

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN PRODUK
TERAPAN**



**IMPLEMENTASI TRANSFORMASI PEMBELAJARAN DAN AKUNTANSI
PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PT VALE INDONESIA DALAM
BINGKAI AKUNTANSI SOSIAL.
(PENDEKATAN PHENOMENOLOGI INTERPRETIVE)**

Tahun 2 dari rencana 2 Tahun

Ketua Tim
Rismawati, SE.,M.S.A
NIDN:0929127601

Anggota Tim 1
Salju, SE.,MM
NIDN: 0902046801

Anggota Tim 2
Suhardi M Anwar, SE.,MM
NIDN: 0014116201

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MUHAMMADIYAH PALOPO
OKTOBER 2017**

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING

Judul Kegiatan : IMPLEMENTASI TRANSFORMASI PEMBELAJARAN DAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PT. VALE INDONESIA Tbk. DALAM BINGKAI AKUNTANSI SOSIAL (PENDEKATAN PHENOMENOLOGI INTERPRETIVE)

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 562 / Akuntansi

Ketua Peneliti

A. Nama Lengkap : RISMAWATI S.E., M.SA
B. NIDN : 0929127601
C. Jabatan Fungsional : Lektor
D. Program Studi : Akuntansi
E. Nomor HP : 081334488341
F. Surel (e-mail) : rismastiem@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

A. Nama Lengkap : SALJU S.E., M.M.
B. NIDN : 0902046801
C. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo

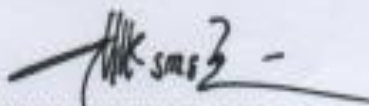
Anggota Peneliti (2)

A. Nama Lengkap : SUHARDI M ANWAR M.M.
B. NIDN : 0014116201
C. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo

Lama Penelitian Keseluruhan : 2 Tahun
Penelitian Tahun ke : 2
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 75.000.000,00
Biaya Tahun Berjalan : - diusulkan ke DIKTI Rp 75.000.000,00
- dana internal PT Rp 0,00
- dana institusi lain Rp 0,00
- inkind sebutkan



Palopo, 25 - 12 - 2017,
Ketua Peneliti,


(RISMAWATI S.E., M.SA)
NIP/NIK20000029



RINGKASAN

Penelitian ini ingin memahami model transformasi pembelajaran yang dilakukan oleh para aktor eksternal relation PT Vale Indonesia dalam mengimplementasikan tanggungjawab sosialnya. Secara filosofi tekad untuk melakukan transformasi pembelajaran kepada masyarakat merupakan bentuk komitmen atas pemahaman serta keyakinan para aktor corporate social responsibility (CSR) PT Vale Indonesia. Sehingga metode yang tepat digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam proses transformasi pembelajaran kepada masyarakat yang akan dilaporkan dalam sustainability report adalah Phenomenologi Interpretif. Metode tersebut akan mengantarkan kita pada pemahaman mendalam tentang makna dari tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat yang merasakan dampak langsung keberadaan perusahaan.

Keywords: *education transformation, corporate social responsibility, sustainability reporting, semiotic, rhetorics.*

PRAKATA

Alhamdulillah, dengan rahmat Allah Rabbul „Alamin, Laporan Akhir Penelitian Produk Terapan (PPT) Tahun Pertama (2017) ini dapat diselesaikan. Kami dari Tim Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa Laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu kritik dan saran yang sifatnya konstruktif senantiasa kami harapkan dari semua pihak.

Selanjutnya, kami Tim Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat atas kepercayaan yang diberikan dan kesediaan untuk mendanai penelitian ini melalui Program Penelitian Kompetitif Nasional.

Demikian Laporan Akhir Penelitian Produk Terapan (PPT) ini kami buat untuk selanjutnya dilakukan evaluasi dan monitoring, dengan harapan dapat dilanjutkan pada tahun kedua (2018) sesuai dengan jadwal dan rencana penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	1
Halaman Pengesahan.....	2
Ringkasan	3
Prakata	4
Daftar Isi	5
Daftar Tabel	6
Daftar Lampiran.....	8
Bab 1 Pendahuluan.....	9
Bab 2 Tinjauan Pustaka	12
Bab 3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
Bab 4 Metode Penelitin	18
Bab 5 Hasil dan Luaran yang Dicapai.....	20
Bab 6 Rencana Tahap Berikutnya.....	21
Bab 7 Kesimpulan dan Saran.....	21
Daftar Pustaka.....	22
Lampiran	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Model Pola Pendistribusian Zakat.....	24
Lampiran 2 Artikel	26

PENDAHULUAN

Beberapa dekade terakhir praktik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), yang mengacu pada aspek lingkungan dan sosial, mulai meningkat. Berbagai hasil studi telah dilakukan di berbagai negara dan dimuat di berbagai jurnal internasional (Ghozali dan Chariri, 2007). Studi mengenai CSR tidak hanya menggunakan pendekatan *positivism* tetapi juga *intrepretive* dan *crical theory* (Deegan, 2002). Bahkan, beberapa studi mengenai CSR telah dibahas dalam buku teori akuntansi di bab tersendiri misalnya Mathew dan Perera (1996) dan Deegan (2006).

Sebagian besar studi empiris yang menganalisis pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada laporan tahunan (*annual report*), dimana *annual report* dianggap sebagai alat yang paling penting yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2006). Studi yang meneliti tentang pengungkapan sosial dan lingkungan dalam *annual report* mengindikasikan bahwa hal tersebut telah meningkat dari waktu ke waktu, baik dalam jumlah perusahaan yang membuat pengungkapan dan di dalam jumlah informasi yang dilaporkan (Branco dan Rodrigues 2006; Buhr 1998; Cerin 2002; Cormier dan Gordon 2001; Deegan dan Rankin 1996 1997; Deegan 2002).

Isu berkaitan dengan CSR cenderung diteliti dalam konteks faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR (Idowu dan Pappasolomou 2007; Magness 2006; O'Donovan 2002; Deegan 2002; Guthrie dan Parker 1989; Roberts 1992; Deegan dan Gordon 1996; Deegan dan Rankin 1997;). Kebanyakan penelitian tersebut didasarkan pada paradigma positivisme dengan menggunakan persamaan matematik dan analisis statistik.

Namun demikian, sebagai bagian dari akuntansi, pelaporan CSR bukanlah praktik yang bersifat statis dan mengabaikan aspek dinamika sosial (Hines 1988). Akuntansi merupakan praktik yang dinamis yang dibentuk berdasarkan interaksi sosial antara individu dengan lingkungannya (Chariri 2006). Dalam perspektif konstruksi sosial sebagaimana diklaim oleh Hines (1988), praktik pelaporan keuangan tidak hanya menyajikan informasi kuantitatif, tetapi juga menyajikan informasi lain seperti *narrative text*, foto, tabel, dan grafik (David, 2002). Salah satunya adalah pelaporan CSR atau *sustainability reporting*. *Sustainability report* mengandung *narrative text*, foto, tabel, dan grafik yang memuat penjelasan mengenai pelaksanaan *sustainability* perusahaan. *Sustainability reporting* dapat didesain oleh manajemen sebagai cerita retorik untuk membentuk *image* (pencitraan) pemakainya melalui pemakaian *narrative text*. Teks naratif (*narrative text*) merupakan bagian yang memainkan peranan penting bagi perusahaan dalam membentuk *image* perusahaan. Teks naratif antara lain meliputi diskusi dan analisis manajemen dan sambutan yang disampaikan direktur dan komisaris (David 2002; Yuthas et al. 2002).

