

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI BENTUK
PENERAPAN PRINSIP GOOD CORPORATE GOVERNANCE
PADA ASURANSI JIWA BERSAMA BUMIPUTRA 1912
CABANG PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

Oleh

LINNI SURAYA LUBIS

NPM : 12 833 0226



PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2016

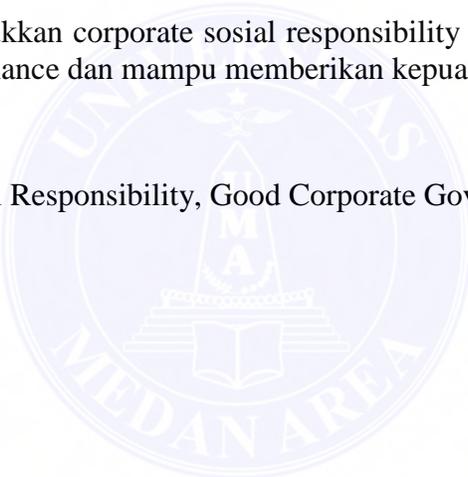
ABSTRAK

Corporate social responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan terhadap stakeholdernya. Good corporate governance merupakan tata kelola perusahaan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholders). Salah satu prinsip dalam good corporate governance (GCG) yaitu Responsibility melahirkan gagasan corporate social responsibility (CSR) sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan. Peneliti mengambil kasus dengan judul “ Corporate Social responsibility Sebagai Bentuk penerapan prinsip Good Corporate Governance Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan” dalam skripsi ini peneliti mencoba menilai Apakah corporate social responsibility sebagai bentuk penerapan prinsip good corporate governance memberikan kepuasan terhadap nasabah asuransi.

Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan mengumpulkan data-data baik primer maupun sekunder, kemudian disusun, diinterpretasikan, dan dianalisis untuk melihat corporate social responsibility sebagai bentuk penerapan prinsip good corporate governance

Hasil penelitian menunjukkan corporate social responsibility merupakan bentuk penerapan prinsip good corporate governance dan mampu memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, prinsip penerapan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. skripsi ini berjudul "Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Pada Asuransi jiwa bersama Bumiputera 1912 Cabang padangsidempuan".

Pada skripsi ini dimaksudkan guna untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan study pada fakultas ekonomi universitas medan area. Selama masa penelitian skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Berkat lindungan Allah SWT, doa dan bantuan dari dosen pembimbing, staf pengajar universitas medan area, orang tua, teman-teman, dan pihak asuransi jiwa bersama bumiputera cabang padangsidempuan akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Menyadari akan hal tersebut, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

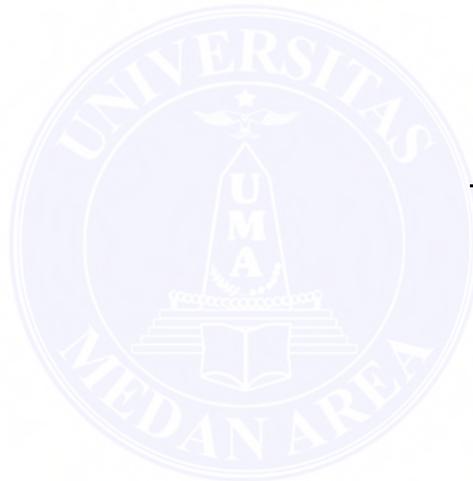
1. Bapak Prof.Dr.H.A.Ya'kup Matondang,MA. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
3. Bapak Hery Syahrial,SE,Msi, Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Linda Lores,SE,Msi. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, dan Selaku ketua dalam proses penyelesaian skripsi terimakasih atas saran dan bimbingannya.

