

**ANALISIS KONSEP AUDIT SOSIAL SEBAGAI STANDAR EVALUASI
KINERJA ENTITAS DALAM MELAKUKAN CSR (CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY)**

**Oleh: Ikayanti
Universitas Negeri Surabaya
ikaytud@gmail.com**

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) now is being popular because of Indonesian's government regulate that every company who use natural resources must do it. In fact there is no standard or instrument that can measure or evaluate CSR. This journal discuss about instrument which can use to evaluate CSR, social audit. Analyzing previous research and some literature are the method to find out the solution. Social audit can used to performance measurement of CSR. Internal auditor make the report of social audit which can be the foundation to evaluate company's performance with the result that the company's progress

Keywords: *Social audit, evaluate, performance.*

PENDAHULUAN

Perusahaan yang telah menjadi *go public* pasti memiliki poin-poin dalam penentuan efektifitas kinerja perusahaan tersebut kepada pemilik perusahaan pada suatu periode tertentu. Diantaranya adalah informasi keuangan dan informasi nonkeuangan. Informasi keuangan dapat mencerminkan kinerja suatu perusahaan selama satu periode. Ada pula informasi yang dapat mencerminkan kinerja perusahaan dalam bidang sosial (nonkeuangan) yang saat ini lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga dapat dijadikan para pengguna luar perusahaan (*External User*) untuk pengambilan keputusan. Meskipun demikian

kedua jenis informasi baik keuangan ataupun nonkeuangan saling melengkapi. Walaupun terjadi simbiosis mutualisme antara laporan audit keuangan dan sosial, masing-masing memiliki ruang lingkungannya sendiri. Diharapkan pula pelaporan audit sosial ini dapat mendukung atas pelaporan audit finansial. Baik aspek keuangan maupun nonkeuangan akan mengalami peningkatan.

Untuk informasi keuangan entitas menggunakan laporan keuangan yang telah diaudit oleh audit eksternal dan telah diberikan opini wajar tanpa pengecualian. Opini tersebut yang menunjukkan keakuratan kinerja keuangan entitas. Lain halnya dengan keakuratan kinerja sosial suatu entitas yang belum memiliki konsep standar untuk menentukan keakuratan entitas yang menjalankan kegiatan CSR.

Data yang berkenaan dengan keuangan tentunya merupakan ruang lingkup milik audit keuangan. Sedangkan audit sosial menurut Mudjiono (2011) adalah audit yang menyangkut pemantauan, penilaian dan pengukuran prestasi perusahaan dan keterlibatannya dengan masalah-masalah sosial. Menurut Pearce dan Robinson (2008) audit sosial (*social audit*) mencoba mengukur kinerja sosial aktual perusahaan dibandingkan tujuan sosial yang ditetapkan oleh perusahaan itu untuk dirinya sendiri. Sedangkan audit sosial menurut Boyd (2001):

“Social auditing is a process that enables an organisation to assess and demonstrate its social, economic, and environmental benefits and limitations. It is a way of measuring the extent to which an organisation lives up to the shared values and objectives it has committed itself to”.

Di Indonesia belum ada standar mengenai *review* ataupun analisis kinerja sosial. Contohnya kegiatan sosial suatu entitas berupa CSR. Begitu banyak

macam dan bentuk dari CSR di setiap entitas. Karena masing-masing entitas memiliki tujuan, prioritas dan tanggungjawab yang berbeda atas kinerja sosialnya.

Menurut *International Finance Corporation*:

“CSR adalah Komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan”.

Sedangkan menurut ISO 26000, CSR 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 dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3, 2007)”.

Jika merujuk pada definisi di atas, berkaitan dengan kegiatan yang diwujudkan oleh perilaku transparan dan etis masih mengambang. Maksudnya adalah belum ada standar ataupun pedoman yang dapat menyatakan kegiatan CSR sebuah entitas itu transparan dan etis. Sehingga dalam jurnal ini akan dibahas mengenai standar pengauditan CSR dengan menggunakan sistem audit sosial.

Hal-hal yang akan dibahas dalam jurnal ini meliputi pihak-pihak yang terkait dengan pelaksanaan CSR hingga kegiatan audit sosial, batasan dan ruang lingkup audit sosial, proses atau langkah dalam melakukan audit sosial, dan manfaat bagi entitas yang melakukan audit sosial. Pemecahan dan pembahasan masalah yang akan dibahas dalam jurnal ini diperoleh dari studi pustaka dan analisis pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan peneliti di negara lain.

