



## STUDI LITERATUR : *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) BERBASIS *INTERNATIONAL STANDARD ORGANIZATION* (ISO) 26000 DALAM UPAYA MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN

Alqibran Syach<sup>1</sup>, Farid Fajrin<sup>2\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>UIN Alauddin Makassar

### ABSTRAK

Penelitian ini merupakan salah satu penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi literatur, dengan tujuan untuk mengetahui hasil implementasi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berbasis ISO 26000 untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *corporate social responsibility* (CSR) berbasis *International Standard Organization* 26000 dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mengacu pada tujuh subjek inti yang dibahas dalam ISO 26000 yaitu : (1) Tata kelola organisasi (*organization governance*); (2) Hak asasi manusia (*human rights*); (3) Praktik ketenagakerjaan (*labour practices*); (4) Lingkungan (*the environment*); (5) Prosedur operasi yang wajar (*fair operating procedures*); (6) Isu konsumen (*consumer issues*); (7) Pelibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*), ke tujuh subjek ini dikeluarkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO).

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, ISO 26000, Nilai Perusahaan*

### ABSTRACT

This research is a qualitative descriptive study using the literature study method, with the aim of knowing the results of the implementation of ISO 26000-based *Corporate Social Responsibility* (CSR) to increase company value. The results showed that the implementation of *corporate social responsibility* (CSR) based on the *International Standard Organization* 26000 in an effort to increase the value of the company by referring to the seven core subjects discussed in ISO 26000, namely: (1) *Organizational governance*; (2) *Human rights* (*human rights*); (3) *Labor practices*; (4) *the environment* (*the environment*); (5) *Fair operating procedures* (*fair operating procedures*); (6) *consumer issues* (*consumer issues*); (7) *Community involvement and development*, these seven subjects were issued by the *International Organization for Standardization* (ISO).

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, ISO 26000, Company Value*



## PENDAHULUAN

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu komitmen yang berkelanjutan dari pelaku bisnis sebagai tindakan yang etis serta berkontribusi dalam peningkatan perekonomian sejalan dengan peningkatan kualitas kehidupan karyawan beserta keluarganya, serta masyarakat umum dan komunitas lokal (Retno & Priantinah, 2012). Adanya isu mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial muncul sejak disahkannya oleh DPR pada Juli 2007 yaitu Undang-Undang No.40 Tahun 2007, akibat disahkannya UU ini CSR menjadi sumber polemik di kalangan pemerintah, DPR, dan pelaku usaha. Sampai saat ini pro-kontra yang terjadi mengenai CSR yang dianggap sebagai kewajiban perseroan belum juga usai. Pemerintah masih bersikukuh dalam menghadapi penolakan CSR yang dimana banyak pelaku usaha bersikeras menolak CSR sebagai kewajiban perseroan. Adapun yang menjadi alasan para pelaku usaha menolak CSR karena banyaknya kerugian yang ditimbulkan baik kerugian dari masyarakat maupun lingkungan sosial sebagai akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perseroan dengan tujuan semata untuk memaksimalkan keuntungannya. Rusaknya lingkungan dan terjadinya bencana alam diakibatkan oleh perilaku bisnis yang tidak etis. Kerugian yang ditimbulkan serta pengorbanan negara untuk mengatasi masalah-masalah sosial dan lingkungan jauh lebih besar dibandingkan dengan berbagai manfaat dan keuntungan yang telah dan bisa diterima negara dari perusahaan berwujud CSR dan royalti, lapangan kerja, suplai barang, dan lainnya (Narsa & Irwanto, 2014; Rini, 2015).