5. Bapak Ali Usman Siregar, Msi. Selaku dosen pembimbing 1 terima kasih atas bimbingannya.
6. Ibu Dra. Hj. Rosmaini, MMA, Ak. Selaku dosen pembimbing II terima kasih atas bimbingannya
7. Bapak M. Idris Dalimunte, SE, Msi. Selaku sekretaris terima kasih atas bimbingannya.
8. Bapak/Ibu Dosen-dosen fakultas Ekonomi universitas Medan Area yang telah membimbing dan mendidik peneliti selama masa perkuliahan, serta seluruh aktivis akademik Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
9. Kepada pihak Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera Cabang Padangsidimpuan beserta staf yang telah memberikan kemudahan dan fasilitas yang ada yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teristimewa, peneliti sampaikan kepada Ayahanda Marahot Lubis dan Ibunda tercinta Yusnaida yang sangat peneliti banggakan yang menyayangi peneliti dan telah berkorban segala-galanya baik moril maupun material demi anak-anaknya, memperhatikan, memenuhi segala keperluan peneliti serta doa buat peneliti.
11. Buat teman-teman terbaik ku, Asmia Irawan Siregar, Nurmala Sari Lubis, Liskauli Sinaga, Jeni Yanti Siregar, dan Ana sari Nainggolan, yang selalu memberikan bantuan dan support mulai dari seminar outline skripsi sampai dalam menyelesaikan skripsi ini, dan selalu ada dalam hari-hari peneliti menjalankan aktivitas perkuliahan dan diluar perkuliahan.
12. Buat teman-teman yang telah membantu dan memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini, Khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi stambuk 2012 sore.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan. Namun peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan berfikir bagi setiap orang yang membaca. Dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amin

Medan, 2016

Penulis



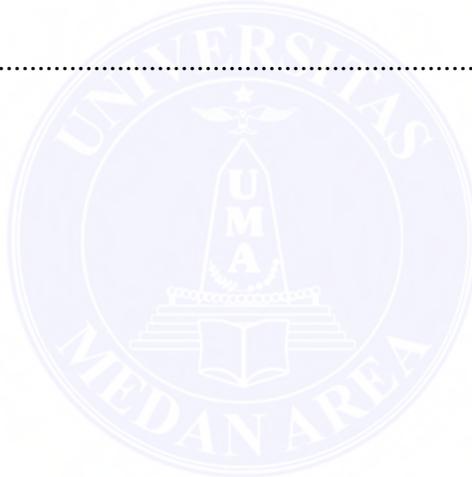
LINNI SURYANI LUBIS

12.833.0226

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Corporate Social Responsibility.....	5
B. Konsep Stakholder Mnagement Terhadap CSR.....	11
C. Good Corporate Governance.....	13
D. Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance.....	16
E. Kepuasan Nasabah	18
F. Penelitian Terdahulu.....	20
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian	22
B. Populasi dan Sampel Penelitian	23

C. Defenisi Operasional	24
D. Jenis dan Sumber Data.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	28
B. Pembahasan	48
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	51
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	23
Tabel 4.1 Hasil Kuisiner	28
Tabel 4.2 Jumlah Nasabah tertanggung	40



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	36



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara singkat, CSR mengandung makna bahwa perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korup. CSR menekankan bahwa perusahaan mesti mengembangkan praktik bisnis yang etis dan sustainable secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tidak mengherankan kalau kemudian CSR dianggap sebagai jawaban terhadap praktik bisnis yang melulu mencari untung sebesar-besarnya. Bahkan sebagian kalangan menganggap CSR dianggap sebagai beban yang mengganggu konsentrasi perusahaan untuk memaksimalkan nilai bagi shareholder.

Subtansi keberadaan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility), adalah dalam rangka memperkuat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas stakeholders yang terkait dengannya. Baik lokal, nasional, maupun global. Mengingat CSR bersifat intangible, maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang dicapai serta sulit untuk dilakukan benchmarking. Kita memerlukan strategi, konsep, dan aplikasi yang terarah dengan berbagai pendekatan untuk menjadikannya kuantitatif dengan menggunakan pendekatan triple bottom line atau sustainability reporting.

Dan didalam konteks GCG, governance sering juga disebut “tata pamong”, bagi orang awam masih terdengar janggal di telinga. Maklum, istilah itu berasal dari Melayu. Namun tampaknya secara umum di kalangan pebisnis, istilah GCG diartikan tata kelola perusahaan, meskipun masih rancu dengan terminologi manajemen. Masih diperlukan kajian untuk mencari istilah yang tepat dalam bahasan Indonesia yang benar. Kemudian, “GCG” ini didefinisikan sebagai suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (BOD,

BOC, RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku.

Asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi yang mutual, dimiliki oleh pemegang polis Indonesia. Dioperasikan untuk kepentingan pemegang polis Indonesia, dan dibangun berdasarkan tiga pilar 'Mutualisme' 'idealisme' dan profesionalisme'. Asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 menyadari pentingnya hubungan personal antara nasabah dan penasehat financial mereka, serta menyediakan akses yang mudah untuk mendapatkan solusi khusus untuk memenuhi semua kebutuhan asuransi nasabah.

