting (2007:36) bahwa tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai

caraperusahaan mengatur proses produksi yang berdampak positif pada komunitas. Suharto (2008:2) menyatakan bahwa CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Berdasarkan beberapa pengertian CSR di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR adalah komitmen dari perusahaan untuk senantiasa menyeimbangkan antara kesejahteraan pemilik perusahaan dan kesejahteraan lingkungan sosial.

### **2.3 Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Dampaknya dilihat dari Sisi Finansial dan Sisi Non Finansial.**

CSR tidak hanya besar saja namun juga harus dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Saat ini sebagian besar pelaku UMKM telah menerapkan CSR dalam kegiatan bisnisnya walaupun secara sederhana. Semakin berkembangnya objek wisata di daerah Nusa Dua mengakibatkan semakin berkembangnya sektor informal di lingkungan masyarakat sekitarnya. Sektor informal yang berkembang adalah bisnis *artshop*. Bisnis *artshop* merupakan pedagang yang menjual barang-barang seni khas Bali yang dijual kepada para wisatawan yang datang ke Bali. Bisnis *artshop* yang berada di kawasan Nusa Dua membentuk sebuah kelompok usaha dan menempati kios-kios kecil yang berada di kawasan wisatawan. Keberadaan bisnis *artshop* berada di sekitar lingkungan masyarakat dan ada juga di sekitar kawasan hotel-hotel yang ada di kawasan Nusa Dua. Bisnis *art shop* ini memberdayakan masyarakat sekitar menjadi tenaga kerja, baik tenaga kerja tetap maupun tidak tetap. Pemberdayaan seperti ini merupakan salah satu bentuk dari implementasi CSR yang dilakukan pelaku UMKM Art Shop di Kawasan Nusa Dua. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang dilakukan pemilik UMKM *artshop* tentunya untuk menjaga keharmonisan dengan tenaga kerja dan lingkungan sekitar.

Pelaksanaan CSR membuat pemilik UMKM *artshop* mengeluarkan biaya, tetapi dengan melaksanakan CSR citra dan nama baik UMKM akan meningkat. Selain itu, CSR juga merupakan sarana untuk meningkatkan kinerja. Penelitian yang dilakukan oleh Becchetti (2005) tentang *Corporate Social Responsibility and Corporate Performance : Evidence from a panel of US listed Companies*. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa biaya karyawan sebagai parameter CSR mampu meningkatkan produktivitas karyawan sebagai indikator dari Corporate Performance. Dalam berbagai penelitian, umumnya meneliti keterkaitan CSR dengan kinerja pada perusahaan skala besar. Penelitian yang dilakukan oleh Ekadjaja dan Bunadi (2012) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) karena perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih banyak, kinerja keuangan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Sementara, penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2013) menyatakan bahwa terdapat pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba pada UMKM batik bakaran di Kota Pati, yaitu UMKM mendapatkan feedback seperti peningkatan laba, pertumbuhan penjualan, dan mendapatkan pelanggan baru. Hal ini karena program CSR untuk karyawan yang dilakukan oleh pemilik UMKM membuat karyawan menjadi loyal dan CSR untuk lingkungan membuat masyarakat sekitar senantiasa menjaga hubungan yang baik dengan UMKM batik bakaran di Kota Pekalongan. Oleh sebab itu, karyawan dan masyarakat sekitar akan ikut merekomendasikan produk UMKM tersebut yang diharapkan dapat menarik pelanggan baru dan dapat meningkatkan penjualan yang berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM tersebut.

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengungkapan CSR dan dampaknya dilihat dari sisi finansial dan sisi non finansial. Lokasi penelitian dipilih di Kabupaten Badung tepatnya

pada Kawasan Nusa Dua. Semakin berkembangnya objek wisata di kawasan Nusa Dua mengakibatkan semakin berkembangnya sektor informal di lingkungan masyarakat sekitarnya. Sektor informal yang berkembang yaitu bisnis *artshop*. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu : 1) Sisi Finansial (Y). Sisi finansial akan diukur dengan menggunakan *profit margin*, yaitu membandingkan antara tingkat laba dan penjualan. Sisi non finansial akan diukur dengan melihat adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan perluasan pasar. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara kepada pemilik atau pengelola UMKM untuk mengetahui adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan wilayah pemasaran dari UMKM *artshop*, 2) CSR (X). Pengukuran CSR akan dilakukan dengan menggunakan *checklist* berdasarkan GRI G4 dengan kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Pengukuran CSR dilakukan dengan memberikan nilai 1 pada pernyataan yang dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM dan memberikan nilai 0 pada pernyataan yang tidak dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM. Setelah *checklist* dilaksanakan, kemudian akan dihitung *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) untuk mengetahui tingkat penerapan CSR yang dilakukan (Angela, 2015). Rumus yang digunakan untuk menghitung CSRI adalah:

$$CSRI = V/M$$

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility*

V : Jumlah pernyataan yang dilakukan oleh pemilik UMKM

M : Jumlah pernyataan yang diharapkan

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data dimulai dengan menghitung *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI), menghitung *profit margin* pada UMKM *artshop*, menganalisis dan mendeskripsikan adanya pemesanan kembali dari pelanggan dan perluasan pemasaran, analisis *crosstab* CSRI dengan *profit margin*, mendeskripsikan dan menganalisis pengungkapan CSRI dilihat

dari sisi finansial dan sisi non finansial dan terakhir penarikan kesimpulan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil

Total UMKM *artshop* di kawasan Nusa Dua berjumlah 20 UMKM yang bersedia untuk dijadikan responden penelitian.

##### Implementasi CSR UMKM

Pada Tabel 1 menunjukkan indeks CSR (CSRI) dari setiap responden dalam penelitian ini. Berikut tabel CSRI setiap responden:

**Tabel 1**  
**Corporate Social Responsibility Index (CSRI)**

No	Nama Usaha	Ya	Tidak	CSRI
1	Oka Shop	35	2	0.95
2	Bella Shop	35	2	0.95
3	Agus Shop	35	2	0.95
4	Sumartha	35	2	0.95
5	Eling	35	2	0.95
6	Tirta	35	2	0.95
7	Bali Dwipa	35	2	0.95
8	Sikut	34	3	0.92
9	Kadek Shop	34	3	0.92
10	Amel Shop	34	3	0.92
11	Daniell	34	3	0.92
12	Magrre	34	3	0.92
13	Ana	34	3	0.92
14	Naya	33	4	0.89
15	Agung	33	4	0.89
16	Bagus Shop	33	4	0.89
17	Bu Jasi	33	4	0.89
18	Ardi Chandra	33	4	0.89
19	Bali Shop	32	5	0.86
20	Ayu Shop	31	6	0.84
Total		677	63	18.30
Rata-Rata		33.85	3.15	0.91

Sumber: Data primer diolah

Keterangan:

Ya : Pernyataan CSR yang dilakukan oleh responden

Tidak : Pernyataan CSR yang tidak dilakukan oleh responden

Tabel 1 menunjukkan CSRI dari setiap UMKM. Indeks CSR (CSRI) digunakan untuk mengetahui sejauh mana UMKM melakukan implementasi program CSR. Tabel tersebut memuat kolom untuk jawaban "ya" dan jawaban "tidak". Kolom jawaban "ya" memiliki arti berapa banyak item pernyataan CSR yang telah dilakukan oleh pemilik UMKM. Sementara, untuk kolom jawaban "tidak" memiliki arti

berapa banyak item pernyataan CSR yang tidak dilakukan oleh pemilik UMKM. Pada tabel 1 dapat dilihat rata-rata CSRI dari UMKM *artshop* yang menjadi responden dalam penelitian ini sebesar 0,9 Rata-rata CSRI digunakan oleh penulis untuk mengetahui tingkatan atau kategori pada CSRI. Apabila UMKM *artshop* yang menjadi responden penelitian memiliki CSRI di atas rata-rata, maka CSRI dari UMKM tersebut tinggi. Sementara, untuk UMKM dengan CSRI di bawah rata-rata, maka UMKM tersebut memiliki CSRI yang rendah.

Dari Tabel 1 juga dapat dilihat bahwa UMKM *artshop* yang memiliki CSRI tinggi sebanyak 13 UMKM, dengan CSRI > 0,9 Ini berarti 13 UMKM *artshop* tersebut sudah melakukan hampir semua item pernyataan CSR dan memiliki kesadaran bahwa CSR merupakan hal penting untuk dilakukan dan memberikan dampak atau manfaat bagi UMKM dan bagi sesama. Kepedulian terhadap lingkungan sekitar dan terhadap tenaga kerja merupakan hal yang penting untuk dilakukan dan merupakan kewajiban bagi pemilik UMKM untuk melakukannya.

Sementara, Ayu Shop memiliki CSRI sebesar 0,84. Hal ini menunjukkan

bahwa CSRI yang dimiliki Ayu Shop merupakan CSRI terendah dalam penelitian ini. Artinya pemilik dari Ayu Shop kurang memiliki kesadaran mengenai pentingnya implementasi program CSR. Hal ini dikarenakan pelaksanaan program CSR dirasa tidak terlalu memberikan dampak atau manfaat bagi UMKM nya.