Perusahaan harus bertanggungjawab dan perlu mengikuti suatu petunjuk atau pedoman yang berlaku agar mengetahui aturan atau hal apa saja yang seharusnya dilakukan perusahaan dalam kegiatan CSR. Salah satu pedoman yang bisa diterapkan oleh perusahaan adalah ISO 26000 (*International Standard Organization*) (Romauli: 2012). ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela tentang tanggungjawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat, baik di negara maju maupun negara berkembang. Dalam pedoman tersebut terdapat 7 subjek inti yang perlu diterapkan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR diantaranya yaitu tata kelola organisasi, Hak Asasi Manusia (HAM), praktik ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasi yang adil, konsumen, serta pelibatan dan pengembangan masyarakat. Dari ketujuh subjek inti yang ada, jika perusahaan tidak menerapkan salah satunya atau hanya mempraktikkan subjek tertentu saja maka sesuai dengan pedoman ISO 26000 perusahaan tersebut belum melaksanakan tanggung jawab sosial secara utuh. Perusahaan yang kredibilitasnya mendapat kepercayaan dari masyarakat telah menerapkan CSR sesuai dengan standar ISO 26000. Pemerintah mendukung program CSR ini karena secara tidak langsung program ini memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat, khususnya pada saat pandemi COVID-19 membuat perekonomian masyarakat menjadi lemah. Adapun hal menarik dari ISO 26000 menegaskan bahwa tanggungjawab sosial tidak hanya berkaitan dengan perusahaan saja sebagaimana yang dikenal oleh *Corporate Social*



*Responsibility* selama ini. Melainkan, setiap organisasi yang memiliki dampak atas kebijakan-kebijakannya terutama terhadap lingkungan dan masyarakat, direkomendasikan untuk menjalankan Corporate Social Responsibility (Prastowo dan Huda, 2021 dalam Budiyanti, 2021).

Perusahaan CSR memberikan hasil yang bersifat jangka panjang pada perusahaan dimasa yang akan datang dan tidak memberikan hasil jangka pendek dan sementara. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa CSR secara langsung dan tidak langsung akan mempengaruhi perusahaan dimasa yang akan datang. CSR merupakan investasi kepercayaan pelanggan dan karyawan, investasi berkelanjutan, dan negara-negara yang memberikan dampak kepada perusahaan. Salah satu sarana untuk meninggikan nama baik perusahaan yaitu dengan melakukan pengungkapan informasi sosial perusahaan sehingga mendapat lebih banyak perhatian dari masyarakat dan dapat memperbaiki kontrak sosial yang diperoleh perusahaan dari *stakeholder* sebagai upaya memenuhi informasi yang dibutuhkan (Lim & Greenwood, 2017 dalam Apriliani dan Wahyudin (2018); Lindawati & Puspita, 2015). Peningkatan perusahaan menjadi tujuan jangka panjang dan merupakan suatu keharusan dalam pencapaian perusahaan yang tercermin dari penilaian investor terhadap perusahaan (Retno & Priantinah: 2012). Perkembangan perusahaan kedepannya dapat dilihat melalui indikator lain yang memerlukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai indikator pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap pengguna dana, sekaligus sebagai unsur penciptaan nilai bagi perusahaan (Wahyuni, 2018). Perusahaan yang go-public memiliki tujuan dalam memaksimalkan nilai perusahaan yang digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan, karena dengan adanya peningkatan nilai perusahaan kemakmuran pemilik dan pemegang saham perusahaan juga ikut mengalami peningkatan (Permatasari dan Azizah, 2018). Kegiatan investasi merupakan keputusan tersulit bagi manajemen karena akan mempengaruhi nilai perusahaan (Indriawati et al, 2018).

Pada penelitian sebelumnya membahas tentang implementasi berbasis *Maqashid Syariah* yang dilandasi 5 prinsip. Pada penelitian ini, peneliti mengganti variabel *maqashid syariah* dengan ISO 26000 dan menambahkan variabel nilai perusahaan sebagai pengukuran *Corporate Social Responsibility* berbasis ISO 26000. Perusahaan tidak hanya memiliki *shareholder*, melainkan perusahaan juga memiliki *stakeholder*. Kondisi ini terbentuk karena perilaku dan keputusan yang dibuat oleh perusahaan yang akan memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat (Masykur, 2013). Tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia masih harus di dorong dan di kontrol oleh berbagai *stakeholder*, sehingga tanggungjawab sosial perusahaan menjadi bagian integral dari perjalanan dunia usaha di Indonesia dan pergaulan perniagaan masyarakat internasional, sehingga produk Indonesia dapat bersaing secara kualitas dan kuantitas di mata internasional. Berdasarkan latar belakang tersebut dimaksudkan untuk mengungkapkan persepsi mengenai penerapan corporate social responsibility dalam meningkatkan nilai perusahaan yang disebabkan dengan adanya pedoman ISO 26000.



## METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi literatur dengan mengumpulkan referensi yang terdiri dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, majalah, surat kabar, dan lain-lain yang kemudian disatukan untuk menarik sebuah kesimpulan (Mardalis, 1999). Hasil penggabungan dari beberapa penelitian terdahulu digunakan untuk menyimpulkan:

1. Bagaimana penerapan ISO 26000 dalam CSR.
2. Bagaimana CSR berbasis ISO 26000 mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SLR (*Systematic Literature Review*). Dengan menggunakan metode ini peneliti akan melakukan pengidentifikasian, mengkaji, mengevaluasi serta menafsirkan semua sumber literatur yang tersedia. Dengan menggunakan metode ini peneliti melakukan review dan mengidentifikasi jurnal-jurnal secara sistematis yang pada setiap prosesnya mengikuti langkah-langkah yang telah ditetapkan (Triandini *et al.*, 2019).

## HASIL

Dalam proses pengkajian literatur tentang *corporate social responsibility* (CSR) berbasis *International Standard Organization 26000* dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan ini, terdapat beberapa subjek inti yang dibahas dalam ISO 26000, yaitu : (1) Tata kelola organisasi (*organization governance*); (2) Hak asasi manusia (*human rights*); (3) Praktik ketenagakerjaan (*labour practices*); (4) Lingkungan (*the environment*); (5) Prosedur operasi yang wajar (*fair operating procedures*); (6) Isu konsumen (*consumer issues*); (7) Pelibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*), ke tujuh subjek ini dikeluarkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO).

Kajian mengenai *corporate social responsibility* (CSR) berbasis *International Standard Organization 26000* yang diterapkan kepada perusahaan baik nasional maupun multinasional ini ditujukan dalam upaya peningkatan nilai perusahaan, penerapan tersebut dapat dikatakan layak berdasarkan bukti nyata yang telah dilakukan oleh perusahaan nasional yaitu PT. Bank BRI dan PT. Bank BNI pada tahun 2019 telah mengimplementasikan penerapan CSR berdasarkan ISO 26000.

### Tata Kelola Organisasi

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang *et al.*, (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini yaitu tata kelola organisasi BRI memiliki visi dan misi yang jelas dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Visi dan misi BRI memberikan arti bahwa BRI bertujuan untuk menjadi bank terbaik yang mampu memberikan pelayanan prima kepada setiap nasabahnya dan dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat, dalam *annual report* (BRI, 2020). Pembagian tugas di BRI masing-masing anggota memiliki wewenang dan tanggung jawab sehingga karyawan mengetahui apa yang menjadi batasan batasan dalam pekerjaannya. BRI juga dalam pelaksanaan tanggungjawab sosial atau CSR diatur dalam Pasal 74 UU PT dan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007. Yang intinya, peraturan



tersebut mengatur perusahaan untuk tidak merusak sumber daya air, tidak merusak lingkungan hidup serta harus menjaga lingkungan dengan baik yang dapat mensejahterakan masyarakat lokal. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini yaitu tata kelola organisasi BNI juga menerapkan visi dan misi yang jelas yang memiliki tujuan yang sama dengan Bank BRI. Pada subjek ini BNI menerapkan struktur organisasi/ pengelola yang jelas. Serta BNI juga menerapkan metode *due diligence* yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan. Namun, pada metode ini peneliti tidak mencantumkan pasal yang berkaitan dengan CSR dengan metode *due diligence*.

### **Hak Asasi Manusia**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang et al., (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini yaitu hak asasi manusia (*human rights*) memiliki hak untuk melindungi, menghormati dan memenuhi HAM yang merupakan hak ini berhak dimiliki oleh setiap orang sebagai manusia yang memiliki nilai. BRI juga memberlakukan batas usia kerja yang dimana yang memiliki persyaratan usia untuk calon pekerja atau pelamar pekerja batasnya adalah 21 tahun. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini BNI menetapkan waktu kerja bagi karyawan berdasarkan pada pedoman kepegawaian, yang dimana waktu kerja operasionalnya pada tahun 2019-2020 yaitu dimulai pukul 08.00 sampai pukul 15.00. BNI juga menerapkan cuti tahunan yang dapat memberikan dampak positif bagi pegawainya dalam hal mengurangi tingkat stress pegawainya. Tak lupa juga, BNI menerapkan cuti haid, melahirkan, dan keguguran yang telah diterapkan pada tahun 2019-2020 yang berdasarkan pada peraturan UU. No. 13 Tahun 2003 pasal 82 tentang ketenagakerjaan.