Perusahaan AJB bumi putera 1912 memiliki nilai budaya yang telah ada dan tetap dijadikan sebagai dasar perusahaan yaitu berorientasi pada kepuasan pelanggan dan utamakan proses kerja yang benar. dengan memberikan hak-hak pelanggan yang menjadi kewajiban perusahaan, seperti jika tertanggung (pelanggan) dalam polis asuransi terkena suatu penyakit atau terlibat dalam kecelakaan yang berakibat fatal dan meninggal dunia, maka perusahaan asuransi akan membayarkan klaim (sebuah permintaan resmi kepada perusahaan asuransi, untuk meminta pembayaran berdasarkan ketentuan perjanjian). Hal ini merupakan tanggung jawab sosial (CSR) terhadap pelanggan yang merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama stakeholder terkait, Dengan demikian image perusahaan menurut pandangan masyarakat dan pelanggannya menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik, yang dapat meningkatkan kepercayaan pemegang polis terhadap pengelola perusahaan. Dan untuk proses kerja yang benar dengan penerapan GCG yang dapat

dipergunakan untuk menjelaskan peranan dan perilaku dari dewan direksi, dewan komisaris, pengurus (pengelola) perusahaan dan para pemegang saham.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul “Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini, yaitu “Apakah corporate social responsibility sebagai bentuk penerapan prinsip good corporate governance memberikan kepuasan terhadap nasabah pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti nyata tentang Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi perusahaan, yang memberikan sumbangan pemikiran tentang kondisi penerapan Corporate Social Responsibility sebagai prinsip Good Corporate Governance

2. Bagi peneliti, yaitu untuk menambah wawasan dan untuk memperdalam pengetahuan tentang corporate social responsibility dan good corporate governance.
3. Bagi masyarakat, akan memberikan rangsangan proaktif sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
4. Bagi akademisi hasil penelitian ini sebagai referensi informasi tentang Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance dan secara umum bagi mereka yang tertarik melakukan penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Corporate Social Responsibility

1. Konsep dan pengertian CSR

Konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam perjalanan manajemen korporat akan diuraikan mulai sejak lahir sampai dengan konteks kekinian. Meskipun konsep CSR seperti yang di kenal saat ini baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun konsep tanggung jawab sosial (CSR) sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Carroll, 1999:270) dalam karyanya *Social Responsibilities of the Businessman*. Oleh karenanya Carroll menyebutkan Bowen sebagai “The Father’s Of Corporate Social Responsibility” yang merumuskan konsep tanggung jawab sosial sebagai “ The obligations of businessman to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in term of the objectives and values of our society.” Steiner and steiner (1994: 105-110)

Menurut Carroll (1979) dalam aditama (2009), konsep CSR memuat sebagai berikut

1. Economic Responsibilities

Tanggung jawab sosial perusahaan yang utama adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. Legal Responsibilities

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menanti hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakekatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislative.

3. Ethical responsibilities

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis yaitu menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan untuk menelaah suatu isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

4. Discretionary Responsibilities

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

Menurut Milton Friedman (Baron, 2002) dalam Aditama (2009, 10), tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (owners/shareholders), yakni memaksimalkan laba, sementara pada saat yang sama mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diamanatkan oleh hukum dan perundang-undangan. Dengan demikian tujuan utama dari suatu perusahaan korporasi adalah memaksimalkan laba sebagai wujud dari nilai pemegang saham (shareholder's value).

Bambang dan Melia (2013) berpendapat bahwa Corporate Social Responsibility merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menangani keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara. Atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat. Atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik

secara internal (pekerja, shareholders dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggotamasyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

2. Prinsip CSR

Crowther David (2008) dalam Hadi (2011: 59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (social responsibility) menjadi tiga, yaitu:

1. Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Sustainability berputar pada kerberpihakan dan upaya bagaimana masyarakat memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
2. Accountability, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan.
3. Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri

informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

3. Indikator CSR

Dwi kartini (2009, 54) indikator kinerja kunci dalam implementasi CSR yang paling efektif adalah bersifat kualitatif. Ada 8 indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran tersebut, yakni:

1. Leadership (kepemimpinan)

- a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari top management perusahaan.
- b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program

2. Proporsi Bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggapan saja. Melainkan juga pada tingkatan separan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Transparansi dan Akuntabilitas