Setelah melakukan analisis Indeks *Corporate Social Responsibility* (CSRI) dari setiap responden UMKM, selanjutnya penulis melakukan analisis implementasi CSR berdasarkan kategori CSR, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Berikut akan dijabarkan persentase dari jawaban responden berdasarkan kategori CSR:

**a. Kategori Ekonomi**

Kategori pertama dalam pengungkapan CSR adalah kategori ekonomi. Dalam kuesioner ini, kategori ekonomi diukur dengan menggunakan 7 pernyataan. Tabel 2 berikut ini menunjukkan hasil jawaban dan persentase jawaban responden:

**Tabel 2**  
**Distribusi Jawaban Kuesioner Responden**  
**Pada Kategori Ekonomi**

No	Pertanyaan (Kode)	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tidak	%
1	Pertanyaan 1 (G4-EC1)	17	85	3	15
2	Pertanyaan 2 (G4-EC2)	17	85	3	15
3	Pertanyaan 3 (G4-EC3)	18	90	2	10
4	Pertanyaan 4 (G4-EC4)	19	95	1	5
5	Pertanyaan 5 (G4-EC5)	17	85	3	15
6	Pertanyaan 6 (G4-EC6)	19	95	1	5
7	Pertanyaan 7 (G4-EC7)	19	95	1	5
Jumlah		126		14	
Persentase			90.00		10.00

Sumber: Data primer diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa persentase tertinggi dari implementasi program CSR pada kategori ekonomi terdapat pada pernyataan ke-4, 6 dan 7, yaitu sebanyak 19 responden (95%) menjawab “ya”. Sementara, sebanyak 1 responden (5%) menjawab “tidak”. Pernyataan ke-4 adalah pemberian upah sudah sesuai dengan standar. Hasil

ini memiliki arti bahwa hampir semua responden telah mampu memberikan upah sesuai dengan standar yang berlaku di lokasi sekitar UMKM. Pernyataan ke-6 yaitu UMKM turut membantu dalam membangun sarana dan prasarana lokasi sekitarnya, serta pernyataan ke-7 yaitu UMKM memiliki pengetahuan mengenai dampak ekonomi yang terjadi.

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa sebanyak 90% responden telah menjawab keseluruhan pernyataan CSR pada kategori ekonomi dengan jawaban “ya”. Ini berarti pemilik UMKM *artshop* yang menjadi responden telah melakukan sebagian besar item pernyataan CSR pada kategori ekonomi.

**b. Kategori Lingkungan**

Kategori kedua adalah kategori lingkungan. Dalam kuesioner ini, kategori lingkungan diukur dengan menggunakan 20 pernyataan. Tabel 3 yang menunjukkan hasil jawaban dan persentase jawaban responden:

**Tabel 3**  
**Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Pada Kategori Lingkungan**

No	Pertanyaan (Kode)	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tidak	%
1	Pertanyaan 1 (G4-EN1)	18	90	2	10
2	Pertanyaan 2 (G4-EN2)	19	95	1	5
3	Pertanyaan 3 (G4-EN3)	19	95	1	5
4	Pertanyaan 4 (G4-EN4)	18	90	2	10
5	Pertanyaan 5 (G4-EN5)	19	95	1	5
6	Pertanyaan 6 (G4-EN6)	19	95	1	5
7	Pertanyaan 7 (G4-EN7)	18	90	2	10
8	Pertanyaan 8 (G4-EN8)	19	95	1	5
9	Pertanyaan 9 (G4-EN9)	19	95	1	5
10	Pertanyaan 10 (G4-EN10)	19	95	1	5
11	Pertanyaan 11 (G4-EN11)	18	90	2	10
12	Pertanyaan 12 (G4-EN12)	19	95	1	5
13	Pertanyaan 13 (G4-EN13)	19	95	1	5
14	Pertanyaan 14 (G4-EN14)	19	95	1	5
15	Pertanyaan 15 (G4-EN15)	18	90	2	10
16	Pertanyaan 16 (G4-EN16)	19	95	1	5
17	Pertanyaan 17 (G4-EN17)	18	90	2	10
18	Pertanyaan 18 (G4-EN18)	19	95	1	5
19	Pertanyaan 19 (G4-EN19)	19	95	1	5
20	Pertanyaan 20 (G4-EN20)	19	95	1	5
Jumlah		374		26	
Persentase			93.50		6.50

Sumber: Data primer diolah

Tabel 3 menunjukkan bahwa persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 19 dan 20, yaitu sebanyak 19 responden (95%) menjawab pernyataan dengan jawaban “ya”. Pada pernyataan 1, 4, 7, 11, 15, dan 17 hanya sebanyak 18 responden (90%) yang memberikan jawaban “ya” Tabel 3 dapat dilihat bahwa sebanyak 93,50% responden telah menjawab keseluruhan dari kuesioner penelitian dengan jawaban

“ya” pada kategori lingkungan. Ini berarti, sebagian besar responden telah melakukan implementasi CSR dalam kategori lingkungan secara rutin.