Dengan mengadaptasi budaya, hukum dan regulasi yang berlaku di Indonesia baik yang berkaitan dengan CSR itu sendiri maupun hukum perundang-undangnya.

PEMBAHASAN

Semakin berkembangnya entitas besar maka semakin banyak pula kegiatan kepedulian sosial yang wajib dilaksanakan oleh entitas tersebut. Hal ini sudah diatur oleh UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dengan disahkan UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 ini semakin gencar entitas-entitas tersebut melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau yang sejak tahun 1990an disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kemudian setelah berlangsung beberapa lama kegiatan CSR di Indonesia, muncul masalah yang mendasar yang berkenaan tentang evaluasi CSR ini. Kendala ini muncul karena tidak ada standar operasional atau alat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi CSR. Karena dalam undang-undang tidak dijelaskan detail dan terperinci bentuk kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sehingga memungkinkan entitas tidak *fair* dalam menjalankan kegiatan sosial dan lingkungan. Terkadang hanya dianggap sebagai kegiatan formalitas saja, karena takut dengan sanksi yang akan dikenakan pemerintah jika tidak menjalankannya. Selain karena alasan hukum, entitas juga memikirkan nama baik dan pencitraannya di mata konsumen. Tanpa mempertimbangkan sisi efektif dan efisien kepada masyarakat. Karena berkaitan

dengan masyarakat maka penggunaan audit sosial disini sesuai untuk standar ataupun alat untuk mengevaluasi CSR.

Prinsip Pendekatan yang Berlaku pada Pelaksanaan Audit Sosial

Pada dasarnya jika merujuk pada pengertian audit sosial menurut Pearce dan Robinson (2008) pada pembasan sebelumnya, audit sosial merupakan alat pengukur kinerja sosial yang dibandingkan dengan tujuan sosial yang ada pada entitas tersebut. Karena audit sosial merupakan alat pengukur oleh sebab itu sebuah alat harus memiliki pondasi atau dasar sebelum ia menjadi sebuah pengukur. Demikian pula dengan audit sosial yang harus memiliki pondasi tentunya dalam pendekatan audit sosial. Berikut prinsip pendekatan yang dikemukakan oleh Pearce dan Kay (2001 dalam Muljono. et. al, 2007):

1. *Multi-perspective*, bahwa opini yang didapat harus dari berbagai sumber yang luas (keseluruhan *stakeholder*), baik yang memengaruhi atau terkena dampak organisasi/lembaga.
2. *Comprehensive*, bahwa laporan yang dihasilkan harus meliputi seluruh aspek dan aktivitas lembaga tersebut.
3. *Comparative*, bahwa organisasi pelayanan masyarakat harus selalu meningkatkan pelayanan dengan mengadakan perbandingan *performance* lembaga dengan organisasi lain dari waktu ke waktu.
4. *Regular*, yakni diupayakan berjalan setiap tahun dan bukan *one-off exercise*, bertujuan menghasilkan *social account* berdasar pada konsep dan pelaksanaan melekat sebagai budaya organisasi/lembaga tersebut.
5. *Verified*, bahwa laporan pelaksanaan kegiatan (*social account*) harus dilihat oleh orang luar (*independent person*), untuk menjamin bahwa

pelaksanaan *social account* diaudit oleh seseorang yang tidak memiliki keterkaitan pribadi terhadap lembaga tersebut.

6. *Disclosed*, bahwa pelaksanaan audit sosial memiliki ruang lingkup yang luas untuk menjamin keterbukaan kepada *stakeholder* dan komunitas yang lebih luas yang memiliki perhatian pada akuntabilitas dan transparansi.

Prinsip pendekatan yang telah dijabarkan Pearce dan Kay (2001 dalam Muljono. et. al, 2007) juga memiliki manfaat dibalik masing-masing pendekatan tersebut. Berikut manfaat yang dikemukakan pula oleh Pearce dan Kay (2001 dalam Muljono. et. al, 2007):

1. Memiliki definisi yang tajam dan fokus dalam lembaga,
2. Memberikan pertanggungjawaban kepada *stakeholder*,
3. Menyediakan kerangka kerja yang bermanfaat untuk semua katifitas lembaga,
4. Memberikan kepercayaan untuk memperoleh *outcome* yang tepat,
5. Menjamin lingkungannya untuk dapat merasakan manfaat keberadaan lembaga tersebut,
6. Melibatkan *stakeholder* dalam setiap kegiatan lembaga, dan
7. Menyediakan proses yang fleksibel dan penilaian internal maupun eksternal yang jujur sehingga dapat mendorong konsistensi lembaga tersebut.