### **Praktik Ketenagakerjaan**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang et al., (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini yaitu praktik ketenagakerjaan BRI memenuhi kewajiban perusahaan terhadap karyawan yang serupa dengan pemenuhan HAM bagi setiap pegawai. BRI menjamin hak-hak setiap karyawannya seperti melaksanakan pelatihan kerja, jaminan kesehatan, kesetaraan gender, penghargaan/hadiah, serta memberikan program pensiunan bagi karyawannya. BRI juga mengatasi masalah sosial terkait ketenagakerjaan yaitu menerapkan partisipasi organisasi tujuannya untuk mengurangi masalah sosial dengan memberikan kesempatan bekerja kepada masyarakat untuk bekerja dan berkarir dalam perusahaan dengan syarat mampu memenuhi kriteria tertentu. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga



Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini BNI menciptakan lingkungan yang ramah bagi wanita karena BNI menyadari komposisi gender yang ada pada perusahaan di dominasi oleh wanita sehingga BNI menciptakan fasilitas yang ramah bagi wanita dalam perusahaan. BNI juga menerapkan kesetaraan kerja yang dimana dalam praktiknya, BNI memperlakukan seluruh karyawannya tanpa memandang agama, jenis kelamin, etnis, serta karakteristik pribadi masing-masing karyawannya. Dan yang terakhir, BNI menerapkan kebebasan berserikat. Pada tahun 2019-2020 karyawan BNI menyepakati adanya Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang mampu menciptakan kerja sama tim yang berkualitas dan solid.

### **Lingkungan**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang et al., (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini BRI melakukan penilaian dan evaluasi terhadap dampak lingkungan yang dimana perusahaan melakukan analisis apa dampak yang ditimbulkan dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu fungsi bank dalam kegiatan perbankan yaitu menyalurkan kredit, BRI mempunyai kebijakan dalam pemberian kredit kepada sektor bisnis ramah lingkungan dengan sertifikasi pengelolaan lingkungan dan analisis dampak lingkungan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini BNI menerapkan tiga kegiatan, yang pertama yaitu kegiatan pemberian kredit berwawasan sosial dan lingkungan, kegiatan ini merupakan salah satu bentuk kepedulian BNI akan kelestarian lingkungan dengan melakukan pemberian kredit dan berwawasan sosial dan lingkungan pada tahun 2019-2020. Dalam kegiatan penyaluran kreditnya, BNI menerapkan dua program yaitu *Green Banking* dan *Sustainable Finance*, kedua program ini memiliki konsep kegiatan yang memberikan prioritas pada keberlangsungan dan keberlanjutan lingkungan pada praktik bisnis yang dijalankannya. Kegiatan kedua, yaitu kegiatan penghematan energi dan air dengan mengacu pada SOP Pola Hidup Ramah Lingkungan BNI pada tahun 2019-2020. Kegiatan ketiga, yaitu kegiatan *paperless banking* melalui *E-Office* untuk meminimalisir penggunaan kertas yang dipakai oleh perusahaan dengan cara memasukkan segala bentuk dokumen dalam bentuk digital seperti absensi, persuratan dan penerapan aplikasi BNI lainnya.

### **Prosedur Operasi Yang Wajar**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang et al., (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini BRI menerapkan antikorupsi dan praktik politik disetiap kegiatan perusahaan. BRI mendorong karyawannya untuk ikut mencegah segala hal yang dapat menimbulkan terjadinya *fraud* atau kecurangan yang berkemungkinan bisa saja