**c. Kategori Sosial, Dimensi: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja**

Kategori ketiga dalam implementasi CSR adalah kategori sosial. Dalam penelitian ini, kategori sosial yang digunakan untuk mengukur implementasi CSR hanya terbatas pada dimensi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Dalam kuesioner, kategori ini diukur dengan 10 pernyataan. Berikut tabel 4 yang menunjukkan hasil jawaban dan persentase jawaban responden:

**Tabel 4**  
**Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Pada Kategori Sosial, Dimensi: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja**

No	Pertanyaan (Kode)	Jawaban Responden			
		Ya	%	Tidak	%
1	Pertanyaan 1 (G4-LA1)	19	95	1	5
2	Pertanyaan 2 (G4-LA2)	19	95	1	5
3	Pertanyaan 3 (G4-LA3)	19	95	1	5
4	Pertanyaan 4 (G4-LA4)	19	95	1	5
5	Pertanyaan 5 (G4-LA5)	19	95	1	5
6	Pertanyaan 6 (G4-LA6)	19	95	1	5
7	Pertanyaan 7 (G4-LA7)	16	80	4	20
8	Pertanyaan 8 (G4-LA8)	15	75	5	25
9	Pertanyaan 9 (G4-LA9)	15	75	5	25
10	Pertanyaan 10 (G4-LA10)	17	85	3	15
Jumlah		177		23	
Persentase			88.50		11.50

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4 dapat menunjukkan bahwa persentase tertinggi dari implementasi pada kategori sosial, dimensi praktik ketenaga kerjaan dan kenyamanan bekerja terdapat pada pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6. Sebanyak 19 responden (95%) memberikan jawaban “ya” . Hal ini berarti semua responden telah melakukan CSR pada pernyataan ini secara rutin. CSR yang dilakukan antara lain memberikan tambahan upah bagi karyawan yang bekerja dengan baik, memperbolehkan karyawan untuk berhenti kerja sementara karena sedang hamil, memberitahukan kepada karyawan mengenai setiap perubahan kebijakan sebelum kebijakan tersebut ditetapkan, menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja, memperhatikan karyawan yang memiliki

penyakit, kecelakaan kerja atau kematian, serta memberikan informasi bahaya dampak produksi kepada karyawan.

Untuk pernyataan 8 dan 9 hanya sebanyak 15 responden (75%) yang menjawab pernyataan ini dengan jawaban “ya”. Pernyataan 8 yaitu UMKM memiliki jam pelatihan pekerja, sementara pernyataan 9 yaitu adanya pelatihan bagi setiap karyawan. Persentase ini memiliki arti bahwa hanya sebagian kecil responden yang memiliki jam pelatihan untuk tenaga kerja. Sementara, sebanyak 5 responden (25%) memberikan jawaban “tidak” untuk pernyataan 8 dan 9. Banyaknya responden atau pemilik UMKM yang memberikan jawaban “tidak” pada item pernyataan ini dibuktikan dengan hasil wawancara bahwa banyak responden merasa bahwa hal ini tidak perlu untuk dilakukan. Tidak ada pelatihan secara khusus untuk tenaga kerja pada UMKM *artshop*.

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa sebanyak 88,50% responden memberikan jawaban “ya” untuk setiap item pernyataan CSR. Ini berarti bahwa sebagian besar responden sudah melakukan CSR terkait kategori sosial, dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Artinya, sebagian besar responden memiliki kepedulian dan perhatian terhadap tenaga kerjanya.