Adanya prinsip yang telah diketahui manfaatnya pula, audit sosial dapat dijadikan alat pengukur CSR yang dilakukan sebuah entitas. Berpedoman dengan prinsip pendekatan *Multi-perspective, Comprehensive, Comparative, Regular, Verified*,

Disclosed dengan definisi yang telah dijelaskan diatas, entitas dapat mengevaluasi CSR entitas tersebut.

Ruang Lingkup Audit Sosial

Pembahasan selanjutnya mengenai batasan dan ruang lingkup dari audit sosial dalam kaitannya mengaudit CSR pada suatu entitas. Menurut Mudjiono (2011), audit sosial memiliki ruang lingkup diantaranya sebagai berikut:

1. Etika: nilai-nilai, moral, norma dan aturan yang menjadi milik entitas. Dengan adanya pembatasan dalam pembahasan etika dapat diketahui ciri spesifik budaya yang berlaku di entitas, yang dapat mencerminkan kegiatan operasional entitas.
2. Tenaga Kerja: menciptakan suasana lingkungan kerja yang menerima seluruh tenaga kerja untuk pengembangan potensi diri. Tenaga kerja juga termasuk sebagai ruang lingkup audit sosial karena selain konsumen, pekerja adalah cerminan dari efektifitas tanggung jawab sosial yang paling dekat dengan entitas.
3. Lingkungan Hidup: dalam konteks lingkungan alam, kebijakan akan memantau dan menurunkan kerusakan akibat dari aktivitas industri terhadap lingkungan alam. Audit sosial memang seharusnya memperhatikan keadaan sosial termasuk lingkungan. Karena hal sosial tidak luput dengan keadaan lingkungan, kedua hal tersebut berbanding lurus. Jika keadaan lingkungan sangat mendukung pasti keadaan sosial berlangsung baik, begitu pula dengan sebaliknya.
4. Hak Asasi Manusia (HAM): meyakinkan korporat untuk tidak melanggar hak manusia dan menghindari bekerja sama dengan para pelanggar HAM.

Dipastikan tidak boleh terjadi pelanggaran HAM dalam lingkungan sosial. Lingkungan sosial yang baik adalah lingkungan yang seluruh kewajiban dapat dipenuhi dan hak-hak setiap manusia tercapai dengan saling menghormati hak dan kewajiban sesama.

5. Komuniti: menanamkan modal dan komuniti lokal. Maksudnya adalah ruang lingkup sosial yang menyangkut organisasi atau komunitas non profit sebagai pihak eksternal yang ada kaitannya dengan entitas dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Karena dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus melibatkan pihak lain (eksternal). Tujuannya untuk tersalurkannya tujuan dari kegiatan sosial tersebut pada pihak luar entitas.
6. Masyarakat: menanamkan investasi di luar komuniti lokal. Dalam audit sosial tentunya selalu berkaitan dengan masyarakat selaku objek penerimanya. Sehingga masyarakat termasuk dalam ruang lingkup audit sosial. Ruang lingkup audit sosial ini dapat menilai kebutuhan masyarakat pada kenyataanya. Kemudian kembali lagi atas dasar efisien dan efektif.
7. Pemenuhan Kebutuhan: identifikasi seluruh kewajiban secara legal. Dikatakan sebelumnya mengenai HAM sebagai ruang lingkup audit sosial, tidak jauh berbeda dengan pemenuhan kebutuhan. Audit sosial bisa dijadikan penilaian efisien dan efektif suatu kinerja.

Menurut pemaparan Mudjiono (2011) tentang alasannya menggunakan ruang lingkup diatas adalah ada kaitan antara pihak terkait (*stakeholder*) dengan sasaran audit sosial. Maksudnya adalah dalam sebuah entitas pasti memiliki pihak terkait

baik dari luar entitas (*external stakeholder*) dan pihak terkait dalam lingkup entitas (*internal stakeholder*) tersebut.