Melalui teks naratif, perusahaan secara aktif berusaha membentuk *image* positif dan menghindari *image* negatif (Gardner and Martinko 1988). Cara yang digunakan perusahaan untuk mengirimkan pesan melalui *sustainability reporting* merupakan strategi komunikasi perusahaan yang digunakan untuk membangun kepercayaan publik. Namun demikian belum banyak penelitian yang difokuskan pada isu tentang teks naratif. Atas dasar argumen di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis retorika yang digunakan manajemen dalam pelaksanaan *sustainability reporting* dan berusaha menjawab pertanyaan bagaimana dan mengapa suatu perusahaan mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tersebut.

Penelitian ini didasarkan pada ontologi bahwa pelaporan *sustainability reporting* merupakan media komunikasi (Cerin 2002) yang memuat kisah tentang komitmen, cara dan hasil

yang telah dilakukan oleh para aktor CSR perusahaan. Atas dasar pemikiran tersebut sehingga pemilihan metode penelitian yang berada dalam lingkup paradigma interpretive, dengan pendekatan fenomenologi ini digunakan. Karena sesungguhnya kebenaran yang lahir dan nampak adalah kebenaran yang diyakini oleh para aktor tersebut Schutz (1899). Proses pemahaman tingkah laku dipahami sebagai proses tipikasi dimana aktor menggunakan konstruk interpretif atas pengalaman hidup dan kumpulan pengetahuan (*the stock of knowledge*) atau pemahaman umum (*common-sense understanding*), sehingga melalui penggunaan tipikasi dapat diklasifikasikan dan diorganisir realitas hidup yang ada (Burrell dan Morgan, 1979).

Hasil dan Pembahasan

Sebagai perusahaan yang telah beroperasi di Indonesia selama lebih dari 40 Tahun, sudah sewajarnya apabila PT Vale Indonesia Tbk merasa turut bertanggungjawab atas kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasinya. Untuk mencapai salah satu tujuan perusahaan, yakni memperkuat kemitraan dan kerjasama dengan pemerintah, karyawan, dan masyarakat lokal, program community development atau pemberdayaan masyarakat harus dilaksanakan dengan tekad dan komitmen yang sungguh-sungguh dari semua pihak yang terlibat. Untuk itu dibutuhkan evaluasi pelaksanaan program community development yang telah dilakukan agar semua program yang dilaksanakan dapat mencapai tujuannya yaitu pemberdayaan masyarakat atau dengan kata lain program-program pemberdayaan masyarakat harus menjawab kebutuhan mendasar dari masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk menganalisis bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh PT Vale Indonesia Tbk dalam mempromosikan program Community Development-nya dan mencoba untuk melihat sustainable (keberlanjutan) dari program Community Development tersebut, melihat sejauh mana implementasi program-program community development yang dilaksanakan oleh PT Vale Indonesia Tbk sudah menjawab kebutuhan mendasar dari masyarakat di sekitar wilayah operasi perusahaan.

Zohar dan Marshal (2004) memetakankan kedalam empat kelompok motivasi yang mempengaruhi aktivitas dunia bisnis saat ini yaitu kompetitif, kemarahan, keserakahan dan ketakutan. Dalam penelitian ini saya menemukan satu core value yang paling mendasari seluruh aktivitas perusahaan yaitu *No business interruption* ! dimana perusahaan tidak menginginkan adanya gangguan dalam aktivitas bisnisnya baik yang datang dari dalam perusahaan sendiri maupun yang datang dari luar. Aura dari kalimat ini akan mempengaruhi semua setting kehidupan dan aktivitas perusahaan. Beberapa di antaranya adalah perilaku tertib, disiplin, dan safety, jika merujuk apa yang diungkapkan oleh Zohar dan Marshal core value tersebut mengarah pada dua motivasi yaitu kemarahan dan keserakahan.

No business interruption juga mempengaruhi perilaku perusahaan dalam pengimplementasian tanggung jawab sosialnya. Serta bagaimana pola hubungan perusahaan *multi-stakeholders* dalam upaya untuk mewujudkan keinginan CEO (*Chief Executive Officer*) dengan kalimat “sakti”-nya. Melihat secara seksama makna yang tersirat dalam ‘*no business interruption*’ akan berakibat baik terhadap keberlangsungan perusahaan. Hal ini jika yang dimaksud dengan *no business interruption* dalam bentuk aktualisasi tindakan terbaik perusahaan terhadap lingkungan alam, komunitas di sekitar perusahaan dan pemerintah. Namun jika yang dimaksud adalah “tindakan sesaat”, *no business interruption* adalah petaka bagi perusahaan itu

sendiri karena akan menimbulkan sinisme masyarakat. Dan bagi masyarakat yang ada di sekitarnya akan menjadi bencana yang akan diwariskan kepada generasi selanjutnya, sebagai akibat implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang hanya “*lip service*”.

Satu isyarat singkat yang disampaikan oleh CEO PT Vale Indonesia dalam Sustainability Report edisi special (2014) bahwa “berikan semua yang menjadi hak masyarakat dan kita berproduksi dengan aman dan lancar”. Pengartikulasian dari ungkap CEO ini akhirnya diinterpretasikan oleh manajer external relations dalam bentuk aktualisasi tanggung jawab social perusahaan. Dengan mengacu pada *stakeholders accountability*, hubungan perusahaan dengan *multi-stakeholders* memberikan gambaran yang luas akan bentuk tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan.

Untuk menelaah lebih dalam tentang “kalimat sakti” CEO yang diungkapkan setiap saat, saya akan memaparkan bagaimana pengaruh „hipnotis” dari core value tersebut dari perspektive tiga departemen yaitu *Environmental*, *Health and Safety (EHS)*, *Mining dan Process Plant departement*, serta *external reation departement*. Dalam proses penelitian ini saya mengikuti secara intensif informan-informan kunci yang telah melakukan transformasi pembelajaran sejak sekurang-kurangnya 18 tahun. Informan kunci saya ada 8 orang dengan inisial Ich, Mft, Bgs, Er, Dcy, Asm dan Sor; mereka terbagi kedalam 3 departemen yaitu External relation adalah departemen yang bersinggungan langsung dengan masyarakat dan pemerintah daerah; departemen Environmental Health and Safety-departemen yang bertanggungjawab atas keselamatan kerja dan departemen Mining departemen eksplorasi dan proses produksi. Beberapa hasil wawancara berikut akan menggambarkan bagaimana proses transformasi terjadi di masyarakat dibawah kendali *core value* perusahaan.

Transformasi pembelajaran dalam versi external relation (exrel)

Transkrip 9 terekam dalam perjalanan dari rumah ke perusahaan, setelah saya sedikit bertanya tentang sejauhmana keberhasilan external relation telah membina masyarakat untuk *move on*

Sayangnya, meskipun program Community development ini sudah berjalan sejak 25 tahun silam tetapi perubahan yang terjadi pada masyarakat tidak secantik gambar diagram yang ditampilkan pada laporan sustainability report... ini menjadi beban psikologi tersendiri bagi kami (external relation departement) terlebih ketika terjadi komplain dari masyarakat dalam bentuk demonstrasi yang berakibat pada tersendatnya aktivitas perusahaan.

Cuplikan wawancara tersebut mengisyaratkan rasa ketidakpuasan dengan apa yang terjadi pada masyarakat penerima program CD. Sustainability report yang dilaporkan setiap tahun telah menggambarkan, bahwa program tersebut dianggap berhasil; namun pada kenyataannya apa yang terjadi sesungguhnya tidak seperti yang dilaporkan diatas kertas. Robbin (2003) dan Dayaksini dan Yunardi (2004) memberikan justifikasi bahwasanya core value perusahaan akan membentuk perilaku bagi setiap orang yang terlibat di dalam organisasi tersebut. Ini di pertegas dengan statement singkat yang disampaikan oleh Mft;

Pada akhirnya kami akan melakukan sesuatu diluar „jalur” jika bertemu dengan hal-hal yang sangat urgent. seperti penggelontoran dana yang tidak ada dalam schedul program kerja tetapi kami harus lakukan dengan cepat dan tepat sasaran, sehingga tidak ada lagi gangguan dalam proses produksi.