### **Pengungkapan CSR Dilihat Dari Sisi Finansial dan Sisi Non Finansial**

#### **a. Sisi Finansial (dengan *Profit Margin*)**

*Profit margin* digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan dengan membandingkan laba bersih dan penjualan. Tabel 5 menunjukkan besarnya *profit margin* dari setiap UMKM. Dalam penelitian ini, *profit margin* digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan dari setiap UMKM. Berikut *profit margin* dari setiap UMKM *artshop*:

**Tabel 5**  
***Profit Margin* Tahunan dari Setiap UMKM yang Menjadi Responden**

<b>No</b>	<b>Nama Usaha</b>	<b>Penjualan (Rupiah)</b>	<b>Laba (Rupiah)</b>	<b>Profit Margin</b>
1	Oka Shop	84,000,000	12,000,000	0.1
2	Bella Shop	120,000,000	36,000,000	0.3
3	Agus Shop	3,600,000,000	1,800,000,000	0.5
4	Sumartha	96,000,000	24,000,000	0.3
5	Eling	500,000,000	250,000,000	0.5
6	Tirta	90,000,000	18,000,000	0.2
7	Bali Dwipa	150,000,000	30,000,000	0.2
8	Sikut	4,800,000,000	960,000,000	0.2
9	Kadek Shop	200,000,000	40,000,000	0.2
10	Amel Shop	300,000,000	60,000,000	0.2
11	Daniell	85,000,000	17,000,000	0.2
12	Magrre	120,000,000	24,000,000	0.2
13	Ana	600,000,000	120,000,000	0.2
14	Naya	84,000,000	16,800,000	0.2
15	Agung	400,000,000	80,000,000	0.2
16	Bagus Shop	80,000,000	16,000,000	0.2
17	Bu Jasi	100,000,000	20,000,000	0.2
18	Ardi Chandra	800,000,000	160,000,000	0.2
19	Bali Shop	90,000,000	18,000,000	0.2
20	Ayu Shop	50,000,000	10,000,000	0.2
Jumlah		12,349,000,000	3,711,800,000	4.7
Rata-Rata		617,450,000	185,590,000	0.2

Sumber: Data primer diolah

Pada Tabel 5 diketahui bahwa rata-rata dari *profit margin* UMKM *artshop* sebesar 0,20 atau 20%. Ini berarti apabila *profit margin* dari satu UMKM di atas nilai rata-rata (lebih dari 0,20 atau 20%), maka *profit margin* yang dimiliki UMKM tersebut tinggi. Sebaliknya, apabila *profit margin* yang dimiliki UMKM di bawah rata-rata (kurang dari 0,20 atau 20%), maka *profit margin* UMKM tersebut rendah. Pada tabel 5 menunjukkan bahwa sebanyak 19 responden (95%) dari total 20 responden memiliki nilai *profit margin* tinggi. Sementara, sebanyak 1 responden (5%) memiliki nilai *profit margin* rendah yaitu Oka Shop. Hal ini dikarenakan penjualan yang dilakukan Oka Shop tidak menghasilkan laba yang begitu banyak berbeda dengan art shop lainnya.

**b. Sisi Non Finansial**

Penelitian terhadap 20 responden menunjukkan bahwa semua responden telah melakukan CSR bagi tenaga kerjanya, diantaranya dengan memberikan bonus upah, cuti hamil, santunan bagi tenaga kerja yang mengalami kecelakaan, sakit, maupun kematian, dan menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja. CSR yang dilakukan pemilik UMKM tersebut ternyata dapat meningkatkan loyalitas dan kinerja dari tenaga kerja. Peningkatan loyalitas dan kinerja dari tenaga kerja berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan dan ketepatan waktu dalam penyelesaian pesanan. Hal tersebut memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan yang berdampak pada terjadinya perluasan pasar dan pemesanan kembali dari pelanggan. Sebagian *artshop* yang berada di kawasan nusa dua sudah memperluas wilayah pemasarannya sampai ke luar negeri. Perluasan sampai ke luar negeri contohnya ke pasar Amerika Serikat, Spanyol, Perancis, Jepang dan Australia. Selain itu juga menembus pasaran China, Hongkong, Singapura, Jerman dan berbagai negara lainnya di belahan dunia.

Perluasan pasar juga dipengaruhi oleh promosi dan rekomendasi yang dilakukan bukan hanya oleh UMKM tetapi juga oleh antar pelanggan dan masyarakat sekitar. Rekomendasi masyarakat sekitar kepada pelanggan

merupakan salah satu wujud imbal balik dari CSR yang dilakukan UMKM sehingga terjalin hubungan yang baik antara pemilik UMKM dengan lingkungan dan masyarakat sekitar. Contoh CSR yang dilakukan untuk lingkungan dan masyarakat sekitar adalah turut membantu dalam membangun sarana dan prasarana lokasi sekitar, membantu memberikan dana jika ada kerusakan lingkungan. CSR juga dilakukan dalam bentuk penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Usaha ini selain dapat mengurangi pengangguran di sekitar lokasi produksi, ternyata juga mendorong masyarakat sekitar untuk ikut serta dalam merekomendasikan produk dari usaha *artshop* ini. Implementasi CSR yang tinggi dapat menarik perhatian pelanggan sehingga terjadi perluasan pasar dan pelanggan menjadi setia untuk membeli produk art shop tersebut.