Adanya *stakeholder* baik yang berasal dari internal maupun eksternal berguna untuk mengidentifikasi cara untuk meneliti dari pengaruh hubungan *stakeholder* dengan entitas. Sehingga dalam proses audit sosial ruang lingkungannya seputar yang telah disebutkan diatas. Jadi tidak melebar hingga pembahasan keadaan *financial* entitas ataupun yang berkaitan dengan pelaporan secara akuntansi. Karena dalam jurnal ini audit sosial sebagai standar ataupun alat yang digunakan untuk menilai keberhasilan atas kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam hal ini adalah kegiatan CSR. Sehingga ruang lingkup seperti diatas akan membatasi wilayah pengauditan CSR dengan audit sosial.

Pihak yang Melakukan Audit Sosial

Laporan audit mengenai laporan keuangan sebuah perusahaan yang akan digunakan oleh pihak investor sebagai alat pengambilan keputusan tentunya harus valid dan terpercaya. Maka dari itu perusahaan menggunakan jasa audit yang *independent* untuk memberikan pernyataan atas kewajaran laporan keuangan yang disajikan. Karena pendapat yang objektif dari auditor akan dilampirkan pada laporan tahunan entitas yang akan digunakan oleh *stakeholder* seperti pemerintah maupun dirjen pajak untuk informasi yang berkenaan dengan perpajakan.

Laporan CSR juga harus disajikan secara valid dan terpercaya. Karena ada kaitannya dengan undang-undang pemerintah yang mewajibkan entitas untuk melakukan CSR. Sehingga dengan diterbitkannya laporan tentang CSR ini pemerintah dapat mengetahui entitas tersebut telah melakukan CSR. Akan tetapi

yang membedakan dari laporan keuangan adalah keperluan *stakeholder* eksternal. Untuk laporan CSR, keperluan *stakeholder* eksternalnya bukan berkaitan dengan keuangan yang sangat perlu adanya prioritas akuntabilitas yang tinggi dari pada laporan CSR. Oleh sebab itu cukup dengan audit internal yang melakukan proses audit sosial atas CSR. Dengan alasan, meski pihak internal entitas yang melakukan audit sosial atas CSR masyarakat tetap bisa mengakses informasi dengan mudah. Dengan adanya sinergi antara peraturan hukum dan kepercayaan masyarakat terhadap entitas tersebut. Jika peraturan yang meregulasi tentang CSR ini sangat ketat sehingga entitas tidak dapat memanipulasi kegiatan ini dan adanya kepercayaan antara entitas dan masyarakat yang tinggi. Maka laporan CSR ini akan menjadi laporan yang dapat dipercaya sekaligus valid. Telah dibahas sebelumnya auditor internal adalah pihak yang berhak melakukan audit sosial pada entitas atas kegiatan CSR dan tentunya masyarakat publik bisa mengakses laporan audit sosial yang dibuat oleh entitas tersebut. Berikut proses audit sosial menurut menurut Kay (2001):

1. Mengumpulkan bahan dan mempersiapkan proses audit sosial;
2. Menentukan tujuan pelaksanaan audit sosial, membuat daftar *stakeholder*;
3. Menentukan indikator yang akan digunakan untuk mengukur *performance* lembaga. Indikator untuk tiap-tiap entitas tidak selalu sama karena bobot akan mengalami perbedaan pada tiap kegiatan CSR yang dilakukan entitas. Karena objek CSR tidak selalu memiliki lingkungan dan keadaan yang sama. Setelah diperoleh jumlah atas skor

dikali dengan bobot maka akan diperoleh nilai atas kinerja kegiatan CSR yang telah ditentukan intervalnya.

4. Mempersiapkan *social book-keeping*, yakni informasi yang secara rutin dikumpulkan untuk menggambarkan *performance* lembaga tersebut dalam kaitannya dengan pencapaian tujuan sosial (*social objectives*);
5. Mempersiapkan *social account*, yakni dokumen yang dihasilkan dari proses *social accocunting* yang mengukur *performance* lembaga kualitatif maupun kuantitatif;
6. Menguraikan dan menjabarkan informasi yang terdapat dalam *social accounts* dan mengadakan wawancara dengan *stakeholder*;
7. Menyusun laporan audit sosial. Dalam melakukan penyusunan laporan audit memang tidak terdapat metodologi yang baku. Akan tetapi pada pelaporan mencakup prinsip pendekatan dalam audit sosial.