terjadi dalam perusahaan. BRI memiliki kebijakan kode etik yang dimana jika terdapat karyawan yang melakukan pelanggaran maka akan diberikan pelanggaran atau sanksi yang berlaku. BRI juga menerapkan persaingan yang adil dan penghormatan hak-hak properti. Dengan adanya sikap jujur, berintegritas dan adil bagi organisasi atau perusahaan dalam melakukan transaksi maka persaingan yang adil dan penghormatan hak-hak properti dapat dicapai dengan baik. BRI harus memberlakukan persaingan yang sehat dalam menjalankan usahanya dan menjadikan pesaing sebagai pemicu dalam meningkatkan kinerja untuk mampu lebih unggul dari pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa BRI mendukung praktik bisnis yang kompetitif secara sehat dengan menerapkan kode etik bagi kegiatan usahanya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini BNI menerapkan tiga dalam praktik operasi yang adil. Yang pertama, yaitu pencegahan benturan kepentingan dengan memberikan perhatian khusus kepada karyawannya diantaranya mematuhi aturan yang berlaku, mengutamakan kepentingan perusahaan serta memberikan sanksi bagi karyawan yang melakukan pelanggaran. Yang kedua, yaitu peraturan tentang larangan memberi, menerima hadiah atau cendramata dari pihak manapun sebagai imbalan karena hal tersebut mampu memberi dampak yang negative kepada karyawan bahkan citra perusahaan menjadi rusak. Yang ketiga, yaitu penyalahgunaan jabatan dan gratifikasi yang dimana terjadi penyalahgunaan wewenang yang dilakukan oleh yang terlibat dalam perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung demi keuntungan pribadi dan keuntungan bagi anggota keluarga dan dapat merugikan perusahaan. Untuk menghindari hal ini terjadi, BNI membuat kebijakan dengan membentuk unit/divisi pengendalian yang ditempatkan pada divisi kepatuhan dengan melakukan penandatanganan sebagai perjanjian tentang fakta integritas pegawai.

### **Konsumen**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang et al., (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini BRI menerapkan tiga hal yang terkait dengan subjek konsumen. Yang pertama, yaitu adanya pendidikan dan informasi bagi konsumen yang merupakan salah satu tanggungjawab dari perusahaan kepada konsumennya. BRI memberikan pendidikan dan informasi yang ingin diketahui oleh nasabah melalui *chatbot artificial intelligence* yang diberi nama dengan "Sabrina". Sabrina ini yang akan memberikan layanan kepada konsumen dengan memberikan informasi produk, event, promo, lokasi BRI dan lainnya. Dengan adanya layanan ini, nasabah diberi kemudahan untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai produk dengan akurat dan informatif. Hal ini menunjukkan bahwa BRI telah memenuhi kebutuhan nasabahnya terkait edukasi atau pendidikan serta informasi secara transparan kepada konsumennya. Yang kedua, yaitu perlindungan dan privasi data konsumen.



Hal ini dimaksudkan untuk melindungi privasi konsumen dengan cara adanya pembatasan jenis informasi yang dikumpulkan dan cara informasi itu digunakan, diperoleh dan diamankan. Yang ketiga, layanan konsumen berupa pengaduan dan penyelesaian perselisihan yang digunakan perusahaan dalam mengatasi segala kebutuhan konsumen setelah produk dan layanan dibeli atau disediakan. Salah satu layanan konsumen yang diterapkan oleh BRI adalah akses yang dapat digunakan nasabah untuk menyampaikan keluhannya dan bisa diakses 24 jam seperti melalui *e-mail*, *call center*, dan media sosial resmi dari BRI.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini BNI menerapkan tiga solusi kepada konsumen. Yang pertama, yaitu menyediakan ATM untuk penyandang disabilitas, hal ini dilakukan untuk menciptakan pelayanan nasabah secara professional tanpa adanya perbedaan suatu kondisi. Yang kedua, menciptakan keamanan produk. BNI memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada nasabah dapat diterima secara jelas, jujur, akurat, dan tidak menyesatkan dengan mengadakan penyediaan informasi terkait produk/layanan jasa secara tertulis mengenai manfaat, risiko, deskripsi, biaya produk dan layanan serta syarat dan ketentuan. Yang ketiga, prosedur pelaporan dan penyelesaian keluhan nasabah, penerapan ini merupakan salah satu upaya BNI dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah termasuk pelayanan pengaduan nasabah mengenai keluhannya tentang perbankan.

#### **Pelibatan Dan Pengembangan Masyarakat**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jessica Margaretha Simanulang et al., (2020) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) tbk periode 2019. Pada subjek ini BRI menerapkan kontribusi organisasi dalam kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya kontribusi ini dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat terhadap pengembangan masyarakat. Salah satu program yang diterapkan oleh BRI adalah program kemitraan yang diwujudkan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat melalui pemberian pinjaman dan dana hibah pembinaan kepada masyarakat. Program lainnya yaitu program bina lingkungan yang merupakan bentuk tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar yang diimplementasikan dengan nama program BRI Peduli. Yang kedua, yaitu keterlibatan masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan, pada program ini masyarakat ikut terlibat secara langsung di dalamnya. Dengan adanya keterlibatan masyarakat ini akan memberikan dampak positif yaitu dapat membantu meningkatkan pembangunan sosial, budaya dan ekonomi masyarakat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Gladys Gana Salwa et al., (2021) tentang pengimplementasian *corporate social responsibility* berdasarkan ISO 26000:2010 pada PT. Bank Negara Indonesia (persero) tbk periode 2019-2020. Pada subjek ini BNI menerapkan program kemitraan dan program bina lingkungan. Pada program kemitraan, BNI menyalurkan program ini dalam bentuk pinjaman lunak





kepada mitra binaan dengan hanya membebaskan jasa administrasi dari limit pinjaman yang kemudian disalurkan dalam bentuk pinjaman untuk membiayai modal kerja dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan, pinjaman khusus untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha mitra binaan. Pada program bina lingkungan, pada tahun 2020 BNI membagi aktivitas kegiatan CSR lingkungan hidup menjadi 3 program besar meliputi: Inisiasi BNI, dukungan kepada masyarakat dan stakeholder, serta dukungan nasional kepada pemerintah.

Dari ketujuh subjek yang telah dijelaskan diatas, pada kedua perusahaan yaitu PT. Bank BRI dan PT. Bank BNI yang telah menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) berbasis *International Standard Organization 26000* dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dilaksanakan pada tahun 2019. Penulis melakukan literatur dari kedua sumber jurnal dan melakukan perbandingan dari kedua perusahaan tersebut. Ternyata dari ke tujuh subjek yang dimiliki oleh ISO 26000, tidak semua perbankan memiliki program yang sama. Sama halnya dengan Bank BRI dan Bank BNI memiliki beberapa perbedaan jika dilihat dari subjek yang dimiliki oleh ISO 26000, namun secara umum keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu ingin mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik dengan menjamin hak-hak dari karyawannya dan juga mengutamakan kepentingan nasabah dalam hal pelayanan dan memberikan nasabah ruang untuk menyampaikan keluhannya terkait perbankan.

## DISKUSI

Berdasarkan pada hasil penelitian, penulis dapat menarik kesimpulan terkait studi literature yang dilakukan mengenai penerapan *corporate social responsibility* (CSR) berbasis *International Standard Organization 26000* dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mengacu pada tujuh subjek inti yang dibahas dalam ISO 26000 yaitu : (1) Tata kelola organisasi (*organization governance*); (2) Hak asasi manusia (*human rights*); (3) Praktik ketenagakerjaan (*labour practices*); (4) Lingkungan (*the environment*); (5) Prosedur operasi yang wajar (*fair operating procedures*); (6) Isu konsumen (*consumer issues*); (7) Pelibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*), ke tujuh subjek ini dikeluarkan oleh *International Organization for Standardization* (ISO). Penulis melakukan perbandingan melalui tujuh subjek tersebut kepada dua perusahaan perbankan yaitu PT. Bank BRI dan PT. Bank BNI. Penulis dapat menyimpulkan bahwa kedua perusahaan tersebut memiliki tujuan yang sama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Adapun hasil pembahasan di atas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa dari subjek pertama hingga subjek ke tujuh, penerapan CSR pada bank BRI dan BNI periode 2019 dinilai memenuhi secara signifikan dalam subjek inti ISO 26000.

## PENELITIAN LANJUTAN

Implikasi dari penelitian ini diajukan oleh peneliti berupa saran-saran atas keterbatasan yang ada untuk perbaikan pada masa mendatang yaitu, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif maka hasil penelitian ini tidak lepas dari



subjektivitas peneliti, namun subjektifitas tersebut diimbangi dengan dukungan teori-teori yang sesuai sehingga bisa menjadi objektif.

Saran untuk penelitian selanjutnya, penulis berharap dapat melakukan penelitian lebih baik lagi, karena penulis menyadari banyak kekurangan pada studi literature ini. Penulis berharap penelitian di masa depan akan lebih banyak lagi literature-literatur jurnal yang dapat diteliti mengenai penerapan CSR pada perbankan dengan konsep ISO 26000.

## REFERENSI

- Anggito, A., dan Johan, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Apriliani, M., dan M. Wahyudin, A. (2018). Falsafah Kesenian Tanjidor pada Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(2), 377-393.
- BRI. (2020). *Annual Report Bank Rakyat Indonesia 2019*. [www.bri.co.id](http://www.bri.co.id). Retrieved March 07, 2020, from <http://www.bri.co.id/report> (Diakses: 20 Juni 2022).
- Budiyanti, L. (2021). Studi Fenomenologi: Analisis *Corporate Social Responsibility* Dompot Dhuafa untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Jakarta Selatan. *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Deegan, C. (2000). Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Perbankan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 7(1), 1-11.
- Freeman, R. E. (1984). *Financial Performance dan Market Share* pada Bank Umum Syariah Devisa Indonesia: Perspektif Teori Stakeholder. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(2), 180-186.
- Ghozali, I., dan Chariri. (2007). Dapatkah Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Memoderasi Pengaruh Koneksi Politik dan Kepemilikan Manajerial terhadap Agresivitas Pajak?. *Jurnal Akuntansi*, 32(2), 3651-3668.
- Guthrie, J. and Parker, L.D. (1989). Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Perbankan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 7(1), 1-11.
- Hasibuan, Zainul A. 2007. *Metodologi Penelitian Pada Bidang Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi*. Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia, Jakarta.
- Indriawati, I., Ariesta, M., dan Santoso, E. B. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1-10.
- Kartiningih, Eka D. (2015). *Panduan Penyusunan Studi Literatur, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto*.
- Kasali, R. (2005). Studi Kualitatif *Corporate Social Responsibility (CSR) Blue Bird Group Peduli* dalam Membangun Hubungan yang Hermonis dengan Masyarakat. *Skripsi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta*.



- Lindawati, A. S. L., dan Marsella, E. P. (2015). *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157-174.
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Masykur, I. (2013). *Internet Financial Reporting, Pengungkapan Informasi Website, Luas Lingkup Pelaporan Internet, dan Nilai Perusahaan. Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(2), 259-273.
- Narsa, I. M., dan Irwanto, A. (2014). *Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Petrokimia Gresik pada Masyarakat Lokal: Apa Kata Mereka?. Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3), 450-465.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books.
- Permatasari, D., dan Azizah, D. F. (2018). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1-10.
- Phillips, R. A., Freeman, R. E., dan Wicks, A. C. (2003). *Financial Performance dan Market Share pada Bank Umum Syariah Devisa Indonesia: Perspektif Teori Stakeholder. Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(2), 180-186.
- Retno, R. D., dan Priantinah, D. (2012). *Falsafah Kesenian Tanjidor pada Pelaksanaan Corporate Social Responsibility. Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(2), 377-393.
- Rini, A. D. (2015). *Relevansi Sustainability, Accountability, Transparency Program Entrepreneurial University terhadap Sikap Komunitas Gereja. Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 432-443.
- Romauli, R. (2012). *Studi Fenomenologi: Analisis Corporate Social Responsibility Dompot Dhuafa untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Jakarta Selatan. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Salwa. B. G. H., et al. 2021. *Penerapan Csr (Corporate Social Responsibility) Berdasarkan ISO 26000:2010 Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Periode 2019-2020. Jurnal Tugas Akhir Mahaiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*.
- Simanulang. J. M., et al. 2020. *Pengungkapan Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan ISO 26000:2010 Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Periode 2019. Jurnal Tugas Akhir Mahaiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*.
- Triandini, Eva., Sadu, Jayanatha., Arie, Indrawan., Ganda, Werla P., dan Bayu, Iswara. 2019. *Metode Systematic Literature Review untuk Identifikasi Platform dan Metode Pengembangan Sistem Informasi di Indonesia. Indonesian Journal of Information System*, 1(2): 63-77.
- Ulum, B. (2009). *Pengaruh Karyawan, Pelanggan, Masyarakat, Pemasok, terhadap Kinerja Keuangan dengan Tanggung Jawab Lingkungan (Studi Kasus UMKM Rumah Pemotongan Hewan di Semarang). SCA-9 FEB UNSOED*, 51-59.