Uraian Zohar dan Marshal (2004) tentang motivasi perusahaan bisnis dalam melakukan tindakannya dapat terlihat dalam petikan wawancara tersebut, dimana aktor pendamping CSR perusahaan mengatakan dengan sangat gamblang rasa khawatirnya ketika terjadi letupan-letupan kecil dari masyarakat setempat sehingga berdampak pada terganggunya proses produksi. Selain itu petikan wawancara diatas dapat dimaknai bahwa perusahaan tidak ingin aktivitas mendulang laba korporasi terganggu oleh hal apapun, motivasi keserakahan dan kemarahan tergambar dengan jelas pada petikan informasi diatas.

Ich menambahkan;

Sebenarnya hal itu tidak harus terjadi; ketika masyarakat menilai perusahaan sebagai mitra atau teman yang bisa mengantarkannya agar lebih mandiri; sekarang yang terjadi malah sebaliknya, mereka menganggap perusahaan adalah sapi perah yang setiap saat dapat mengeluarkan susu kapanpun mereka mau. Sekarang apa yang terjadi, sudah selama ini program CD diimplementasikan tapi tidak ada perubahan yang signifikan pada realitasnya. Mereka tetap saja bergantung pada kami, mereka tidak ingin berubah. Mindset mereka yang kacau; upaya kami untuk membuat mereka mengerti bahwa program ini adalah untuk melepaskan ketergantungannya pada perusahaan... eeehhh malah dibuatnya sebagai mainan. Iya saat didampingi kelihatannya mereka serius... tapi jika sudah kami lepaskan, mereka akan kembali lagi seperti sedia kala....

Keluhan tim pendamping dana CD ini cukup beralasan, karena kesadarannya akan keberadaan perusahaan yang menjadi tempatnya bernaung dapat mengakibatkan ketimpangan ekonomi yang sangat besar (antara karyawan dengan masyarakat non karyawan); sehingga upaya untuk melakukan pendampingan merupakan usaha maksimal. Keberhasilan external relations departement diukur dengan terciptanya harmonisasi dilingkungan masyarakat sehingga gangguan atas proses produksi tidak akan terjadi karena faktor eksternal.

Namun perubahan paradigma yang diharapkan oleh perusahaan, tentu tidak akan berjalan mulus, masyarakat yang terbiasa dengan dana *community depelopmen* yang diibaratkan sebagai pemadam kebakaran (*fire bush*) dan obat penenang yang hanya berupa *charity* merasa kehilangan kesempatan untuk mendapatkan uang tunai dari perusahaan. Begitu juga pihak manajemen yang di bayangi masa lalu merasa bahwa dana *community development* baru akan dikeluarkan ketika terjadi keributan dan perusahaan berada pada posisi terjepit. Intinya, rendahnya pemahaman pihak manajemen terhadap fungsi dana *community developmen* akan sangat mengganggu pengaktualisasiannya dalam bentuk rill. Akhirnya saya melihat proses transformasi pembelajaran tanggungjawab sosial perusahaan hanya berupa kata tanpa makna.

Transformasi pembelajaran dalam konteks EHS

Departemen ini memiliki ukuran tersendiri terhadap nilai dari manusia, dan hal tersebut digaungkan disetiap tempat dimana karyawan senantiasa berkumpul, seperti stasiun utama bis karyawan; dibadan bis karyawan hingga didalam ruang-ruang kerja tertera tulisan **“Manusia berkualitas akan menghasilkan nikel yang berkualitas dengan aman.”** Tiga kata utama yang terkandung didalam semboyan tersebut yaitu **menghasilkan, kualitas** dan **aman**. Kata pertama dan kedua berorientasi profit bagi perusahaan, dan kata yang ketiga menekankan pada keselamatan kerja yang merupakan transformasi pembelajaran perusahaan kepada seluruh karyawannya. Kalimat tersebut secara gamblang memberi instruksi jika ingin disebut sebagai manusia yang memiliki kualitas, berarti harus bisa menghasilkan nikel yang berkualitas yang

sesuai dengan sistem yang terformat dalam mesin-mesin produksi lengkap dengan tutorial dan aturan ketat yang harus senantiasa dipatuhi; hal yang paling dihindari adalah terjadinya kecelakaan kerja karena tidak mematuhi seluruh instruksi yang ada.

Memahami apa yang diungkapkan Zohar dan Marshal (2005) bahwa inti dari kapitalisme dan bisnis lain pada umumnya, bersemayamnya sebuah definisi yang sangat sempit tentang arti menjadi manusia dan apa arti menjadi manusia. Manusia hanya diukur lewat dahaganya akan keuntungan dan lewat kapasitas konsumsinya. Karyawan hanya diukur lewat kapasitas produksi. Karyawan tidak dilihat sebagai seorang yang menghargai hal-hal tertentu, yang mempunyai loyalitas dan semangat, yang berusahakeras dan mermimpi, dan yang mencari kualitas hidup tertentu. Intinya penilaian terhadap eksistensi seorang manusia hanya terletak pada seberapa besar dia dapat berkontribusi terhadap laba yang ujungnya hanya akan berhenti pada konsep materi.

Masih mengulas tentang makna yang tersirat dari semboyan diatas terutama pada poin “aman” dengan tegas J. Rusdadi, manejer *Supply Chain Management* mengungkapkan tidak ada aktivitas tanpa **safety** mengintruksikan seluruh karyawan di semua jenjang untuk menjadi contoh bagi bawahannya dengan perilaku *safety* (*environmental report* Edisi khusus 2014; 42) *Safety*, suatu keharusan dan mengingantkan pada sebuah pepatah yang lasik yang akhir-akhir ini sudah sangat jarang terdengar “menjaga akan lebih baik dari pada mengobati”. Melakukan kegiatan dengan tidak *safety* berarti dengan sengaja mengundang musibah. Dan kerugian akan jelas dirasakan oleh karyawan dan perusahaan. Bagi perusahaan yang langsung dapat terlihat adalah biaya pengobatan dan tunjangan untuk keluarga jika musibah terjadi dalam kondisi terburuk (fatal). Tetapi, yang lebih besar daripada sekedar biaya yang terlihat adalah biaya untuk penilaian kembali terhadap suatu pengamanan kerja yang biasanya biaya lebih besar empat puluh kali lipat.

Proses proteksi atas kemungkinan terburuk bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas produksi adalah dengan budaya *safety* ini. Bahkan ungkap Sdq yang menjelaskan sejauh mana konsekuensi dari perilaku tidak *safety* bagi karyawan. Beberapa tingkatan dari kelalaian karyawan, dengan beberapa prosedur peneguran hingga pemutusan hubungan kerja jika perilaku ini tidak diindahkan.

Hal ini sangat penting untuk diketahui oleh semuanya, bahwa insiden maupun kecelakaan dengan akibat fatal yang berada di wilayah yang tanggung jawab perusahaan menjadi beban perusahaan, baik dari segi financial maupun penilaian kembali akan sistem keamanan yang dijalankan.

Akumulasi dari jumlah kecelakaan terjadi di areal tambang jika sudah mencapai lima kejadian dengan lima orang korban fatal dalam setahun, sesuai dengan peraturan pemerintah maka perusahaan harus ditutup. Konsekuensi dari semua inilah yang menjadikan perusahaan sangat berhati-hati dan bersungguh-sungguh dalam penanganannya.