Mudjiono (2011) juga berpendapat sebuah audit sosial biasanya dilakukan oleh tim audit dari dalam organisasi bekerja untuk acuan. Tim audit terdiri dari wakil-wakil dari kelompok *stakeholder* yang berbeda, termasuk pengguna layanan/fasilitas, anggota, anggota pengurus, relawan, penyandang dana dan staf. Pengamat independen mungkin juga diperbantukan ke tim audit. CSR ini kaitannya adalah pada pertanggung jawaban sosial, sedangkan pihak sosial entitas adalah *stakeholder* eksternal maupun internal. Oleh sebab itu Mudjiono melibatkan kedua *stakeholder* tersebut dalam melakukan audit sosial. Bahkan seluruh masyarakat yang merasakan akibat ataupun manfaat CSR bisa melakukan audit sosial. Akan tetapi hal itu tidak memungkinkan karena akan terjadi ketidakefisienan dan validasi informasi mengenai laporan CSR suatu entitas.

Proses Audit Sosial

Seperti pada audit laporan keuangan yang membutuhkan langkah-langkah ataupun tahapan dalam melakukan proses audit. Berikut tahapan menurut Kay (2001):

1. Mengumpulkan bahan dan mempersiapkan proses audit sosial;
2. Menentukan tujuan pelaksanaan audit sosial, membuat daftar *stakeholder*;
3. Menentukan indikator yang akan digunakan untuk mengukur *performance* lembaga;
4. Mempersiapkan *social book-keeping*, yakni informasi yang secara rutin dikumpulkan untuk menggambarkan *performance* lembaga tersebut dalam kaitannya dengan pencapaian tujuan sosial (*social objectives*);
5. Mempersiapkan *social account*, yakni dokumen yang dihasilkan dari proses *social accocunting* yang mengukur *performance* lembaga kualitatif maupun kuantitatif;
6. Menguraikan dan menjabarkan informasi yang terdapat dalam *social accounts* dan mengadakan wawancara dengan *stakeholder*;
7. Menyusun laporan audit sosial.

Pada tahapan yang pertama bahan-bahan yang harus dikumpulkan adalah dokumen yang berkaitan dengan kegiatan CSR yang dilakukan. Mulai dari tujuan kegiatan, sasaran kegiatan hingga lokasi secara mendetail. Setelah itu tahapan kedua menentukan tujuan audit dan membuat daftar *stakeholder* seperti profil klien yang terlibat dalam kegiatan CSR. Tahapan ketiga adalah tahapan yang membutuhkan analisis yang sangat mendalam. Pada penelitian sebelumnya mengenai audit sosial belum membahas mengenai indikator dalam melaksanakan

audit sosial. Karena indikator juga merupakan tolak ukur hasil kinerja atau pencapaian atas kegiatan. Berikut indikator audit sosial yang dapat dijadikan referensi dalam melakukan audit sosial menurut Muljono. et. al. (2007) dibagi menjadi 4 kriteria yang dianggap paling berpengaruh dalam kinerja:

Tabel 1. Indikator audit sosial

| 1. Administrasi kegiatan, yang mencakup tiga indikator yakni: | 2. Pelaksanaan kegiatan, yang mencakup sembilan indikator yakni: | 3. Hasil kegiatan, yang mencakup tujuh indikator yakni: | 4. Dampak kegiatan, yang mencakup lima indikator yakni: |
|--|---|--|--|
| 1.1. Administrasi perencanaan kegiatan | 2.1 Koordinasi antar pihak terkait dalam pelaksanaan kegiatan | 3.1 Tingkat ketercapaian hasil | 4.1 Kemandirian |
| 1.2. Administrasi pelaksanaan kegiatan | 2.2 Pendanaan kegiatan | 3.2 Manfaat kegiatan bagi sasaran | 4.2 Percaya diri |
| 1.3. Administrasi pelaporan | 2.3 Partisipasi peserta dalam kegiatan | 3.3 Tingkat kepuasan penerimaan program | 4.3 Gaya hidup |
| | 2.4 Sistem monitoring dan evaluasi kegiatan | 3.4 Persepsi masyarakat terhadap kegiatan | 4.4 Jaringan Sosial |
| | 2.5 Penjadwalan kegiatan | 3.5 Persepsi penyelenggaraan kegiatan | 4.5 Peningkatan ekonomi |
| | 2.6 Rekrutmen | 3.6 Keberlanjutan dan kelestarian kegiatan | |
| | 2.7 Sosialisasi | 3.7 Permasalahan yang muncul akibat penyelenggaraan kegiatan | |
| | 2.8 Training | | |