- a. Terdapat laporan tahunan (annual report)
- b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan financial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditujukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat. Perusahaan menerima umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan interview dengan para penerima manfaat

4. Cakupan Wilayah (Coperage Area)

Terdapat indikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala proritas yang telah ditentukan

5. Perencanaan Dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi
 - a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan profit stakeholder pada setiap siklus pelaksanaan proyek
 - b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalisasi (local wisdom), pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman dan penerimaan terhadap budaya-budaya local yang ada.
6. Pelibatan Stakeholder (Stakeholders Engagement)
 - a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan stakeholders, utamanya masyarakat
 - b. Terdapatnya mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.
7. Keberlanjutan (Sustainability)
 - a. Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat
 - b. Tumbuhnya rasa memiliki (sense of belonging) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.
8. Hasil nyata (Outcome)
 - a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
 - b. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat
 - c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis

4. Pelaporan CSR

Dwi kartini (2009, 56) Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam menginformasikan serta mengkomunikasikan plus bentuk pertanggung jawaban kepada stakeholders. Untuk itu pelaporan CSR begitu strategis dalam menginisiasi opini stakeholder agar meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata. Alur pelaporan CSR berawalndari suatu perusahaan sadarkan dampak dari operasional yang mereka lakukan kemudian berinisiatif melakukan sesuatu, dalam hal ini berupa peruncanaan program CSR plus bujet yang berguna mengoptimalkan nilai lebih serta meminimalkan dampak buruk, yang seharusnya hasil inisiatif plus aktivitas tersebut harus dibuat suatu pelaporan yang akan disampaikan kepada pemangku kepentingan.

Media penyampaian laporan tersebut bisa berupa pemberitahuan di portal perusahaan, bisa disatukan dengan laporan kinerja tahunan perusahaanperusahaan, bisa juga disampaikan di form-forum seperti seminar, diskusi dan konfrensi. Dengan kata lain pelaporan CSR berperan besar bagi perusahaan untuk menublikasikan praktikal-praktikal CSR mereka kepada stakeholder secara taktis, komprehensif, dan berkelanjutan.

Dalam penggalangan informasi menyangkut aktivitas CSR suatu perusahaan membutuhkan usaha yang sngat ekstra dan membutuhkan ketelitian dan kecermatan dalam penyusunannya. Hal ini yang menyebabkan CSR reporting dibuat dalam puluhan lembar halaman bahkan ada yang sampai ratusan halaman lebih, dan laporan tersebut sngat detail oleh karena penonjolan reputasi perusahaan yang memumlikasikan CSR reporting-nya.

B. Konsep stakeholder management terhadap CSR

Freeman (1984:46), mendefinisikan stakeholder sebagai “setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan.” Pada awalnya yang dimaksud dengan stakeholder mencakup para pemegang saham (stockholders), para karyawan (employees), para pelanggan (customers), para pemasok (suppliers), para pembeli pinjaman (lenders) dan masyarakat luas (society).

Berdasarkan kaitannya dengan perusahaan, Jones (1995) selanjutnya mengklasifikasikan stakeholders ke dua kategori, yaitu: inside stakeholders dan outside stakeholders.

1. Para pemangku kepentingan di dalam perusahaan (inside stakeholders), terdiri dari orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk kedalam kategori inside stakeholders adalah pemegang saham (stockholders), para manajer (managers), dan karyawan (employees).
2. Para pemangku kepentingan di luar perusahaan (outside stakeholders), terdiri dari orang-orang maupun pihak-pihak (constituencies) yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemilik perusahaan dan bukan pula karyawan perusahaan tetapi memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori outside stakeholders adalah pelanggan (customers), pemasok (suppliers), pemerintah (government), masyarakat local (local communities) dan masyarakat secara umum (general public).

Dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda, post et., al., (2002: 10) membagi para pemangku kepentingan kedalam dua kategori, yakni: primary stakeholders. Para pemangku kepentingan utama (primary stakeholders) adalah berbagai pihak yang berinteraksi langsung dalam aktivitas bisnis perusahaan serta mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk

melaksanakan tujuan utamanya yakni menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat (post et., al., 2002: 11).