**c. Hasil Crosstabulation CSRI dengan Profit Margin**

Analisis crosstabulation dengan program statistika SPSS 16 yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Analisis Crosstabulation CSR dengan Profit Margin**

		Profit Margin		Total
		Rendah	Tinggi	
CSRI	Rendah	7	0	7
	Tinggi	9	4	13
Total		16	4	20

Sumber: Data olahan SPSS

Tabel 6 menampilkan hasil crosstabulation tingkat CSRI dengan *profit margin* sebagai kinerja keuangan UMKM. Berikut hasil analisis crosstabulation pada tabel 6:

CSRI Tidak Menunjang *Profit Margin* (CSRI Tinggi-*Profit Margin* Rendah, CSRI Rendah-*Profit Margin* Tinggi)

Tabel 6 menunjukkan banyaknya UMKM yang memiliki CSRI tinggi tetapi *profit margin*-nya rendah, yaitu sebanyak 9 UMKM. Ini berarti meskipun UMKM melakukan CSR dengan baik tetapi tidak menunjang *profit margin*



yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. CSR yang dilakukan banyak dan sering tetapi tidak meningkatkan penjualan dari usaha ini secara drastis. CSR merupakan kewajiban dari seorang pemilik usaha yang harus dipenuhi sebagai upaya untuk menjaga keberlangsungan usaha. Berdasarkan hasil wawancara, salah satu pemilik UMKM menyatakan bahwa implementasi CSR yang tinggi tidak membuat sisi finansialnya menjadi meningkat juga. Terdapat faktor lain yang mempengaruhi sisi finansialnya seperti fluktuasi harga bahan baku dan permintaan pasar terhadap produk art shop tersebut. Hal ini yang menyebabkan *profit margin* yang dihasilkan rendah walaupun CSR-nya tinggi. Tidak terdapat UMKM yang memiliki CSR rendah tetapi *profit margin*-nya tinggi. Ini berarti walaupun CSR yang dilakukan oleh UMKM rendah atau kurang optimal tetapi tidak berdampak pada *profit margin* yang dihasilkan oleh UMKM. Hal ini membuktikan bahwa implementasi CSR bukan satu-satunya faktor yang dapat mendukung kinerja keuangan dari suatu usaha. Hasil ini berarti terdapat 9 dari 20 UMKM yang menjadi responden menunjukkan bahwa implementasi CSR tidak menunjang kinerja keuangan.

*CSRi Menunjang Profit Margin (CSRi-Profit Margin Rendah, CSRi-Profit Margin Tinggi)*

Sementara, pada tabel 6 tampak terdapat 7 UMKM yang memiliki tingkat CSRi dan *profit margin* yang rendah. Hal ini berarti tingkat CSRi dan *profit margin* ke-7 UMKM tersebut searah. Apabila UMKM rendah dalam melakukan CSR, maka *profit margin*-nya pun juga rendah. Selanjutnya, sebanyak 4 UMKM memiliki tingkat CSRi dan *profit margin* yang tinggi. Hal ini memiliki arti bahwa CSR yang tinggi akan diikuti dengan *profit margin* yang tinggi. Implementasi CSR yang tinggi dapat menunjang kinerja keuangannya. Hal ini karena pemilik UMKM dapat menjalin hubungan yang baik dengan tenaga kerja dan masyarakat sekitar. Tenaga kerja yang bekerja pada UMKM tersebut sangat setia dan selalu memasarkan produk berkualitas. Selain itu, masyarakat sekitar juga ikut merekomendasikan produk pada art shop tersebut apabila ada orang yang akan mencari oleh-oleh khas Bali. Hal

inilah yang membuat UMKM mampu menghasilkan *profit margin* yang tinggi. Dari analisis tersebut ini berarti terdapat 9 dari 20 UMKM yang menunjukkan bahwa implementasi CSR menunjang kinerja keuangan. Dari analisis tersebut ini berarti terdapat 11 dari 20 UMKM yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu meningkatkan sisi finansial UMKM.

#### **4.2 Pembahasan Pengungkapan CSR UMKM**

Berdasarkan analisis data sebagian besar UMKM *artshop* di kawasan Nusa Dua menunjukkan implementasi CSR dapat menunjang kinerja. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 6 bahwa hubungan tingkat CSRi dan *profit margin* tersebut searah sebanyak 11 dari 20 UMKM. Apabila UMKM rendah dalam melakukan CSR, maka *profit margin*-nya pun juga rendah begitu juga sebaliknya apabila UMKM tinggi dalam melakukan CSR, maka *profit margin*-nya pun akan tinggi.