Sangat mungkin terjadi *interupthion in businnes* jika budaya *safety* ini tidak di indahkan oleh para karyawan. Konsekuensi terburuk yang akan di tanggung oleh perusahaan sampai pada titik rawan yang mungkin saja bisa terjadi. Untuk itu, tak heran jika memasuki daerah *plan site* disambut papan pengumuman yang merupakan peringatan untuk setiap karyawan yang hendak

masuk kewilayah kerja baik dilokasi pabrik maupun perkantoran dengan satu pertanyaan “Apakah anda telah *safety*? kartu indentitas anda? Dan kemudian baru menyusul “target produksi tahun ini adalah 168 juta puond, tingkatkan semangat kerja, loyalitas terhadap perusahaan untuk pencapaian target produksi dengan aman”.

Satu isyarat bahwa penancangan target produksi tahun berjalan merupakan komitmen antara perusahaan dan pemilik modal. Hal itu harus selalu di ingatkan kepada semua karyawan. *Team work* yang baik akan menunjang keberhasilan pencapaian target produksi harus selalu diingatkan? Hal ini berhubungan erat dengan target laba yang ingin diraih oleh perusahaan. Target laba yang udah di rencanakan awal tahun merupakan komitmen perusahaan dengan para pemegang saham dan kreditor. Sebagaimana lazimnya perusahaan bisnis, yang tentunya *Profit Oriented* PT.VI ingin target yang telah direncanakan akan tercapai dengan aman.

Dalam satu perjalanan kedalam areal tambang, saya melalui beberapa prosedur manajemen dan pemeriksaan kelengkapan *safety* (dalam hal ini perusahaan telah menyediakan seluruh perlengkapan tersebut untuk saya gunakan selama saya dalam masa penelitian). Hari ini saya menggunakan pakaian karyawan bagian tambang, lengkap dengan sepatu boot, helmet, kacamata, kartu tanda pengenal dan masker khusus untuk lokasi pabrik. Saya melewati empat pintu *screening* yang berfungsi untuk memeriksa kelengkapan safety yang saya gunakan dan mencegah kemungkinan akan terjadinya musibah didalam pabrik. Saya merasakan ada kearaban antara superintenden (pak Dky) dengan seluruh karyawan disetiap wilayah yang kami singgahi. Bahkan diareal dimana kami tidak bisa saling enyapa dengan suara, jabat tangan dan pelukan sekilas mampu menggambarkan suasana kerja yang nyaman antara para karyawan dengan atasannya.

Akhirnya kami keluar dari wilayah pabrik, menuju ketempat rehabilitasi lahan purna tambang. Dalam perjalanan Dky bercerita bahwa perilaku *safety* yang kami terapkan pada seluruh karyawan ini akan membentuk karakter mereka diluar lingkungan tambang. Coba diperhatikan karyawan yang telah bekerja disini anggaplah selama tiga tahun saja; pada saat mereka hendak menjalankan mobil mereka akan secara refleks untuk menarik sabuk pengaman, atau coba perhatikan mereka yang selain jadi karyawan juga memiliki kebun, pasti mereka memakai kaos tangan sebelum melakukan aktivitas, dan yang pasti mereka menggunakan sepatu bootketika akan berangkat kekebun.

Sejenak saya membayangkan apa yang diungkapkan oleh Dky ini dan benar saja saya bisa membayangkan beberapa tetangga ibu saya yang telah berkerja puluha tahun di PT.VI ini jika berkerja dilingkungan rumahnya selalu memakai kaos tangan dan juga sepatu. Inilah transformasi pembelajaran yang sukses dilakukan oleh PT.VI kepada seluruh karyawannya. Sehingga perilaku ini menular kepada masyarakat selain karyawan. Karena mereka berada pada lingkungan yang sama, saling berinteraksi dan karakter yang terbentuk dari perusahaan dengan mudah menular kedalam lingkungan yang lebih luas.

Transformasi pembelajaran dalam konteks Mining and Process Departemen

Departemen ini bertanggungjawab penuh terhadap proses produksi dan rehabilitasi. Target dan kualitas produksi menjadi beban utama departemen ini. Beberapa pengakuan dari superintenden departemen ini sangat mengejutkan; dia mengungkapkan kebenaran dengan berkata

”perusahaan tambang adalah perusahaan yang hidup dengan mengelola sumber daya alam, seluruhnya tidak terbaharui, coba perhatikan tambang batu bara,

setelah habis sumber batu bara di keruk dari dasar bumi, maka tidak akan tumbuh lagi batu bara di areal tersebut, demikian juga tambang emas, setelah bijih emas habis di keruk dan di proses maka tidak akan muncul lagi bijih emas pada daerah tersebut. Demikian juga dengan PT. VI... setelah kami selesai menambang di gunung ini maka kandungan nikel di daerah ini akan habis dan tidak akan muncul lagi bijih nikel di daerah ini. Bahkan selain nikel juga tidak akan mungkin bisa kembali seperti sediakala, membutuhkan waktu ratusan tahun permukaan tanah yang pernah terluka untuk bisa pulih dan mampu menumbuhkan pepohonan besar seperti sedia kala”

Awal wawancara yang baik, karena bapak Bgs begitu bersemangat menceritakan beban dan tanggungjawab departemen ini. Dari penampilan fisik, bapak ini terlihat lebih religius, dengan “janggut” yang sedikit panjang dan potongan celana yang sedikit tergantung. Dia berbicara tentang kerusakan yang ditimbulkan dengan adanya proses produksi perusahaan tambang. Dari nada bicara Bgs, ada perasaan menyesal dan sedih dengan apa yang telah dilakukan terhadap alam. Kemudian dia melanjutkan...

Departemen ini unik, kami bertugas untuk “merusak” sekaligus memperbaiki apa yang telah kami rusak sebagaimana bentuk asalnya. Misalnya jika dahulu yang kita produksi berbentuk gunung dengan ketinggian sekian meter, kemiringan sekian derajat, maka pada saat direhabilitasi, maka kami akan membentuk seperti bentuknya yang asli. Namun yang jelas, sesempurna apapun kami berusaha mengembalikan seperti adanya, tetap juga kami tidak mampu memulihkan seperti sedia kala...

Sayangnya karyawan yang bertugas pada saat eksplorasi dan rehabilitasi tidak sama, sehingga mereka tidak bisa mengambil pelajaran dari proses tersebut. Departemen ini adalah departemen kunci (meskipun semua departemen memiliki perannya masing-masing untuk menunjang tujuan perusahaan) tetapi departemen ini yang bersentuhan langsung dengan target produksi yang ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu departemen ini memiliki areal “kekuasaan” yang sangat luas, sehingga hal-hal yang menyebabkan *interruption in business* sangat besar bisa terjadi pada departemen ini.

Merangkum hasil paparan diatas membawa pada suatu pemahaman yang komplit tentang artikulasi “kalimat sakti” CEO menurut setiap departemen didalam perusahaan yang berhasil peneliti wawancarai. penjabaran statement CEO akhirnya diimplementasikan dan dimakanai secara berbeda oleh setiap departemen untuk mewujudkan “keinginan” CEO dalam konteks yang nyata.