2.9 Dukungan fasilitas

Sumber : Muljono. et. al. (2007)

Tentunya untuk keperluan mendetail mengenai indikator-indikator diatas, maka untuk pengungkapannya pada laporan audit nantinya disertakan penjabaran. Penjabaran harus sesuai dengan keadaan yang terjadi pada saat proses pengamatan pengauditan sosial atas CSR.

Indikator-indikator diatas dapat dijadikan sebagai tolak ukur ketercapaian pelaksanaan audit sosial atas CSR. Adanya dimensi yang kemudian dipersempit dengan menggunakan indikator. Diharapkan dengan adanya indikator-indikator diatas, proses audit sosial dapat dijalankan sebagai alat atau stanadr untuk mengevaluasi CSR. CSR yang telah dievaluasi dapat digunakan sebagai laporan pertanggung jawaban entitas kepada entitas atas kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan.

Pada penelitian sebelumnya dengan tema mengenai pengembangan audit sosial oleh Muljono. et. al. (2007) melakukan *scoring* untuk indikator diatas. Pemberian *scoring* ini bertujuan untuk memudahkan auditor dalam melakukan penilaian bagi setiap ketercapaian indikator dalam bentuk angka. Dengan interval 1 (satu) sangat buruk, 2 (dua) buruk, 3 (tiga) sedang, 4 (empat) baik dan 5 (lima) sangat baik.

Jika terjadi kesamaan nilai atau skor maka dari beberapa indikator diatas harus dibuat sebuah bobot yang menunjukkan prioritas. Karena tidak menutup kemungkinan ada beberapa indikator yang memang berkaitan dengan audit sosial ini akan tetapi tidak begitu mempengaruhi pada proses pengauditan sosial atas CSR ini. Sehingga auditor internal entitas harus mengamati dengan baik

lingkungan ataupun keadaan yang akan diaudit. Dalam hal ini, penetapan skala prioritas menggunakan bobot nilai pada tiap-tiap entitas berbeda. Perbedaan itu disebabkan oleh konsentrasi CSR yang dilakukan tiap entitas berbeda sehingga *stakeholder* yang terlibat pun berbeda. Sehingga hal ini yang menyebabkan kemungkinan keadaan atau indikator yang sama tetapi memiliki bobot yang berbeda.

Kemudian auditor internal membuat dan menetapkan skala prioritas keberpengaruhannya indikator-indikator tersebut pada proses audit dalam bentuk angka dengan interval 1 (satu) hingga 100 (seratus). Untuk mendapatkan hasil akhir dengan cara menjumlah seluruh indikator yang telah dilakukan *scoring* kemudian dikali dengan bobot yang telah ditetapkan. Setelah diperoleh hasil angka maka perlu dilakukan interpretasi angka tersebut. dalam pembahasan jurnal ini hasil audit akan di bandingkan dengan kinerja CSR yang dilakukan. Hasil yang muncul berkisar antara kinerjanya berlangsung baik ataupun sangat buruk. Maka berikut pendapat Pudji Muljono, Saharuddin, Martua Sihaloho (2007) mengenai interpretasi skor dengan kinerja program CSR sebagai berikut:

| | |
|---------|--|
| 420-500 | = kinerja program tergolong sangat baik |
| 340-419 | = kinerja program tergolong baik |
| 260-339 | = kinerja program tergolong sedang |
| 180-259 | = kinerja program tergolong buruk |
| 100-179 | = kinerja program tergolong sangat buruk |

Ketika muncul angka pada interval yang telah ditentukan diatas maka entitas bisa mengupayakan perubahan dan pembenahan atas kinerja CSR.