Tingkat implementasi CSR pada UMKM art shop tergolong tinggi. Dapat dilihat dari tabel implementasi setiap kategori CSR yang menghasilkan sebagian besar responden telah melakukan CSR. Penemuan tersebut selaras dengan penelitian Dewi (2013) yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR yang dilakukan UMKM batik di wilayah Kota Pati termasuk tinggi. Hasil penelitian Dewi (2013) menyatakan CSR di Kampong Batik Laweyan Solo tinggi dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Arif, salah seorang pengurus FPKBL yang mengatakan bahwa saat ini sebagian besar pelaku UMKM batik sudah menggunakan IPAL untuk mengolah air limbah yang dihasilkan dari proses produksi dan para pemilik UMKM batik menyadari pentingnya melakukan CSR untuk tenaga kerja dan lingkungan sekitar.

Dari persentase CSR berdasarkan kategori ekonomi sebanyak 90% responden telah menjawab keseluruhan pernyataan CSR pada kategori ekonomi dengan jawaban "ya". Ini berarti pemilik UMKM *artshop* yang menjadi responden telah melakukan sebagian besar item pernyataan CSR pada kategori ekonomi.

Sementara, pada kategori lingkungan bahwa sebanyak 93,50% responden telah menjawab keseluruhan dari kuesioner penelitian dengan jawaban “ya” pada kategori lingkungan. Ini berarti, sebagian besar responden telah melakukan implementasi CSR dalam kategori lingkungan secara rutin.

Pada kategori sosial, dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja sebanyak 88,50% responden memberikan jawaban “ya” untuk setiap item pernyataan CSR. Ini berarti bahwa sebagian besar responden sudah melakukan CSR terkait kategori sosial, dimensi praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja. Artinya, sebagian besar responden memiliki kepedulian dan perhatian terhadap tenaga kerjanya.

Pengungkapan CSR dilihat dari Sisi Finansial

Hasil analisis implementasi CSR dalam menunjang kinerja keuangan menunjukkan bahwa sebanyak 11 dari 20 responden yang menghasilkan bahwa implementasi CSR menunjang kinerja UMKM dengan adanya keterkaitan searah antara CSR dengan *profit margin*. Penemuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR lebih banyak, kinerja keuangannya menjadi lebih baik daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR. Sementara itu, sebanyak 9 responden menghasilkan bahwa implementasi CSR tidak menunjang kinerja UMKM. Hasil ini didukung dengan hasil analisis crosstabulation yang telah dilakukan oleh penulis.

#### **Pengungkapan CSR dilihat dari Sisi Non-Finansial**

Hasil analisis data menunjukkan bahwa sebagian besar implementasi CSR yang dilakukan oleh UMKM menunjang kinerja keuangan. Dari sisi non finansial dilihat bahwa semua responden telah banyak menerima pemesanan kembali dari pelanggan dan telah memperluas wilayah pemasarannya. Terdapat responden yang sudah melakukan perluasan wilayah pemasaran ke berbagai kota dan pulau di Indonesia hingga ke luar negeri. Hal ini dibuktikan

dengan banyaknya permintaan kerajinan oleh-oleh khas Bali dari luar kota dan pulau di Indonesia hingga ke luar negeri.

#### **V. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh pemilik atau pengelola *artshop* yang menjadi responden dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi. Pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh *artshop* sebagian besar menunjang sisi finansial dan sisi non finansialnya.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi pada pemilik untuk semakin memiliki perhatian dan kepedulian terhadap keadaan lingkungan dan sosial disekitarnya supaya dapat memberikan dampak pada kinerja. Keterbatasan pada penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar hasilnya lebih maksimal. Dalam penelitian ini keterbatasan yang disampaikan oleh penulis adalah jumlah responden yang terbatas dalam penelitian ini.

#### **Daftar Pustaka**

- Angela. 2015. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Finansial dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi Dipublikasikan*. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus.
- Becchetti, Leonardo, Stefania Di Giacomo, Damiano Pinnacchio. 2005. *Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: Evidence From A Panel of US Listed Companies*. *CEIS Tor Vergata – Research Paper Series*, Vol. 26, No. 78, Desember 2005.
- Dewi, Budi Kumala. 2013. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

- (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan Pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. *Skripsi Dipublikasikan*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Ekadjaja, Agustin dan Edward Bunadi. 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. Universitas Tarumanagara.
- Daft, L. Richard. 2003. *Management. Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmah Putra, Li Nyomann and Michael Hitchcock. 2006. The Bali bomb and the tourism development cycle. *Jurnal Edward Arnold Ltd*.
- Januarti, Indira dan Dini Apriyanti. 2005. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Maksi*, Vol.5, No.2, Hal 227-243 Semarang
- : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Mangoting, Yenni. 2007. Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol.9, No.1, Mei 2007 hal 35-42. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Mursitama. 201 *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Jakarta: Institute for Develop of Eco and Finance (Indef).
- Paul, Catherine J. Morrison. 2006. *Corporate Social Responsibility and Economic Performance*. Department of Agricultural and Resource Economics University of California, Davis.
- Suharto, Edi. 2008. : *What is and Benefits for Corporate*. [www.policy.hu/suharto](http://www.policy.hu/suharto).