Yang termasuk kedalam kategori primary stakeholders adalah :

- a. Para pemegang saham (stockholders)
- b. Para karyawan, (employees)
- c. Para pemasok (suppliers)
- d. Para kreditur (creditors)
- e. Para pelanggan (customers)
- f. Para pedagang besar dan eceran (wholesalers and retailers)

Sedangkan yang dimaksud dengan para pemangku kepentingan sekunder (secondary stakeholders) adalah orang-orang atau kelompok didalam masyarakat yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh berbagai aktivitas atau keputusan utama perusahaan (post et., al., 2002: 12) dalam reflika aditama (2009, 9) Yang termasuk kedalam kategori secondary stakeholders adalah:

- a. Masyarakat secara umum (the general public)
- b. Komunitas lokal (local community)
- c. Pemerintah pusat dan daerah (federal state and local governments)
- d. Kelompok aktivitas sosial (social activist groups)
- e. Media
- f. Berbagai kelompok pendukung bisnis (business support groups)

Pengakuan terhadap adanya berbagai stakeholders diluar pemegang saham (shareholders) yang dapat mempengaruhi efektivitas pencapaian tujuan perusahaan telah mengubah dimensi tanggung jawab sosial perusahaan dari tanggung jawab ekonomi semata-mata dalam bentuk

maksimasi laba untuk kemakmuran para pemegang saham menjadi tanggung jawab kepada sejumlah stakeholders yang luas.

C. Good Corporate Governace

1. Konsep dan Pengertian *Good Corporate Governance*

Konsep Good Corporate Governance (GCG) adalah konsep yang sudah saatnya diimplementasikan dalam perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, karena melalui konsep yang menyangkut struktur perseroan, yang terdiri dari unsur-unsur RUPS, direksi dan komisaris dapat terjalin hubungan dan mekanisme kerja, pembagian tugas, kewenangan dan tanggung jawab yang harmonis, baik secara intern maupun ekstern dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan demi kepentingan shareholders dan stakeholders. Make Money Online <http://ow.ly/KNICZ>

Corporate governance adalah suatu konsep yang menyangkut struktur perseroan, pembagian tugas, pembagian kewenangan dan pembagian beban tanggung jawab dari masing-masing unsur yang membentuk struktur perseroan, dan mekanisme yang harus ditempuh oleh masing-masing unsur dari perseroan tersebut, serta hubungan-hubungan antara unsur-unsur dari struktur perseroan itu mulai dari RUPS, direksi, komisaris, juga mengatur hubungan-hubungan antara unsur-unsur dari struktur perseroan dengan unsur-unsur di luar perseroan yang pada hakekatnya merupakan stakeholders dari perseroan, yaitu negara yang sangat berkepentingan akan perolehan pajak dari perseroan yang bersangkutan, dan masyarakat luas yang meliputi para investor publik dari perseroan itu (dalam hal perseroan merupakan perusahaan publik), calon investor, kreditor dan calon kreditor perseroan. Corporate governance adalah suatu konsep yang luas. (Sutan Remy Sjahdeini, 1999:1)

Good Corporate Governance pada dasarnya merupakan suatu sistem (input, Proses, output) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang kepentingan (stakeholders) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan. Good Corporate Governance dimasukkan untuk mengatur hubungan-hubungan ini dan mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi perusahaan dan untuk memastikan bahwa kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat di perbaiki dengan segera. Wahyudin Zarkasyi (2008:36)

2. Prinsip Good Corporate Governance

Ada empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep good corporate governance, (Kaen, 2003; Shaw, 2003) yaitu fairness, transparency, accountability, dan responsibility. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip good corporate governance secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan.

Secara umum terdapat lima prinsip dasar dari good corporate governance yaitu:

1. Transparency (keterbukaan informasi), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
2. Accountability (akuntabilitas), yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.

3. Responsibility (pertanggungjawaban), yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
4. Independency (kemandirian), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. Fairness (kesetaraan dan kewajaran), yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku. Esensi dari corporate governance adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku.

3. Indikator Good Corporate Governance

Ada 9 indikator untuk mengukur Good Governance menurut UNDP, yaitu:

1. Participation (keterlibatan masyarakat),
2. Rule of law (penegakan hukum yang adil);
3. Transparency (kebebasan memperoleh informasi);
4. Responsiveness (cepat dan tanggap);
5. Consensus Orientation (berorientasi pada kepentingan masyarakat);
6. Equity (kesempatan yang sama);
7. Efficiency and effectiveness (efisiensi dan efektivitas);

8. Accountability (pertanggungjawaban publik);
9. Strategic vision (adanya visi ke depan).

4. Pelaporan Good Corporate Governance

Salah satu program yang bertugas untuk menilai penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia adalah CGPI (*Corporate Governance Perception Index*). CGPI merupakan program riset dan pemeringkatan penerapan *Good Corporate Governance* pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Program ini dirancang untuk memicu perusahaan dalam meningkatkan kualitas penerapan konsep *Corporate Governance* melalui perbaikan yang berkelanjutan dengan melaksanakan evaluasi dan observasi.

D. Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance

Konsep CSR saat ini dapat dipandang sebagai titik berangkat bagi lahirnya konsep-konsep yang memiliki keterkaitan sangat erat dengan CSR. Selain stakeholder manajemen, konsep-konsep tersebut adalah corporate social performance, Corporate Social responsiveness dan corporate citizenship. Konsep CSR juga sangat dipengaruhi oleh disiplin ilmu etika bisnis, selain itu terdapat dua konsep lain yang memiliki hubungan yang sangat erat dengan CSR yakni konsep good corporate governance dan sustainable development. Corporate social responsibility dalam prinsip good corporate governance (GCG) ibarat dua sisi mata uang. Keduanya sama penting dan tidak terpisahkan. Salah satu dari empat prinsip GCG adalah prinsip responsibility. Tiga prinsip GCG lainnya adalah fairness, transparency, dan accountability (Dwi kartika 2009:16)

Implementasi good corporate governance akan menunjang tercapainya aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan, serta menciptakan nilai tambah pada produk dan jasa bagi shareholders dan stakeholders perusahaan. Sedangkan adopsi terhadap konsep sustainable development akan memberikan arah bagi perumusan strategi dan kebijakan perusahaan yang memiliki kesesuaian dengan arah pembangunan berkelanjutan.

Konsep CSR juga mengandung di dalamnya unsur Corporate Governance yang akan menunjang keberhasilan perusahaan didalam memperoleh laba sebagai salah satu kategori CSR yakni economic responsibilities. Sedangkan corporate citizenship merupakan bagian dari CSR yang berkaitan dengan discretionary responsibilities. Dalam hal ini perusahaan seperti halnya warga Negara melakukan berbagai macam kebijakan untuk dapat diakui/memiliki reputasi sebagai warga Negara yang baik (good citizen).

Pelaksanaan CSR dilandasi oleh pilihan yang berada didalam domain etika bisnis (Business ethics) dari para pelaku bisnis. Pelaksanaan CSR juga dilandasi konsep stakeholder managemen yang mengakui adanya pemegang kepentingan lain diluar pemegang saham dimana perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada para stakeholder ini. Pelaksanaan CSR juga didasari oleh adopsi konsep pembangunan berkelanjutan dengan menerapkan alat ukur yang dikenal dengan triple bottom line (TBL), yaitu economic growth, social welfare, dan environmental protection. Ketiga dimensi ini harus di kelola sedemikian rupa dalam suatu manajemen berkelanjutan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan hidup.

Isu pelaksanaan CSR telah mengalami pergeseran dari kewajiban apa yang diharapkan oleh masyarakat untuk dilakukan perusahaan menjadi bagaimana perusahaan memberikan tanggapan terhadap isu sosial yang sampai pada pertanyaan mengenai dampak apa yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan CSR bagi masyarakat (dalam bentuk perbaikan kondisi sosial) maupun dampak bagi perusahaan yang menjalankan CSR sendiri dalam bentuk peningkatan kinerja ekonomi.

Stakeholder merupakan bagian strategis dalam pelaksanaan CSR. Perusahaan yang mampu bekerja sama dan memuaskan matriks stakeholder dengan skala-skala yang telah ditentukan akan menciptakan system kerja CSR yang efektif serta menguntungkan bagi setiap pihak. Pengidentifikasian stakeholder sangat penting sekali, oleh karena apabila stakeholder telah divalidasi sesuai dengan strategi perusahaan tentang CSR maka dari sana muncul program kerja.

Dari program kerja muncul lagi kemitraan yang berdaya guna dalam mengeksekusi program CSR agar berjalan dengan efektif dan jitu. CSR perusahaan membutuhkan pemerintah dan masyarakat supaya program tidak berjalan sendiri-sendiri atau supaya tidak timpang.

E. Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, apabila kinerja dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya dan janji serta informasi pemasar dan pesaing, nasabah yang puas akan setia lebih lama. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabah.

Kepuasan nasabah dapat dicapai apabila perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan stakeholders, kepuasan nasabah harus di imbangi dengan kepuasan kelompok stakeholders lainnya. Sebab apabila kerja sama antara perusahaan dan stakeholders berjalan dengan baik maka tujuan untuk memperoleh kepuasan nasabah dapat terpenuhi dan berjalan dengan lancar.

Dalam tingkat pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari penilaian nasabah. Karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan harus berorientasi pada kepentingan nasabah dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan kualitas pelayanan.

Dalam memberikan kepuasan kepada para nasabah tentang pelayanan. Maka indikator-indikator yang dapat digunakan antara lain :

1. Tangible (kasat mata), untuk mengukur penampilan fisik, peralatan, personel, dan alat-alat yang digunakan dalam berkomunikasi dengan pelanggan.
2. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dengan apa yang telah dijanjikan kepada nasabah.
3. Responsiveness (daya tanggap), yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan cepat.
4. Assurance (jaminan, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimilikinya oleh karyawan).
5. Empathy (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah.

Disinilah tugas dari humas yang mewakili organisasi. Apabila ada sedikit kekurangan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tersebut, bukan mustahil tujuan organisasi menjadi telah tercapai. Tujuan humas erat hubungannya dengan opini public atau perubahan sikap yang menguntungkan organisasi.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Peneliti Terdahulu

NO	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
1	Permanasari/ 2010	Pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan	Variabel independen: kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan corporate social responsibility	Variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel corporate social responsibility sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi

2	Susanto/ 2013	Pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia	Variabel independen corporate social responsibility, komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit	Komisaris independen dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan Komite audit, corporate social responsibility, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
---	----------------------	---	---	--

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi, dan waktu penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yang merupakan suatu bentuk penelitian yang di tujuakan untuk mendiskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah untuk maupun fenomena buatan manusia, fenomenaitu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan,dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang fenomena lainnya (Sukmadinata; 2012). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendiskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecendrungan yang tenmgah berlangsung.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan.

A. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan enam bulan, yang dimulai dari mei 2016 sampai dengan oktober 2016.

Tabel 3.1.

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan / Minggu 2016																oktober	Nove mber
		Mei		Juni		juli		Agustu s		September									
		1	2	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
1.	Acc judul	■																	
2.	Bimbingan proposal		■	■	■														
3.	Seminar proposal			■	■	■	■												
4.	Pengambilan data			■	■	■	■	■	■										
5.	Bimbingan hasil			■	■	■	■	■	■	■									
6.	Seminar hasil dan Pengajuan Sidang Meja Hijau														■	■	■		

B. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2010:80).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu seluruh nasabah bertanggung pada PT Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putra 1912 Cabang Padangsidimpuantahun 2015.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2010:81). Pemilihan sampel pada penelitian yang dilakukan penulis adalah seluruh nasabah tertanggung asuransi jiwa individu pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan.

C. Defenisi Operasional

1. Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan kepada nasabah tertanggung nya dalam menjalankan bisnisnya dengan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang baik
2. Good Corporate Governance adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern yang lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban
3. Tingkat Kepuasan Nasabah tertanggung adalah respons berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian pengalaman itu.

D. Jenis dan Sumber Data

Menurut kuncoro (2009) data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan.

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar (Sugiyono, 2003:14)
- b. Data kuantitatif adalah data yang berbebtuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan(Sugiyono, 2008:21)

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti” (Umar Husein, 2005:99).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada nasabah PT Asuransi jiwa Bersama BumiPutera Cabang Padangsidempuan

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram” (Umar Husein, 2005:100).

E. Teknik Pengumpulan data

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yaitu melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpulan data (pewawancara) dengan sumber data (responden). Dengan memberikan Kuesioner berupa sejumlah pertanyaan yang di sebarakan kepada reosponden untuk di sajikan dalam bentuk tabulasi.

b. Study Dokumen

Data sekunder diperoleh melalui study dokemen, yaitu mengumpulkan data yang dibutuhkan dari dokumen yang di miliki PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidempuan

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data primer dan sekunder.

a. Analisis Data primer

Analisis data primer adalah metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah digunakan perhitungan mean score. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan rumus rata-rata.

$$\text{Rata - rata} = \frac{\sum X_i F_i}{n}$$

Dimana:

X_i = Nilai Pengukuran ke- i

F_i = Frekuensi Kelas ke- i

N = Banyaknya Pengamatan

Hasil dari rata-rata dan standar deviasi tersebut kemudian dipetakan ke rentang skala yang mempertimbangkan informasi interval berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Banyaknya kelas}} \\ &= \frac{5-1}{28} \\ &= 0,14 \end{aligned}$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap unsure diferensiasikannya, informasi rentang skala skala tersebut adalah sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,80 : Buruk

2. 1,81 – 2,60 : Kurang Baik
3. 2,61 – 3,40 : Cukup Baik
4. 3,41 – 4,20 : Baik
5. 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

- b. Analisis data sekunder dilakukan dengan menggunakan pendekatan akuntansi manajemen yang berhubungan dengan system informasi akuntansi. Kemudian pembahasan akan dilanjutkan dengan membandingkan yang terjadi di pada asuransi jiwa bersama (AJB) bumiputera 1912 cabang padangsidempuan



DAFTAR PUSTAKA

- Bambang dan Melia. 2013. *CSR (Corporate Sosial Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Dwi Kartini. 2009. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Reflika Aditama
- Shaw Jhon. C, 2003. *Corporate Governance and Risk: A System Approach*, John Wiley & Sons, Inc, New Jersey.
- Wahyudin Zarkasyi. 2008. *Good Corporate Governance: Pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan jasa keuangan lainnya*. Bandung: Alfabeta
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sutan Remy Sjahdeini. 1999. *Pertanggung Jawaban Pidana Korporasi*. Grafiti Press
- Umar Husein. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Gramedia pustaka
- Post, James E., and Lawrence, Anne T., and Weber, James. 2002, *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*, tenth edition, McGraw Hill.
- Freeman ,E. 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pittman Publishing Inc.

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI BENTUK PENERAPAN
PRINSIP GOOD CORPORATE GOVERNANCE PADA ASURANSI JIWA
BERSAMA BUMIPUTERA 1912 CABANG PADANGSIDIMPUAN**

Kepada :

Yth. Bapak / Ibu / saudara / i

Nasabah Tertanggung AJB Bumiputera 1912

Di – tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan tugas akhir saya sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Jurusan Akuntansi, saya bermaksud untuk mengadakan penelitian mengenai Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Penerapan Good Corporate Governance Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Padangsidimpuan, saya mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / I untuk mengisi kuisisioner terlampir sebagai bahan informasi atau bahan masukan yang berguna untuk pelaksanaan penelitian saya.

Besar harapan saya dapat menerima kembali kuisisioner yang telah Bapak / Ibu / Saudara / I . atas bantuan dan partisipasi yang Bapak / Ibu / Saudara / I berikan, saya mengucapkan banyak terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Lengkapilah identitas Bapak/ Ibu / Saudara / I sesuai dengan format yang ada
2. Jawablah pertanyaan-pertanyaan pada lembar kuisisioner ini dengan mencheclist salah satu jawaban sesuai dengan pilihan jawaban Bapak / Ibu / Saudara / I.
3. Jawaban yang Bapak / Ibu / saudara / I berikan tidak akan berdampak negatif terhadap diri Bapak / Ibu / Saudara / i. hasil dari pengisian kuisisioner ini semata-mata hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian tugas akhir (Skripsi) peneliti sebagai tugas akhir mahasiswa program Srata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Medan Area.

1. IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :.....

Umur :.....Tahun

Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan

Pendidikan Terakhir : 1. SD 4. D.1, D.2, D.3

2.SLTP 5. S-1

3.SLTA 6. S-2 Keatas

Hormat saya,

Linni Suryani Lubis



No	Pertanyaan	SB	B	CB	KB	TB
		5	4	3	2	1
1	AJB Bumiputera 1912 cabang padang sidimpuan melaksanakan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan tata kelola perusahaan					
2	AJB Bumiputera 1912 cabang padang sidimpuan melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya					
3	AJB Bumiputera 1912 cabang padangsidimpuan dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah					
4	AJB Bumiputera 1912 cabang padangsidimpuan penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi					
5	AJB Bumiputera 1912 cabang padangsidimpuan selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat					
6	AJB Bumiputera 1912 cabang padangsidimpuan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah					
7	AJB Bumiputera 1912 cabang padangsidimpuan melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.					