Untuk tahapan keempat hingga keenam sudah dipaparkan dengan jelas pada penjelasan sebelumnya. Tahapan keempat adalah entitas menyajikan laporan rutin yang berkenaan dengan kegiatan yang dilakukan untuk mengukur ketercapaian kinerja dengan tujuan sosial entitas. Lapornya dapat berupa deskriptif yang disertai bukti foto. Maupun laporan yang berupa poin-poin pelaksanaan kegiatan rutin yang diklasifikasikan berdasarkan tujuan sosial entitas. Tujuannya adalah memudahkan pembaca dalam hal ini auditor internal untuk membandingkan laporan rutin dengan tujuan sosial entitas tersebut. Perlu digaris bawahi adalah adanya *job segregation* atau pemisahan tugas antara karyawan yang membuat laporan rutin dan pihak auditor internal entitas. Sehingga tidak akan terjadi *fraud*.

Tahapan kelima ketika kegiatan *social accocunting* diukur performanya baik secara kualitatif ataupun kuantitatif. Kemudian tahapan keenam adalah menjabarkan informasi proses *social accocunting* dengan cara mewawancarai *stakeholder* yang terlibat. Sedangkan untuk tahapan terakhir yakni menyusun laporan audit adalah tahapan akhir dimana laporan ini akan dapat diakses oleh *stakeholder* yang memiliki kepentingan dengan laporan audit sosial atas CSR.

Hingga saat ini masih belum ada rujukan mengenai format pelaporan audit sosial. Akan tetapi penulis menyarankan dalam melaporkan hasil dari audit sosial merujuk pada prinsip pendekatan yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. Pertama yakni prinsip *Multi-perspective* dimana hasil opini yang dikeluarkan oleh auditor harus berasal dari sumber yang beragam. Karena *stakeholder* yang berpengaruh maupun terlibat dengan entitas harus dipertimbangkan.

Prinsip pendekatan yang kedua adalah *Comprehensive* atas seluruh kegiatan dan aktivitas yang diselenggarakan entitas tersebut dalam hal ini adalah kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan (CSR). Maksudnya adalah dari serangkaian kegiatan CSR yang dilaksanakan haruslah diungkap, tidak ada kegiatan yang dilaksanakan tanpa pelaporan. Ataupun sebaliknya kegiatan yang fiktif akan tetapi ada bentuk pelaporannya. Prinsip *Verified* juga menjadi standar dalam membuat pelaporan audit sosial atas CSR. Karena kegiatan yang dilaksanakan harus melibatkan pihak luar. Meski laporan audit sosial ini dibuat oleh pihak audit internal entitas akan tetapi objek dari CSR adalah *stakeholder* eksternal. Oleh karena itu pihak eksternal yang terlibat itu juga harus mengetahui hasil dari keterlibatannya itu. Prinsip ini tidak jauh berbeda dengan prinsip *Disclosed* yang menuntut adanya akuntabilitas dan transparansi dari pelaksanaan hingga pengungkapan atas laporan audit sosial ini.

Manfaat Melakukan Audit Sosial

Suatu hal tidak akan dilakukan apabila tidak memberikan manfaat balik kepada pelaku. Sama halnya dengan entitas yang melakukan audit sosial, pasti dalam pelaksanaan audit sosial ini memiliki manfaat bagi entitas tersebut. Contoh manfaat yang sangat terasa bagi entitas yang melakukan audit sosial atas CSR adalah ketika entitas mengharapkan kegiatan CSR nya dilakukan sesuai dengan tujuan sosial entitas tersebut maka dengan dilaksanakannya audit sosial akan terpantau antara ketercapaian kinerja dan kesesuaian dengan tujuan sosial. Sehingga menghindari resiko terjadinya tujuan sosial yang samar-samar.

Dalam sebuah program kegiatan pasti ada kinerja yang membuahkan keberhasilan ataupun kinerja yang membuahkan kegagalan. Manfaat melakukan

audit sosial adalah entitas dapat mengukur tingkat keberhasilan maupun kegagalan kegiatan dilihat dari tujuan sosial mereka. Sehingga pihak yang benar-benar mengetahui berhasil atau tidaknya suatu program kegiatan yang dikerjakan adalah perusahaan itu sendiri ketika ia melakukan audit sosial. Setelah diketahui ketidaktercapaiannya tujuan entitas bisa melakukan penyusunan ulang strategi dalam mewujudkan tujuan sosial entitas tersebut.

Manfaat paling utama adalah entitas yang pada awalnya tidak memiliki standar untuk mengevaluasi kinerja aktual dalam melakukan CSR. Dengan adanya audit sosial, entitas menemukan alat untuk mengevaluasi kegiatan CSR. Sehingga entitas dapat mengetahui efektifitas dari program CSR tersebut pada objek CSR yang dituju. Opsinya adalah program CSR tersebut dibutuhkan atau tidak dibutuhkan oleh objek CSR. Audit sosial bisa menjawab opsi tersebut dengan melihat indikator kinerja yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. Kemudian entitas dapat menentukan langkah selanjutnya untuk keberlangsungan program CSR tersebut.

Audit sosial sebagai alat evaluasi kinerja CSR juga bermanfaat untuk mendeteksi adanya perubahan yang positif atau negatif atas diadakannya CSR ini. Sehingga entitas dapat mengevaluasi seberapa kegunaan dan manfaat CSR yang dilakukan entitas ini. Gunanya adalah entitas dapat mengontrol progress kegiatan dan kontrol dari segi *financial* pula. Kontrol dalam segi *financial* ini bisa berupa pengendalian ketika pengeluaran untuk kegiatan CSR ini sangat tinggi sedangkan tujuan yang diharapkan tidak terealisasi atau tidak bisa dirasakan manfaatnya. Serta masih terdapat banyak manfaat yang akan diperoleh ketika melakukan audit

sosial atas CSR pada suatu entitas. Tentunya manfaat audit sosial yang meliputi evaluasi kinerja atas CSR.

SIMPULAN

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini telah disahkan undang-undang yang mewajibkan para perusahaan untuk melakukan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Akan tetapi undang-undang telah disahkan sedangkan standar evaluasi atas CSR belum ada. Sehingga masih perlu adanya alat atau instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi CSR. Alternatif yang muncul dalam pembahasan jurnal ini adalah audit sosial sebagai alat ataupun instrumen untuk mengevaluasi CSR yang dilakukan entitas. Sehingga entitas tidak hanya melakukan kegiatan CSR karena takut akan sanksi dari undang-undang yang melindungi CSR.
2. Audit sosial dalam pelaksanaannya memiliki prinsip pendekatan yang dikemukakan oleh Pearce dan Kay (2001 dalam Muljono. et. al, 2007): (1)*Multi-perspective*, (2)*Comprehensive*, (3) *Comparative*, (4)*Regular*, (5)*Verified*, (6)*Disclosed*.
3. Sosial dan masyarakat identik dengan hal yang dinamis sehingga dalam melakukan audit sosial terdapat ruang lingkup yang membatasi. Berikut ruang lingkup audit sosial menurut Mudjiono (2011): (1)Etika, (2)Tenaga kerja, (3)Lingkungan Hidup, (4)Hak Asasi Manusia (HAM), (5)Komuniti, (6)Masyarakat, (7)Pemenuhan Kebutuhan.
4. Manfaat utama melakukan audit sosial adalah sebagai alat atau instrumen yang dapat mengevaluasi audit sosial. Sehingga entitas dapat mengetahui

efektifitas dari program CSR tersebut pada objek CSR yang dituju. Sehingga entitas dapat mengevaluasi seberapa kegunaan dan manfaat CSR yang dilakukan entitas ini. Gunanya adalah entitas dapat mengontrol progress kegiatan dan kontrol dari segi *financial* pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd Graham. 2001. *Social Auditing - A Method of Determining Impact*. Alana Albee Consultan and Associates. United Kingdom: Caledonia
- ISO 26000 diakses dari <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- Kemp Deanna. et. al. 2012. *Corporate Social Responsibillity, Mining and "Audit Culture"*. Australia: Cleaner Production
- Medawar Charles. 1976. *The Social Audit: Political View*. Great Britain: Pergamon Press
- Mudjiono Bambang. 2011. *Social Audit, Auditing Lanjutan*. Jakarta: Pusat Pengembangan Bahan Ajar Universitas Mercubuana
- Muljono Pudji. et. al. 2007. *Pengembangan Sistem Audit Sosial untuk Mengevaluasi Kinerja Layanan Pemberdayaan Sosial (Jurnal)*.
- Pearce John, Alan Kay. 2007. *Pengembangan Sistem Audit Sosial untuk Mengevaluasi Kinerja Layanan Pemberdayaan Sosial (Jurnal)*.
- Pearce John, Richard B Robinson. 2008. *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Edisi 10 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang perseroan Terbatas