Simpulan: The Meaning of No Business Interruption

Departemen mining	Departemen Process plan	Departemen enviromental,Health and safety	Departemen External relation
- Penyediaan lahan siap tambang sebelum lahan yang sementara	- Mengolah bahan baku dengan kepada sistem yang ada sebagai	- Penanganan lingkungan yang baik dari segi panganan limbah	- Terjalannya hubungan harmonis antar multi stakeholder

<p>ditambang habis.</p> <p>- Pemulihan lahan purna tambang sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah, sebagai syarat untuk membuka lahan baru</p>	<p>upaya untuk menjaga kualitas produksi.</p> <p>- Taat pada aturan produksi dan taat budaya safety terhadap kecelakaan kerja.</p>	<p>produksi maupun polusi yang sesuai standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini dimaksudkan agar tidak ada klaim dari pihak eksternal perusahaan yang dapat menghambat jalannya produksi.</p> <p>- Mengedepankan budaya safety, agar tidak terjadi kecelakaan kerja.</p>	<p>sehingga tercipta suasana aman dan nyaman dalam aktivitas produksi.</p> <p>- Tidak terjadi gejolak sosial yang akan mengganggu jalannya produksi.</p> <p>- Pengolahan tanggung jawab sosial perusahaan lebih optimal untuk mencapai CEO.</p>
---	--	---	---

Kalimat sekti CEO mengilhami direktur regional dan eksternal relation dalam menjalin hubungan perusahaan dengan para stakeholder perusahaan. pemahaman akan konsep *stakeholder accountability* yang dibangun oleh perusahaan sebagai sebuah sisrem kemitraan. tidak berfokus pada stakeholder sebagai objek. tetapi lebih mengarah pada satu bentuk kolaborasi antar keduanya. kemitraan yang terwujud dalam interaksi antara stakeholder ini pada dasarnya merupakan satu bentuk pemberdayaan masyarakat (*community development*) sebagai muara dari *corporate social responsibility*.

References

- Aerts, W. 1994. "On the Use of Accounting Logic as an Explanatory Category in Narrative Accounting Disclosures." **Accounting, Organization and Society**, 19:4/5, pp.337-353.
- Arnold, C. C. 1982. "Introduction," in **The Realm of Rhetoric**. Ch. Perelman ed (Eds).
- Kluback, W. Notre Dame: The University of Notre Dame Press, pp.vii-xx.
- Ashforth, B. E. and B. W. Gibbs. 1990. "The Double-Edge of Organizational Legitimation." **Organization Science**, 1, pp.177-194.
- Barthes, R. 1964. "Rhetoric of the Image." **Communications**, pp.37-51. (reproduced in Gray, A., and J. McGuigan, 1997, **Studying Culture: an Introductory Reader**, Arnold)
- Branco, M. C dan L. L Rodrigues, 2006, "Communication of CSR by Portuguese Banks", **International Journal of Corporate Communication**, Vol. 11, No. 3, Hal. 232- 248
- Buhr, N, 1998, "Environmental Performance, Legislation and Annual Report Disclosure : The Case of Acid Rain and Falconbridge, **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 11, No. 2, Hal. 163-190

- Carruthers, B. G. 1995. "Accounting, Ambiguity, and the New Institutionalism." **Accounting, Organization and Society**, 20:4, pp.313-328.
- Carter, P. and N. Jackson. 2004. "For the Sake of Argument: Towards an Understanding of Rhetoric as Process." **Journal of management Studies**, 41:3, pp.469-491.
- Cerin, P, 2002, "Communication in Corporate Environmental Report", **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, Vol. 9, Hal. 46-66
- Chariri, Anis, 2006, **The Dynamics of Financial Reporting Practice in An Indonesian Insurance Company : A Reflection of Javanese Views on An Ethical Social Relationship**. Unpublished thesis PhD in Accounting, University of Wollongong, Australia
- Cormier, D dan I. M Gordon, 2001, "An Examination of Social and Environmental Reporting Strategies", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 14, No. 5, Hal. 587-616
- David, S. 2002; "Narrative patterns: uses of story in the third age of knowledge management:", **Journal of Information and Knowledge Management**, 1 (1), 2002, pp. 1-6
- Deegan, C dan M Rankin, 1996, "The Materiality of Environmental Information to Users of Annual Report", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 10, No. 4, Hal. 562-583
- Deegan, C dan M Rankin, 1997, "Do Australian Companies Report Environmental News Objectively? An Analysis of Environmental Disclosure by Firms Prosecuted Successfully by The Environmental Protection Authority", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 9, No. 2, Hal. 50-67
- Deegan, C, 2002, "The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 15, No. 3
- Deegan, et al., 2002, "An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure of BHP from 1983-1997, A Test of Legitimacy Theory", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 15, No. 3, Hal. 312-343
- Deegan, C, 2006, **Financial Accounting Theory**, 3rd ed, Sydney : McGraw-Hill Epstein, M J dan M. Freedman, 1994, "Social Disclosure and the Individual Investor", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 7, No. 4, Hal. 94-109
- Gardner, W. and J. Martinko. 1988. "Impression Management in Organizations." **Journal of Management**, 14:2, pp.321-338.
- Ghozali, I dan A. Chariri, 2007, **Teori Akuntansi**, Semarang: BP UNDIP
- Graves, O., D. Flesher, and R. Jordan. 1996. "Pictures and the Bottom Line: The Television Epistemology of Us Annual Reports." **Accounting, Organization and Society**, 21:1, pp.57-88.
- Gray, R; R. Kouhy; dan S. Lavers, 1995, "Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 8, No. 2, Hal. 47-77
- Guthrie, J dan Parker L. D, 1989, "CSR : A Rebuttal of Legitimacy Theory", **Accounting and Business Research**, Vol. 19, No. 76, Hal. 343-352
- Hines, R. 1988. "Financial Accounting: In Communicating Reality, We Construct Reality." **Accounting, Organization and Society**, 13:3, pp.251-262.
- Hoed, B. H., 2008, **Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya**, Jakarta: FIB UI Depok

- Haryamoko, 2008, **Prakata**, dalam Hoed, B. H., **Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya**, Jakarta: FIB UI Depok, 2008
- Hopper, K. and M. Pratt. 1995. "Discourse and Rhetoric: The Case of the New Zealand Native Land Company." **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, 8:4, pp.10-37.
- Idowu, S. O dan I. Pappasolomou, 2007, "Are the Corporate Social Responsibility Matters Based on Good Intention or False Pretences? An Empirical Study of the Motivations Behind the Issuing of CSR Reports by UK Companies", **Corporate Governance Journal**, Vol. 7, No. 2
- Magness, V, 2006, "Strategic Posture, Financial Performance and Environmental Disclosure. An Empirical Test of Legitimacy Theory", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 19, No. 4, Hal. 540-563
- Marcus, A. and R. Goodman. 1991. "Victims and Shareholders: The Dilemmas of Presenting Corporate Policy During a Crisis." **Academy of Management Journal**, 34:2, pp.281-305.
- Mathews, M. R. and M. H. B Perera. 1993. **Accounting Theory and Development**. 2 ed, Melbourne, Victoria: Thomas Nelson Australia
- Matten, D dan A. Crane, 2003, "Corporate Citizenship : Toward an Extended Theoretical Conceptualization", **ICCSR Nottingham University**, No. 04
- Moir, L, 2001, "What Do We Mean By CSR?", **Corporate Governance**, Vol. 1, No.2, Hal. 16-22
- O'Donovan, G, 2002, "Environmental Disclosure in the Annual Report, Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 15, No. 3, Hal. 344-371
- Perelman, Ch. 1982. **The Realm of Rhetoric**. Kluback, W. Notre Dame: The University of Notre Dame Press
- Preston, A. M., C. Wright, and J. J. Young. 1996. "Imag[in]ing Annual Reports." **Accounting, Organization and Society**, 21:1, pp.113-137.
- Roberts, C. B, 1991, "Environmental Disclosures : a Note on Reporting Practices in Mainland Europe", **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, Vol. 4, No. 3, Hal. 62-71
- Schlenker, B. 1980. **Impression Management. The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations**. Monterey, CA.: Brooks/Cole Publishing
- Simpson, L.L. 1999. "The Annual Report: An Exercise in Ignorance?" **Discussion Paper Series 197**, Department of Accountancy and Business Law, Massey University, Palmerston North: December.

**IMPLEMENTATION OF THE TRANSFORMATION OF
LEARNING AND SOCIAL RESPONSIBILITY ACCOUNTING
IN PT VALE INDONESIA - IN THE FRAME OF
SOCIAL ACCOUNTING:
(PHENOMENOLOGICAL APPROACH)**

RISMAWATI

SUHARDI M.ANWAR

SALJU

STIE Muhammadiyah, Palopo, Indonesia

ABSTRACT

This study tried to identify a transformation model of learning undertaken by external actor's in relations with a company PT Vale Indonesia, in implementing their social responsibilities. Philosophically it tied up with the determination of learning transfer for the public, which is a form of commitment on understanding the level of confidence of the actors on corporate social responsibility through CSR of PT Vale Indonesia. The method used to explore the transformation process of learning to the community, is Phenomenology-interpretive approach, and the social responsibility efforts are available in the sustainability report. Phenomenology-interpretive approach will provide us a deep understanding of the meaning of corporate social responsibility and its impact on the company's existence.

Keywords: *education transformation, corporate social responsibility, sustainability reporting, semiotic, rhetoric's.*

INTRODUCTION

The last few decades" disclosure practices of corporate social responsibility (CSR), especially into environmental and social aspects, began to increase. Various studies have been conducted by several researchers on social responsibility (Ghozali and Chariri, 2007). The study of the CSR is not only carried out with positivist approach but also applies through interpretive approach and critical theory (Deegan, 2002). In the context of accounting, several studies on CSR have been discussed in the book accounting theory in different sections (Mathew & Perera 1996; Deegan 2006). Most empirical studies were focused on annual reports that analyze the disclosure of companies corporate social responsibility. The annual report is regarded as the most important to all used by the companies to communicate with the stakeholders of the company (Branco and Rodrigues, 2006). The study examines the disclosure of social and environmental criteria in the annual report that has improved over time, both in the form of number of companies, who make disclosures and based on the amount of information reported (Branco & Rodrigues 2006; Buhr 1998; Cerin 2002; Cormier & Gordon 2001; Deegan & Rankin 1996, 1997; Deegan 2002).

LITERATURE REVIEW

CSR-related issues tend to be examined in the context of factors that affect the disclosure of CSR (Idowu & Pappasolomou 2007; Magness 2006; O'Donovan 2002; Deegan 2002; Guthrie & Parker 1989; Roberts 1992; Deegan & Gordon 1996; Deegan and Rankin 1997). Most of these studies are based on the paradigm of positivism by using mathematical and statistical analysis. Nevertheless, as part of the accounting and reporting, CSR is not a practice which is static and ignores several aspects of social dynamics (Hines 1988).

Accounting is a dynamic practice that is formed with an interaction between the individual and environment (Chariri 2006). In the perspective of social construction, as claimed by Hines (1988), financial reporting practices not only provides quantitative information, but also presents other information such as narrative text, images, tables, and graphs (David, 2002) which are part of sustainability reports. Sustainability narrative report contains texts, images, tables, and graphs with a description of implementation of sustainability. Sustainability reporting can be designed by management as rhetorical stories to form the image of the wearer through the use of narrative text. Narrative text (narrative text) is the part that plays an important role for companies in shaping the image of the company. Narrative text includes the following management discussion and analysis in addition to the verbal communication delivered by directors and commissioner (David 2002; Yuthas et al. 2002).

Through the narrative text, the company is actively trying to form a positive image and avoid the negative image (Gardner & Martinko 1988). The way that companies used to send messages through sustainability reporting, which is part of corporate communications strategy, is used to build public confidence. However, not much research is focused on the issue of basics of narrative aspects. The above arguments, in this study is intended to analyze the rhetoric used by management in the implementation of sustainability reporting and attempted to answer the question of „how and the need“ of a company to disclose CSR information in the report.

Zohar and Marshall (2004) mapped the motivation of CSR disclosure into four groups which affect the activities of today's business world, viz., competition, anger, greed and fear. In this research, it is found that one of the most core values underling all activities of the company include „no business interruption“, where the company does not want to have any interference in their business activities within or outside. A notion of this will affect all settings and the life and activities of the company. Some of these include unruly conduct, discipline and safety, when referring to what is disclosed by Zohar and Marshal of the core values that led to the motives, anger and greed.

No business interruption also influences the behavior of companies in the implementation of social responsibility. And how these patterns of relationship of multi-stakeholders in an effort to realize the desire CEO (Chief Executive Officer) is coined with the phrase his "magic". When

we look at the concept carefully the implicit meaning of 'no business interruption' will be fine for the sustainability of the company, if it is with „no business interruption“ in the form of the company's best action and actualization of the natural environment, communities. But if the question is "instantaneous action," no business interruption is a disaster for the company itself because it would create public skepticism. For the people who are on surrounding, this would be a calamity, which will be passed on to subsequent generations, where the implementation of social responsibility of company, only as "lip service".

RESEARCH METHODS

The research is based on the ontology that reporting of sustainability reporting is a „story of commitment by companies“, the way and the results that have been done by the actors in relation to CSR, with the support of communication media (Cerin, 2002). On the basis of such interpretation the selection of research methods are prepared within the scope of the interpretive paradigm, and with the support of phenomenology approach. Since because the real truth is born and visible, is the truth that is to be believed by those actors (Schutz,1899). The process of understanding the behavior is understood as a process understanding in which actors use the construct „interpretation on life experience“ and „body of knowledge“ (the stock of knowledge) or „the general understanding“ (common-sense understanding), so that through the use of types can be classified and organized realities of life there (Burrell & Morgan, 1979).

RESULT AND DISCUSSION

As a company that has been operating in Indonesia for more than 40 years, it was appropriate PT Vale Indonesia Tbk, feel partly responsible for the welfare of the communities around its operations. To achieve one of the objectives of the company, that is to strengthen partnership and cooperation with the government, employees, and local communities, the community development aspect should be implemented with a strong determination and commitment of from all parties involved. This effort requires an evaluation of the implementation of community development programs that have been done so far to achieve its goal of empowering the community or such programs should answer the basic needs of society. In this study, researchers tried to analyze how the communication process conducted by PT Vale Indonesia Tbk supported in promoting community development program whereby to see the sustainability of the Community Development programs, through its implementation by PT Vale Indonesia Tbk.

One brief cues delivered by CEO of PT Vale Indonesia in a special edition of the Sustainability Report (2014) that gives an idea about it that “all that is rightfully for our communities should produce safely and smoothly”. Articulation of this statement by the CEO is ultimately interpreted by the manager of external relations in the form of actualization of corporate social responsibility. With reference to the accountability of stakeholders, the company's relationships with multistakeholders provides a broad overview of social responsibility carried by the company. In order to examine more into the term the "magic phrase" as CEO used to mentioned, it is essential to look into „how such statements influence the core values“ of the DARP perspective, especially on three departments namely Environmental, Health and Safety (EHS) department, Mining and Process Plant department, as well as External Relation department. This research thus followed intensively with key informants who have transformed this learning during the past 18 years. The key informants here in this research include are 8 respondents with

the initials Ich, Mft, Bgs, Er, Dcy, Asm and Sor; and they are divided into three departments mentioned above.

Abstracts from interview below describe „how the transformation process are going on in society under the control of the company's core values“.

Transformation of learning in external relation

Transcripts 9 recorded the extent of the success of external relations that has trained people to move on:

Unfortunately, though community development program has been running 25 years, the changes produced are not as lucrative as the picture we get from the sustainability report ... this becomes a burden for our own types (external relations department) especially when the complaints from the public are in the form of demonstrations, which has resulted operational constraints of the company's activities.

The interviews suggest a response of dissatisfaction with what is happening in the receiving communities with the community development program. Sustainability report explanation in each year has indicated that the program was successful; but in reality it is not same as that reported in the paper. Robbin (2003) and Dayaksini and Yunardi (2004) have provided a justification in this regard that CD will form the company's core values of behavior for everyone who are involved in the organization. This is affirmed by a brief statement delivered by Mft;

We finally will be doing things outside of „common ways“ when we meet with things which are in need to be addressed urgently like getting money that does not exist in the work program schedule but we must do it quickly on target, so that there is no interference in the production process.

Description of Zohar and Marshall (2004) about the motivation of business enterprises which is incorporated in their actions could be seen in the excerpt of the interview, in which the actor companion CSR companies are worried when a smaller grievances of local communities comes up, that disrupt the production process. Besides excerpts of the interview above can be interpreted that the company does not expect profit, which is disturbed by in any case and the motivation of greed and anger are clearly delineated on a quote from the above information.

Ich added;

Actually it does not have to happen; when people assess the company as a partner or friend who can deliver it to be more independentand now the opposite things are happening. They think the company is a „dairy cow“ at any time can take out „milk „whenever they want. Now what happens is even with the implementation of community

development programs, in reality, there is no significant change at community level. Community still depends on us; and they do not want to change. Their mindset is messy and they never understand that this program is to release its long term dependence on the company for sustenance. They actually they made the CD programs as a toy to play around for weak reasons. If we let it go, they show their annoyed face and go back!!

Complaints team indicates that community development funds are quite reasonable, because the awareness of the existence of the company is acting as a „shelter“ where they can lead to huge economic inequality (between employees and the public) making an effort to do continuous mentoring. The success of external relations department of the environment is evaluated by the creation of harmonization of society, so that the disruption of the production process will not occur, due to external reasons.

But a paradigm shift is expected by the company. The company cannot run smoothly, if the people who are used to fund community development are described as „fire bush“ and just miss the opportunity to get cash from the company. So, management will be in the shadows of the past experiences that the community development funds would only be issued when uproar or the agitations happens and make the company operations or the production process, stand still. In essence, a lack of understanding of the functions management on community funds will be highly disruptive for any development which is initiated by the company, since long back. In conclusion it is seen that the process of learning transformation of corporate social responsibility (CSR) is only limited as a „lucrative word“ which does not have any meaning.

Transformation of learning in the context of EHS

The department has its own measure of the value of human beings, and it is echoed in every place, where ever the employees always come together. For example in the main bus station, bus agency employees to work in the spaces of the lettering "Men of quality will produce a quality nickel safe." The three main words contained in the slogan that is yielding, quality and safe. As it is indicated in the first and second term, lies with the profit-orientation of the company, and the third term emphasis on safety which is transforming learning company culture to all employees. The sentence clearly gave instructions that if you want to be called as human, who has the qualities, means he/she must be able to produce nickel which is qualified in accordance with the system formatted with production machines. One need to be completed with tutorials and strict rules. These tutorial and rules must always be obeyed, since it is the mostly avoid accidents.

Zohar and Marshall (2005) in this context indicates that the essence of capitalism and other business in general, dwells the very narrow meaning of being „human“ and what it means to be a human. Humans are only evaluated by the thirst for profit and through capacity of consumption. Employees are usually evaluated by the production capacity. Employees are not seen as someone who appreciates certain things. They are people who have loyalty and spirit, who are trying hard, looking for quality of life, and expecting meaning of the existence as a human being. However it

is evaluated unfortunately with „how much he can contribute to profits“ and for sure, it will end up only at material concepts.

Still a review about the implied meaning of the motto of the above, especially at points "safe". Rusdadi, manager of Supply Chain Management revealed that „no activity without the safety instructions to all employees at all levels to set an example for his subordinates to conduct safety“ (environmental report Special Edition 2014; 42). Safety is a necessity and is reminiscent of the proverbial words, very rarely heard as "keep going better than cure". Doing activities with no safety means deliberately inviting calamities. And the loss will be perceived by the employee and the company. For companies that are readily conspicuous is the cost of treatment and benefits to families, if a disaster occurs in the worst conditions (fatal). But more than the cost what is visible is the cost for a reassessment of the security work which is forty-fold. Protection process on the worst possible for the company to run production activity is with this safety culture. Even SDQ said that the extent of the consequences of the behavior of safety for employees at several levels due to negligence employees. This will stop only at some procedures with the termination of employment, if this behavior is not heeded.

It is very important to be known by all that an accident have fatal consequences that are in the territory, where corporate responsibility moves with the company's expense, in terms of both financial and revaluation of the security system. If the accumulation of the number of accidents occurred in the area reaches five events, with five fatal victims in a year, according to government regulations, the company must be closed. The consequence of all this is what makes the company very cautious and serious in handling safety.

Very likely the business will be interrupted if the employees won't pay attention to the safety culture. The worst consequences will be paid by the company if there is lack of safety. For that, it is speculated that when an employee enter into the site for work, the site plan notice board extend warning like "Do you have safety knowledge? Your identity card is with you? And then just follow "this year's production target is 168 million pound, and increase morale, loyalty to the company's production target lies in safety".

Major factor evaluated in this context in relation with company's current year's production target is the commitment between the company and the owners of capital. It must always be reminded to all employees. The question is whether the team work for a successful achievement of production targets needs to be reminded? This statement is closely related to a profit targeted by the company. As business enterprises, certainly be Profit Oriented PT.VI want to target the profit with utmost safety practice.

Being visited into the mine area, the researcher went through some management procedures and safety compliances check (in this case the company has provided all the equipment which the researcher uses it for as long as it is in the study period). The researcher used clothes of employees, with boots, helmet, glasses, ID cards and special masks for the plant site (Mine). Researcher passed the four-door screening that serves to check the completeness of safety that used to and prevent the possibility of disaster in the factory. Researcher feels that there is a familiarity between the superintendents (DKY pack) with all employees in every region the group stopped. Many areas where the researcher could not see the greetings between eyes, with sound, handshakes and hugs, which seldom enable to describes it as a comfortable working atmosphere among employees and superiors.

Finally the group came out of the territory of the factory, to the place of rehabilitation after the mine. In the course of DKY it is recalled that the safety behavior, we apply to all employees will form their behavior beyond the mine environment. The employees who have been working here must wear gloves before doing any activity and they certainly use boots when it will go into the garden. It is disclosed by DKY with an another incident that it is sure enough to imagine the safety practices, where some neighbors of my mother who has worked for decades in this PT.VaIe , 'even at home the employees wear gloves and shoes'. This is the successful transformation of learning performed by PT.VI all its employees so that this behavior is transmitted to people other than employees. Because they are in the same environment, interacting with the safety environment and such behaviors are formed from the company easily will be transmitted to the wider environment.

Transformation of learning in the context of Mining and Process Department

The department is fully responsible of the production process and rehabilitation. Target and quality of production became the main burden. Some reflections of this department superintendent is very surprising; when he reveals the truth to say;

"The mining company is a company that lives by managing natural resources. They are not renewable. Consider the coal mines, and having exhausted the source of coal in dredging at the bottom of the earth, it will not grow more coal in the area. As in a gold mine, after gold ore discharged in dredger and in the process, it will not appear again in the area of gold ore. Likewise with PT. VIafter we finished mining in this mountain the nickel content in this area will be depleted and no longer Nickel ore will be appeared in this area. In addition to that it would not be able to return to normal, and it takes hundreds years of ground to recover back, be able to grow large trees as usual"

Showing the enthusiasm to be interviewed, the father was so eager to tell the burden and responsibility of this department. He talks about the damage caused by the mining company's production process. From the tone, there is no feeling regret and but saddened by what has been done to nature. Then he continued...

The department is unique; we have a duty to "ruin" as well fix what we have broken as in the original form. For example if we advance the production of shaped mountain with umpteen meters altitude and slope into so many degrees. So when it needs to be rehabilitated, then we will form it into their original form. But clearly, not as perfect as anything returns as they are, remain well, though not able to recover as usual...!

Unfortunately employees on duty at the time of exploration and rehabilitation are not the same, so they could not take lessons from the process. This department is the key department (although all departments have their respective roles to support the objectives of the company). However, this department is in direct contact with the production targets set by the company. In addition the department has an area of "power" is very broad, so that things that cause interruption in business really could have happened in this department. Summarizing the results of exposure above with the support of phenomenological approach, this has led to a complete understanding of the articulation of the CEOs word "magic phrase", The researchers interviewed each department within the company to explore the concept. The statement of CEO „Magic phrase“, in a real context, is implemented and interpreted differently by each department to realize the "desire" of CEO.

CONCLUSION

The Meaning of No Business Interruption

Department mining: The provision of land ready for mines before it is mined and the land temporarily depleted. Recovery of the land after mining in accordance with the standards set by the government, as a condition for opening new land.

Department Process plan: Processing of raw materials to the existing system in an effort to maintain the quality of production, Obey the rules of production and abiding culture of safety in anticipation of accidents.

Department environmental, health and safety: Handling the environment in terms of both confectionary production waste and pollution according to the standards set by the government. This meant that no claims from external parties that may impede the course of production, promoting a culture of safety, in order to prevent accidents.

Department External relation: Establishment of a harmonious relationship between the multi stakeholder so as to create a safe and comfortable atmosphere in productive activity, Not going social unrest that would interfere with the course of production, and processing of corporate social responsibility in order to achieve optimal level for CEO.

CEO magic phrase inspired regional director of external relations and in establishing the company's relationship with the stakeholders of the company. Understanding of the concept of stakeholder accountability built by the company as a partnership not focusing on stakeholders as

objects, but by leading to a form of collaboration between the two. Partnership embodied in the interaction between these stakeholders is basically a form community development (community development) as the estuary of corporate social responsibility.

REFERENCES

- Aerts, W. (1994). On the Use of Accounting Logic as an Explanatory Category in Narrative Accounting Disclosures. *Accounting, Organization and Society*, 19(4/5), 337-353.
- Arnold, C. C. (1982). *Introduction, in the Realm of Rhetoric*. Ch. Perelman ed (Eds).
- Kluback, W. (1981). *Notre Dame: The University of Notre Dame Press*, p.8-20.
- Ashforth, B. E. & B. W. Gibbs. (1990). The Double-Edge of Organizational Legitimizing. *Organization Science*, 1, 177-194.
- Barthes, R. (1964). Rhetoric of the Image. *Communications*, pp.37-51. (reproduced in Gray, A., & McGuigan, J. (1997), *Studying Culture: an Introductory Reader*, Arnold)
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Communication of CSR by Portuguese Banks, *International Journal of Corporate Communication*, 11(3), 232-248
- Buhr, N. (1998). Environmental Performance, Legislation and Annual Report Disclosure: The Case of Acid Rain and Falconbridge, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 11(2), 163- 190.
- Carruthers, B. G. (1995). Accounting, Ambiguity, and the New Institutionalism. *Accounting, Organization and Society*, 20(4), 313-328.
- Carter, P., & Jackson. N. (2004). For the Sake of Argument: Towards an Understanding of Rhetoric as Process. *Journal of management Studies*, 41(3)469-491.
- Cerin, P. (2002). Communication in Corporate Environmental Report. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 9, 46-66.
- Anis, C. (2006). *The Dynamics of Financial Reporting Practice in An Indonesian Insurance Company: A Reflection of Javanese Views on An Ethical Social Relationship*. Unpublished thesis PhD in Accounting, University of Wollongong, Australia.
- Cormier, D., & Gordon, I. M . (2001). An Examination of Social and Environmental Reporting Strategies, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 14(5), 587-616.
- David, S. (2002). Narrative patterns: uses of story in the third age of knowledge management: *Journal of Information and Knowledge Management*, 1(1), 1-6.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1996). The Materiality of Environmental Information to Users of Annual Report, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 10(4), 562-583.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1997). Do Australian Companies Report Environmental News Objectively? An Analysis of Environmental Disclosure by Firms Prosecuted Successfully by The Environmental Protection Authority, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(2), 50-67.
- Deegan, C. (2002). The Legitimizing Effect of Social and Environmental Disclosure – Theoretical Foundation, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3).
- Deegan., Rankin., & Tobin (2002). An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure of BHP from 1983-1997, A Test of Legitimacy Theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 312-343.

- Deegan, C. (2006). Financial Accounting Theory, 3rd ed, Sydney : McGraw-Hill Epstein, M J dan M. Freedman, 1994, Social Disclosure and the Individual Investor, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 7(4), 94-109.
- Gardner, W., & J. Martinko (1988). Impression Management in Organizations. *Journal of Management*, 14(2), 321-338.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007), Accounting Theory, Semarang: BP UNDIP Graves, O., D. Flesher, & Jordan. R. (1996). Pictures and the Bottom Line: The Television Epistemology of Us Annual Reports. *Accounting, Organization and Society*, 21(1), 57-88.
- Gray, R; R., Kouhy; & S. Lavers, (1995). Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Guthrie, J., & Parker L. D, (1989). CSR : A Rebuttal of Legitimacy Theory, *Accounting and Business Research*, 19(76), 343-352
- Hines, R., (1988). Financial Accounting: In Communicating Reality, We Construct Reality. *Accounting, Organization and Society*, 13(3), 251-262.
- Hoed, B. H., (2008). *Semiotics and Social Dynamics of Culture*, Jakarta: FIB UI Depok
- Haryamoko (2008). Foreword, in Hoed, B. H., *Semiotics and Social Dynamics of Culture*, Jakarta: FIB UI Depok, 2008
- Hopper, K., & Pratt. M. (1995). Discourse and Rhetoric: The Case of the New Zealand Native Land Company. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(4), 10-37.
- Idowu, S. O., & I. Pappasolomou, (2007). Are the Corporate Social Responsibility Matters Based on Good Intention or False Pretences? An Empirical Study of the Motivations Behind the Issuing of CSR Reports by UK Companies, *Corporate Governance Journal*, 7(2).
- Magness, V., (2006). Strategic Posture, Financial Performance and Environmental Disclosure. An Empirical Test of Legitimacy Theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 19(4), 540-563
- Marcus, A., & Goodman. R. (1991). Victims and Shareholders: The Dilemmas of Presenting Corporate Policy During a Crisis. *Academy of Management Journal*, 34(2), 281-305.
- Mathews, M. R., & Perera, M. H. B. (1993). Accounting Theory and Development. 2 ed, Melbourne, Victoria: Thomas Nelson Australia.
- Matten, D., & Crane, A. (2003). *Corporate Citizenship : Toward an Extended Theoretical Conceptualization*, ICCSR Nottingham University, No. 04. Moir, L, (2001). What Do We Mean By CSR?, *Corporate Governance*, 1(2), 16-22.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental Disclosure in the Annual Report, Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 344-371.

- Perelman, C.H. (1982). *The Realm of Rhetoric*. Kluback, W. Notre Dame: The University of Notre Dame Press.
- Preston, A. M., Wright, C., & Young J. J. (1996). Imagining Annual Reports. *Accounting, Organization and Society*, 21(1), 113- 137.
- Roberts, C. B. (1991). Environmental Disclosures : a Note on Reporting Practices in Mainland Europe, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 4(3), 62-71.
- Schlenker, B. (1980). *Impression Management. The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Monterey, CA. Brooks/Cole Publishing.
- Simpson, L.L. (1999). *The Annual Report: An Exercise in Ignorance?* Discussion Paper Series 197, Department of Accountancy and Business Law, Massey University, Palmerston North: December.