## Lampiran

### Pertanyaan Kuesioner *Corporate Social Responsibility*

No	Nama Usaha	Penjualan (Rupiah)	Laba (Rupiah)	Profit Margin
1	Oka Shop	84,000,000	12,000,000	0.1
2	Bella Shop	120,000,000	36,000,000	0.3
3	Agus Shop	3,600,000,000	1,800,000,000	0.5
4	Sumartha	96,000,000	24,000,000	0.3
5	Eling	500,000,000	250,000,000	0.5
6	Tirta	90,000,000	18,000,000	0.2
7	Bali Dwipa	150,000,000	30,000,000	0.2
8	Sikut	4,800,000,000	960,000,000	0.2
9	Kadek Shop	200,000,000	40,000,000	0.2
10	Amel Shop	300,000,000	60,000,000	0.2
11	Daniell	85,000,000	17,000,000	0.2
12	Magre	120,000,000	24,000,000	0.2
13	Ana	600,000,000	120,000,000	0.2
14	Naya	84,000,000	16,800,000	0.2
15	Agung	400,000,000	80,000,000	0.2
16	Bagus Shop	80,000,000	16,000,000	0.2
17	Bu Jasi	100,000,000	20,000,000	0.2
18	Ardi Chandra	800,000,000	160,000,000	0.2
19	Bali Shop	90,000,000	18,000,000	0.2
20	Ayu Shop	50,000,000	10,000,000	0.2
Jumlah		12,349,000,000	3,711,800,000	4.7
Rata-Rata		617,450,000	185,590,000	0.2

Sumber: Data primer diolah

	dalam menggunakan energi (listrik, Bahan bakar minyak atau gas).		
G4-EN3	Penggunaan air sesuai dengan kegunaannya.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN4	Air yang sudah digunakan didaur ulang kembali.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN5	Lokasi produksi tidak memberikan dampak pada lingkungan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN6	Memiliki kesadaran apabila menghasilkan dampak buruk pada lingkungan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN7	Membantu perbaikan lingkungan yang rusak.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN8	Membantu merawat dan melindungi lingkungan	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN9	Sadar bahwa penggunaan energi menghasilkan polusi.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN10	Membantu mengurangi polusi yang ada.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN11	Membatasi bahan-bahan yang membuat polusi.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN12	Limbah air yang dibuang tidak membahayakan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN13	Mengetahui banyaknya limbah dan cara membuangnya.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN14	Limbah zat kimia yang dibuang tidak mencemari lingkungan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN15	Mengelola limbah yang sangat membahayakan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN16	Mengetahui limbah	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak

	dapat merusak lingkungan.		
G4-EN17	Memberikan denda apabila melanggar peraturan mengenai lingkungan hidup.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN18	Mengetahui dampak luas dari kerusakan lingkungan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN19	Membantu memberikan dana jika ada kerusakan lingkungan akibat proses produksi.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-EN20	Ikut serta dalam mengambil tindakan pemulihan lingkungan yang rusak.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
<b>Kategori Sosial: Praktik Ketenaga Kerjaan dan Kenyamanan Bekerja</b>			
G4-LA1	Memberikan tambahan upah bagi karyawan yang bekerja dengan baik.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA2	Memperbolehkan karyawan untuk berhenti kerja sementara karena sedang hamil.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA3	Memberitahukan kepada karyawan mengenai setiap perubahan kebijakan sebelum kebijakan tersebut ditetapkan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA4	Menerima saran dari pekerja mengenai keselamatan kerja.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA5	Memperhatikan karyawan yang memiliki penyakit, kecelakaan kerja atau kematian.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak

G4-LA6	Memberikan informasi bahaya dampak produksi kepada karyawan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA7	Memberikan jaminan kesehatan kepada karyawan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA8	Memiliki jam pelatihan pekerja.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA9	Adanya pelatihan bagi setiap karyawan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak
G4-LA10	Menerima pengaduan karyawan mengenai masalah ketenagakerjaan.	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak