

SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI *STAKEHOLDER* ATAS *SUSTAINABILITY REPORT* PT VALE INDONESIA TBK

JANSSEN REKSA RANTELANGI



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI *STAKEHOLDER* ATAS *SUSTAINABILITY REPORT* PT VALE INDONESIA TBK

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**JANSSEN REKSA RANTELANGI
A031171320**



kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI *STAKEHOLDER* ATAS *SUSTAINABILITY REPORT* PT VALE INDONESIA TBK

disusun dan diajukan oleh

JANSSEN REKSA RANTELANGI
A031171320

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 8 Juni 2022

Pembimbing I



Dr. Ratna Ayu Damayanti, S.E., Ak., M.Soc.Sc, CA
NIP 196703191992032003

Pembimbing II



Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., Ak., M.Si., CA
NIP 1966022019944122001

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. H. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., CA
NIP 196503071994031003

SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI *STAKEHOLDER* ATAS *SUSTAINABILITY REPORT* PT VALE INDONESIA TBK

Disusun dan diajukan oleh

JANSSEN REKSA RANTELANGI
A031171320

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **21 Juli 2022** dan dinyatakan telah
memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Ratna Ayu Damayanti, S.E., Ak., M.Soc, Sc, CA	Ketua	1
2.	Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., Ak., M.Si., CA	Sekretaris	2
3.	Dr. Darwis Said, S.E., Ak., M.SA, CSRS, CSRA	Anggota	3
4.	Dr. Nadhirah Nagu, S.E., Ak., M.Si, CA., CSRS., CSRA	Anggota	4

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. H. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., CA
NIP 196503071994031003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangandi bawah ini:

nama : Janssen Reksa Rantelangi

NIM : A031171320

departemen/program studi : Akuntansi/strata 1 (S1)

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

ANALISIS PERSEPSI *STAKEHOLDER* ATAS *SUSTAINABILITY REPORT* PT VALE INDONESIA TBK

adalah hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 1 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
R. 20
METERAL
TEMPET
7365CAKX013999445

Janssen Reksa Rantelangi

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan hanya kepada ALLAH TRITUNG GAL BAPA, PUTRA, dan ROH KUDUS atas kasih dan berkat-Nya dan naungan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Persepsi *Stakeholder* atas *Sustainability Report* PT Vale Indonesia Tbk”, sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari keterlibatan berbagai pihak yang telah membantu. Pertama-tama, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Hj. Ratna Ayu Damayanti S.E., Ak., M.Si., M.Soc., SC., CA., serta Ibu Dr. Hj. Sri Sundari S.E., Ak., M.Si., CA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu serta pengetahuan untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Tidak luput pula penulis berterima kasih kepada Bapak Dr. Asri Usma S.E., Ak., M.Si selaku pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis selama menjalani proses perkuliahan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua terkasih, Bapak Yusuf Kassa' Sipatu dan Ibu Alfrida Ta'dung Allo yang telah banyak memberikan dukungan material, motivasi, dan doa bagi penulis selama menjalani perkuliahan serta menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada adik terkasih, Nicola Septriyonet serta partner terkasih, Nurul Ramadani Danial, yang telah banyak mendampingi dan mendukung penulis dalam berbagai hal, khususnya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada sahabat penulis, Willy Reinhard Malissa, yang telah menjadi kawan seperjalanan dalam melakukan

penelitian. Tidak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap aparaturnya dan warga Kecamatan Nuha, serta teman-teman WALHI, Jurnal Celebes, serta Wallacea yang telah bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan penulis dalam Menyusun skripsi ini.

Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil bagi penulis, kepada keluarga besar IMA FEB-UH, keluarga besar PMKO FEB-UH, kawan-kawan KMK FEB-UH, rekan-rekan pengurus Senat FEB-UH periode 2019-2020, teman-teman IMMORTAL, serta pihak-pihak lain yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, penulis benar-benar menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan oleh karena itu, dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang dapat membantu penulis mengembangkan pengetahuan dan wawasan untuk kedepannya.

Makassar, 1 Agustus 2022

Penulis

Janssen Reksa Rantelangi

ABSTRAK

Analisis Persepsi Stakeholder Atas Sustainability Report PT Vale Indonesia Tbk

The Analysis of Stakeholder's Perception on Sustainability Report of PT Vale Indonesia Tbk

Janssen Reksa Rantelangi
Ratna Ayu Damayanti
Sri Sundari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi *stakeholder* eksternal PT Vale, yaitu masyarakat dan NGO, tentang legitimasi PT Vale melalui program CSR yang diungkapkan dalam *Sustainability Report* PT Vale. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang bersumber dari pernyataan langsung NGO dan masyarakat yang dikumpulkan dengan teknik wawancara mendalam. Hasil pengumpulan data dianalisis dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa terdapat kesesuaian antara harapan *stakeholder* dengan kinerja PT Vale melalui program CSR. Namun, masih terdapat dominasi kesenjangan legitimasi atas CSR PT Vale yang diungkapkan dalam *Sustainability Report* PT Vale.

Kata kunci: legitimasi, kesenjangan legitimasi, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Sustainability Report*.

This research aims to analyze the perceptions of PT Vale's external stakeholders, namely the social community and NGOs, about PT Vale's legitimacy through its CSR program as disclosed in the PT Vale Sustainability Report. The data used in this study are primary data sourced from direct statements from NGOs and the community which were collected using in-depth interviews. The results of data collection were analyzed by qualitative methods using a descriptive approach. The results of the study illustrate that there is a congruence between stakeholder expectations and PT Vale's performance through the CSR program. However, there is still a dominant gap in the legitimacy of PT Vale's CSR as disclosed in PT Vale's Sustainability Report.

Keyword: legitimacy, legitimacy gap, Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainability Report.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Legitimasi.....	11
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.1.3 Paradigma Penerapan CSR	16
2.1.4 <i>Sustainability Report</i>	19
2.2 Kerangka Pikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Kehadiran Peneliti.....	25
3.3 Lokasi Penelitian	25

3.4	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Analisis Data.....	28
3.7	Pengecekan Validitas Temuan.....	31
3.8	Tahapan-Tahapan Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	33
4.1.1	Gambaran Umum Kecamatan Nuha.....	33
4.1.2	Gambaran Umum <i>Non-Governmental Organization</i>	35
4.1.3	Profil Singkat PT Vale Indonesia Tbk.....	40
4.2	Hasil Temuan Penelitian.....	48
4.2.1	Dampak Operasional Penambangan PT Vale.....	48
4.2.2	Realisasi Program CSR PT Vale.....	51
BAB V PERSEPSI MASYARAKAT DAN <i>NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION</i> (NGO) TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR DALAM <i>SUSTAINABILITY REPORT</i> PT VALE.....		55
5.1	Persepsi Masyarakat Terhadap CSR PT Vale.....	55
5.2	Persepsi <i>Non-Governmental Organization</i> (NGO) Terhadap Program CSR PT Vale.....	61
5.3	CSR PT Vale Berdasarkan Teori Legitimasi.....	65
5.4	Implikasi Persepsi Masyarakat dan NGO atas <i>Sustainability Report</i> PT Vale Terhadap Status Legitimasi PT Vale Indonesia Tbk.	69
BAB VI PENUTUP.....		77
6.1	Kesimpulan.....	77
6.2	Saran.....	78
6.3	Keterbatasan Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....		80
Lampiran 1: Biodata.....		82
Lampiran 2: Daftar Pertanyaan Wawancara.....		83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
3.1 Analisis Data Kualitatif Model Interaktif	30

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1: Ikhtisar Keberlanjutan Lingkungan PT Vale.....	44
Tabel 4.2: Ikhtisar Keberlanjutan Sosial PT Vale	46
Tabel 5.1: Peristiwa (<i>event</i>) dan Legitimasi PT Vale	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1: Biodata.....	81
Lampiran 2: Daftar Pertanyaan Wawancara.....	82

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meluasnya industrialisasi membawa pengaruh terhadap perkembangan pasar bebas. Untuk mendorong kemajuan industri, Indonesia membuka kesempatan bagi perusahaan-perusahaan untuk berinvestasi dan menjalankan usahanya di wilayah Indonesia. Karenanya, izin usaha yang diberikan oleh negara terhadap pelaku industri melegitimasi hak perusahaan untuk menjalankan industrinya di lingkungan masyarakat. Namun, aktivitas industri perusahaan tidak hanya membawa dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi, namun juga berimplikasi terhadap munculnya berbagai masalah ekologi dan sosial.

Kegiatan bisnis, terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Aktivitas eksploitasi sumber daya alam pun tak jarang menyebabkan konflik lahan antara masyarakat dengan perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan kerugian bukan hanya di pihak masyarakat, namun bagi perusahaan. Kurangnya perhatian perusahaan terhadap lingkungan operasionalnya dapat menyebabkan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang berimplikasi terhadap status legitimasi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya di lingkungan sosial masyarakat.

Menanggapi kondisi seperti ini, John Elkington (1998) dalam bukunya "*Cannibals with Forks*", menawarkan paradigma "*Triple Bottom Line*" sebagai solusi alternatif dalam menjamin kepentingan perusahaan dalam meningkatkan profitnya, namun tidak mengabaikan kepentingan masyarakat serta pelestarian

alam. Paradigma yang ditawarkan Elkington ini mendukung terlaksananya pembangunan berkelanjutan, yaitu prinsip pembangunan yang menjamin tindakan kita (kegiatan bisnis) hari ini tidak membatasi generasi mendatang dalam hal pilihan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Artinya, pembangunan berkelanjutan memberikan kesempatan bagi generasi mendatang untuk dapat tetap menikmati dan memanfaatkan sumber daya yang sama seperti generasi saat ini.

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu bentuk atau manifestasi dari agenda pembangunan berkelanjutan. Praktik CSR dalam perusahaan selain memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan, juga memberikan manfaat bagi keberlanjutan perusahaan. Selain untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat untuk mengelola sumber daya alam serta memperoleh tenaga kerja, program CSR dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan di mata *stakeholder*, serta meningkatkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Selain itu, beberapa pakar berpendapat bahwa aktivitas CSR dapat menghasilkan sejenis *moral capital* atau jaminan yang dapat mengurangi reaksi negatif *stakeholder* dalam situasi dimana perusahaan gagal melaksanakan keinginan mereka (Beal, 2014).

Di Indonesia sendiri, pelaksanaan CSR diatur dalam beberapa landasan hukum, di antaranya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) Pasal 1 angka (3) yang menyatakan bahwa “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Selain itu, pelaksanaan CSR juga diatur dalam beberapa undang-undang lainnya di antaranya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup,

Undang-Undang Nomor 22 tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, serta berbagai aturan hukum lainnya.

Kendati sudah diatur dalam Undang-Undang, nyatanya masih terdapat berbagai kasus yang menunjukkan kelalaian perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Contohnya, pada tahun 2015 sampai tahun 2018, PT Indominco Mandiri yang merupakan perusahaan tambang batubara yang beroperasi di kawasan Kalimantan Timur, terbukti melakukan pelanggaran CSR karena menyebabkan pencemaran udara, air dan tanah dengan melakukan pengelolaan limbah B3 *fly ash* dan *bottom ash* sebanyak 4000 ton. Kasus lainnya berkaitan dengan kelalaian pelaksanaan CSR antara lain penambangan pasir laut di wilayah Sangkarrang yang merupakan wilayah tangkap nelayan Kodingareng yang dilakukan oleh PT Royal Boskalis pada tahun 2020, pembuangan limbah cair yang melebihi ambang baku mutu serta ditemukannya zat ammonia (NH₃) yang cukup tinggi pada hilir outlet PT Tjiwi Kimia di daerah Balongbendo pada tahun 2014, serta kasus penambangan PT Timah Tbk yang dilakukan di wilayah tangkap nelayan di area perairan Bedukang pada tahun 2021 yang menyebabkan menurunnya jumlah tangkapan ikan nelayan Laut Matras sampai Pesaren di Kabupaten Bangka. Aktivitas perusahaan yang merugikan masyarakat ini tentunya berdampak pada reputasi perusahaan yang dinilai berdasarkan kegiatan CSR-nya. Lebih buruknya lagi, hal ini berdampak pada menurunnya kualitas hidup masyarakat yang menerima dampak dari aktivitas perusahaan ini.

Meskipun terdapat banyak perusahaan yang lalai dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya, namun ada pula perusahaan yang aktif dalam mengimplementasikan program CSR serta melaporkan program CSR tersebut di dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan perusahaan. Salah satu perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR adalah PT Vale Indonesia

Tbk. Sejak tahun 2017, PT Vale telah mengungkapkan informasi CSR-nya dalam laporan terpisah yang disebut *Sustainability Report*. Pada tahun 2020, PT Vale mempublikasikan laporan keberlanjutan perusahaan atau *Sustainability Report* dengan tema "*Reinforcing and Inspiring*". Topik material dalam laporan mengalami perubahan dari periode sebelumnya, yaitu mengganti topik "Kepatuhan Lingkungan" menjadi topik "Emisi" dan "Energi". Pemilihan topik material "Energi" dan "Emisi" dipilih agar kinerjanya dapat dikelola dan dipantau secara maksimal. Dalam laporan keberlanjutannya, PT Vale membagi bentuk CSR ke dalam tiga kelompok besar, yaitu tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan. Program tanggung jawab ekonomi diwujudkan dengan adanya kinerja produksi, ekonomi, serta pelibatan investor lokal dalam bisnis perusahaan. Program tanggung jawab sosial dilaksanakan dalam bentuk kontribusi dalam penanganan Covid-19, pelatihan karyawan, penanganan keselamatan dan kesehatan kerja, program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM), serta donasi dan pemberian bantuan di luar PPM. Tanggung jawab lingkungan PT Vale diwujudkan dalam kegiatan pengendalian emisi, pemanfaatan energi rendah karbon, pengelolaan limbah, pengelolaan lahan, pemanfaatan energi terbarukan, serta penanaman pohon dalam menunjang keanekaragaman hayati. Sayangnya, kinerja lingkungan PT Vale mengalami penurunan dari peringkat hijau pada tahun 2019 menjadi peringkat biru pada tahun 2020 berdasarkan PROPER.

Program CSR yang termuat dalam *Sustainability Report* yang dipublikasikan PT Vale tentunya memberikan keunggulan kompetitif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat (Putri dan Suwitho, 2015). Beberapa penelitian membuktikan bahwa pengungkapan CSR memiliki

pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Solikhin, dkk (2021), Ramayani dan Suriyanti (2018), serta Yuliyanti (2019) menghasilkan kesimpulan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR menjadi jembatan bagi perusahaan dalam berinteraksi dengan para pemangku kepentingannya. Laporan tentang kegiatan CSR dalam *Sustainability Report* menyediakan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi antara perusahaan dengan lingkungan sosial dan fisiknya sebagaimana yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews:1985). Informasi CSR yang termuat dalam *Sustainability Report* memiliki nilai lebih sebab terdapat prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh, serta alat pengukuran terhadap kinerja perusahaan. Karenanya, *Sustainability Report* menjadi strategi perusahaan untuk mempengaruhi atau mengontrol persepsi masyarakat sekaligus meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan tersebut memiliki legitimasi dalam menjalankan usahanya. Karenanya, manajemen perusahaan sebagai pihak yang menjalankan strategi perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan arah pengungkapan kinerja sosial dan lingkungannya kepada para *stakeholder*, baik melalui *Sustainability Report*, *annual report*, maupun media lainnya.

Namun, permasalahan yang muncul dalam pengungkapan *Sustainability Report* adalah proporsi kepada siapa pengungkapan ditujukan. Sekalipun beberapa praktisi berpendapat bahwa pengungkapan informasi CSR merupakan mekanisme praktis dalam mewujudkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan kepada *stakeholder* eksternal seluas mungkin, namun beberapa akademisi berpendapat bahwa bisnis akan berfokus pada permintaan

stakeholder yang memiliki kekuatan ekonomi lebih dalam perusahaan ketika memformulasikan praktik pengungkapan informasi CSR-nya. Akibatnya, *stakeholder* yang memiliki kekuatan ekonomi yang kecil dalam bisnis, seperti lembaga swadaya masyarakat atau masyarakat terdampak aktivitas perusahaan, akan cenderung termarginalisasi sebagai *stakeholder* pengguna laporan CSR (O'Dwyer, dkk:2005).

Non-Governmental Organisations' (NGO) atau Lembaga Swadaya Masyarakat merupakan organisasi yang memainkan peran penting dalam mewakili pandangan kelompok khusus seperti masyarakat yang memiliki pengaruh ekonomi rendah terhadap perusahaan atau memberikan pandangan berkaitan dengan isu-isu sosial dan lingkungan. Mereka terkadang bertindak untuk mengimbangi aktivitas dan opini kelompok kepentingan yang memiliki kekuatan ekonomi yang tinggi dalam perusahaan.

Selain Lembaga Swadaya Masyarakat, salah satu *stakeholder* external perusahaan lain yang sering termarginalisasi dalam praktik pengungkapan CSR adalah masyarakat yang terdampak aktivitas perusahaan. Kedua kelompok *stakeholder* eksternal ini meskipun kurang memiliki kekuatan ekonomis dalam perusahaan, namun memiliki kekuatan yang besar dalam kebutuhan status legitimasi perusahaan. Legitimasi sendiri berarti suatu kondisi yang hadir ketika sistem nilai suatu entitas sejalan dengan sistem nilai sosial dimana entitas menjadi bagian di dalamnya. Ketika terjadi disparitas, baik aktual maupun potensial, yang muncul di antara kedua sistem nilai, maka akan muncul pula ancaman terhadap legitimasi entitas (Lindblom, 1994). Ketidaksesuaian antara harapan masyarakat dengan tindakan operasional perusahaan akan memunculkan kesenjangan legitimasi (*legitimacy gap*).

PT Vale Indonesia Tbk sebagai perusahaan yang melaksanakan operasionalnya di lingkungan sosial masyarakat pun tidak luput dari kebutuhan

akan status legitimasi. Namun, jika melihat secara historis hubungan masyarakat dengan PT Vale, terdapat beberapa aksi kritik yang dilakukan masyarakat terhadap aktivitas operasional PT Vale. Pada tahun 2016, masyarakat adat Sorowako, Kabupaten Luwu Timur, melakukan aksi unjuk rasa dalam rangka menuntut PT Vale melepaskan lahan pertanian dan tanah adat yang masuk dalam peta konsesi atau kawasan kontrak karya perusahaan tersebut. Lahan warga yang diklaim PT Vale merupakan lahan yang sudah bersertifikat, dan sebagian lahan lagi merupakan hutan adat dan hutan lindung. Pada tahun 2018, Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) yang merupakan salah satu NGO yang bergerak di bidang lingkungan dan agraria melakukan kritik terhadap PT Vale dengan menyatakan bahwa PT Vale merusak ekosistem Danau Mahalona akibat limbah buangan perusahaan tersebut yang menyebabkan laju sedimentasi semakin meningkat sehingga membentuk daratan baru yang penuh lumpur di pinggiran Danau Mahalona.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa sekalipun telah melaksanakan praktik pengungkapan informasi CSR yang terintegrasi dalam *Sustainability Report*, PT Vale masih saja menerima kritik dari *stakeholder* eksternal yang memiliki kekuatan legitimasi terhadap perusahaan, yakni dari masyarakat serta dari Lembaga Swadaya Masyarakat atau NGO. Keberadaan laporan CSR PT Vale yang termuat dalam *Sustainability Report* masih menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari *stakeholder*-nya. Untuk itu, agar dapat mengobjektivikasi pandangan masyarakat dan NGO terhadap pengungkapan informasi CSR PT Vale, maka penulis mengusulkan penelitian dengan judul “Analisis Persepsi *Stakeholder* Atas *Sustainability Report* PT Vale Indonesia Tbk”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah bagaimana persepsi masyarakat dan *Non-Governmental Organisation* (NGO) tentang legitimasi PT Vale melalui program CSR yang diungkapkan dalam *Sustainability Report* PT Vale Indonesia Tbk.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis menetapkan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis persepsi *stakeholder* eksternal, yaitu masyarakat dan NGO, tentang legitimasi operasional PT Vale melalui program CSR yang diungkapkan dalam *Sustainability Report* PT Vale Indonesia Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian merujuk pada manfaat dan urgensi hadirnya penelitian, terutama bagi pengembangan ilmu atau pelaksanaan pembangunan berkelanjutan dalam arti luas. Adapun penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu akuntansi, terkhusus dalam bidang perilaku akuntansi dan akuntansi lingkungan secara umum, serta tanggung jawab sosial perusahaan secara khusus. Penelitian ini juga dapat meningkatkan wawasan penulis dalam menyelesaikan studi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi para manager perusahaan dalam hal pandangan masyarakat serta

Lembaga Swadaya Masyarakat tentang pengungkapan informasi CSR dalam *Sustainability Report* sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi dan kebijakan perusahaan dalam melaksanakan pembangunan berkelanjutan.

2. Bagi masyarakat dan Lembaga Swadaya Masyarakat, penelitian dapat memberikan stimulus yang proaktif sebagai pengontrol perilaku perusahaan serta semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan perannya sebagai *stakeholder* dari perusahaan yang mempunyai hak atas berbagai aspek operasional perusahaan.
3. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi dalam menyelesaikan penelitian dengan ruang lingkup topik yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini berdasarkan pada pedoman penulisan skripsi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Hasanuddin (2012). Uraian sistematika penelitian adalah sebagai berikut.

Bab I merupakan bab pendahuluan, Bab pendahuluan memberikan uraian tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah hadirnya penelitian, tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II merupakan bab tinjauan pustaka. Bab tinjauan pustaka berisi landasan teori yang bermanfaat sebagai landasan agar fokus penelitian sesuai dengan hasil yang hendak dicapai. Landasan teori juga nantinya akan memberikan penjelasan mengenai data temuan dalam penelitian. Dalam bab ini pula terdapat kerangka pikir penelitian yang menjelaskan alur hubungan antara variabel dan teori yang digunakan dalam penelitian.

Bab III merupakan bab metode penelitian. Bab metode penelitian membahas rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, jenis dan

sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, pengecekan validasi temuan, serta tahapan penelitian.

Bab IV merupakan hasil penelitian. Dalam bab ini, penulis memaparkan gambaran umum subjek penelitian serta deskripsi data hasil temuan di lapangan.

Bab V merupakan bab pembahasan yang menggambarkan secara deskriptif hubungan antara data hasil penelitian dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian. Dalam bab ini, justifikasi teori dilakukan terhadap data hasil temuan di lapangan.

Bab VI merupakan penutup. Bab ini berisikan kesimpulan terkait dengan pembahasan hasil penelitian, saran, serta keterbatasan dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Beberapa penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau *Corporate Social Disclosure* (CSD) menggunakan teori legitimasi sebagai basis dalam menjelaskan praktik CSR (O'Donovan, 2002; O'Dwyer, 2002; Milne & Patten, 2002; Deegan, 2002). Teori legitimasi menyediakan motivasi teoritis bagi perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial dan lingkungannya serta memberikan penerangan mengenai peran akuntan dalam menyediakan informasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Teori legitimasi mengemukakan bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya berada dalam batasan-batasan dan norma-norma masyarakat yang berhubungan dengannya. Karena batasan-batasan dan norma-norma dalam masyarakat terus berubah seiring waktu, maka perusahaan pun harus beradaptasi dengan perubahan-perubahan tersebut (Vinal Mistry, Umesh Sharma & Mary Low, 2014).

Legitimasi sendiri telah didefinisikan oleh Lindblom (1994) sebagai suatu kondisi atau status yang muncul ketika sistem nilai suatu entitas beriringan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang besar dimana entitas tersebut menjadi bagian di dalamnya. Ketika suatu disparitas, baik aktual maupun potensial hadir di antara kedua sistem nilai ini, maka akan menimbulkan suatu ancaman bagi keabsahan entitas tersebut. Ancaman ini dapat berbentuk hukum, ekonomi, maupun sanksi sosial lainnya. Parsons dalam Dowling & Pfeffer (1975) juga memberikan definisi legitimasi sebagai penilaian tindakan dalam hal nilai-nilai bersama atau umum

dalam konteks keterlibatan tindakan dalam sistem sosial. Karena organisasi ada dalam sistem sosial yang lebih tinggi dan memanfaatkan sumber daya yang mungkin dialokasikan untuk keperluan lain, penggunaan sumber daya ini harus diterima sebagai pelegitimasi oleh sistem sosial yang lebih besar. Dengan demikian, organisasi dianggap mempunyai legitimasi sepanjang kegiatannya sesuai dengan tujuan sistem yang lebih tinggi tersebut.

Deegan (2002) memberikan pernyataan bahwa teori legitimasi dibangun di atas pondasi teori ekonomi politik. Gray dkk. (1996) mendefinisikan ekonomi politik sebagai kerangka sosial, politik, dan ekonomi dimana kehidupan manusia berada di dalamnya. Perspektif ekonomi politik meyakini bahwa masyarakat, politik, dan ekonomi merupakan hal-hal yang tidak terpisah satu sama lain serta isu ekonomi tidak dapat diinvestigasi maknanya secara mendalam tanpa adanya perhatian akan kerangka politik, sosial, dan institusional dimana aktivitas ekonomi berkembang.

Berdasarkan perspektif ekonomi politik ini, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dipandang tidak memiliki hak inheren terhadap sumber daya, atau bahkan untuk hadir. Perusahaan hadir pada taraf apabila masyarakat memandang bahwa organisasi tersebut memiliki legitimasi, dan kerennya, masyarakatlah yang memberikan pernyataan legitimasi atau sah kepada suatu organisasi. Dengan demikian, apabila masyarakat merasa tidak puas dengan aktivitas perusahaan, mereka dapat mencabut kontrak perusahaan tersebut untuk menjalankan usaha atau operasinya. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk tindakan, seperti mengurangi atau meniadakan permintaan produk bisnis, meniadakan kelengkapan tenaga kerja dan modal keuangan, atau bahkan meminta pemerintah untuk meningkatkan pajak, denda, atau membuat hukum untuk melarang kegiatan perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat.

Perusahaan biasanya mengungkapkan informasi operasionalnya sebagai strategi bisnis, termasuk untuk memperoleh legitimasi masyarakat. Namun, perusahaan pun dapat menghadapi ancaman legitimasi seiring dengan perkembangan sistem sosial dalam masyarakat yang diikuti dengan perubahan persepsi masyarakat serta nilai yang diharapkan dari perusahaan. Hal ini dapat menimbulkan kesenjangan legitimasi yang dapat mengancam keberlanjutan aktivitas perusahaan. Wartick dan Mahon (1994) dalam O'Donovan (2002) berpendapat bahwa kesenjangan legitimasi bisa muncul karena tiga hal, yaitu:

1. Kinerja perusahaan berubah ketika harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak mengalami perubahan.
2. Harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan mengalami perubahan sementara kinerja perusahaan tidak berubah.
3. Baik kinerja perusahaan maupun harapan masyarakat berubah, tetapi keduanya bergerak menuju arah yang berbeda, atau bergerak di arah yang sama namun mengalami hambatan dalam waktu pencapaiannya.

Untuk mengatasi ancaman legitimasi, perusahaan memerlukan strategi untuk mempertahankan atau menciptakan kesesuaian antara nilai sosial yang dilaksanakan perusahaan dengan nilai sosial yang diyakini oleh masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) menguraikan beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk melegitimasi aktivitasnya ketika menghadapi ancaman terhadap status legitimasinya. Pertama, perusahaan dapat menyesuaikan output, tujuan, dan metode operasinya dengan definisi legitimasi yang berlaku. Kedua, perusahaan dapat melakukan komunikasi dengan masyarakat untuk mengubah definisi legitimasi sosial sehingga dapat sesuai dengan kegiatan, output, dan nilai perusahaan yang sekarang. Ketiga, perusahaan dapat mencoba melalui komunikasi untuk dapat teridentifikasi dengan simbol, nilai, atau institusi yang mempunyai dasar kuat dalam legitimasi.

2.1.2 **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Konsep tanggung jawab sosial pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen dalam bukunya *Social Responsibilities of the Businessman* (1953). Bowen mendefinisikan CSR dalam pernyataannya sebagai berikut:

The term social responsibilities of businessmen will be used frequently. It refers to the obligations of businessmen [and businesswomen] to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society. This definition does not imply that businessmen as members of society lack the rights to criticize the values. . . . It is assumed, however, that as servants of society, they must not disregard socially accepted values or place their own values above those of society.—Howard R. Bowen, 1953.

Bowen memaknai CSR sebagai kewajiban pelaku bisnis untuk melaksanakan kebijakan atau peraturan, membuat keputusan, atau bertindak sesuai dengan keinginannya dalam kaitannya dengan tujuan dan nilai dalam masyarakat. Pelaku bisnis tidak boleh membuat suatu nilai untuk kepentingannya sendiri serta melaksanakannya mendahului nilai yang berkembang dalam masyarakat. Dengan doktrin tanggung jawab sosial ini, Bowen berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu kebenaran yang akan membawa bisnis untuk lebih berkembang di masa yang akan datang.

Definisi CSR lain yang dikemukakan oleh Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa “*Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.*” Perspektif Kotler & Lee menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis diskresioner serta kontribusi sumber daya perusahaan. Dalam hal ini, CSR mengacu pada aktivitas yang termanifestasi dari komitmen sukarela perusahaan dibanding tuntutan hukum atau hal yang bersifat moral atau etis sebagaimana yang diharapkan. Komitmen tersebut harus ditunjukkan agar perusahaan dapat digambarkan bertanggung jawab secara sosial dan akan

dipenuhi melalui penerapan praktik bisnis baru dan/atau kontribusi, baik moneter maupun non-moneter. Istilah kesejahteraan masyarakat dalam definisi ini mencakup kondisi manusia serta masalah lingkungan.

Rumusan definisi lain dikemukakan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Kotler & Lee (2005) yang menyatakan bahwa “*CSR is the continuing commitment by business to behave ethical and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their familiars as well as of the local community and society at large to improve their quality of life.*” Definisi dari WBCSD ini menjelaskan bahwa praktik pembangunan ekonomi tidak harus diselaraskan dengan pembangunan kualitas hidup dari tenaga kerja serta kerabatnya, begitupun dengan peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat atau komunitas lokal.

Dalam buku yang sama, *The Organization of Business for Sustainability* mendefinisikan CSR sebagai “*operating a business in a manner that meets or exceeds the ethical, legal, commercial, and public expectations that society has of business.*” Definisi ini jika diterjemahkan berarti menjalankan bisnis dengan cara yang memenuhi atau melampaui ekspektasi etika, hukum, komersial, dan publik yang dimiliki masyarakat terhadap bisnis. Dengan kata lain, standar yang ditetapkan dalam praktik bisnis ini adalah apa yang diharapkan oleh *stakeholder* dari suatu bisnis.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan aktivitas perusahaan yang dilaksanakan dalam menunjang pembangunan berkelanjutan, yang tidak hanya memenuhi tuntutan peningkatan keuntungan perusahaan, namun juga memenuhi tuntutan kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan dimana suatu perusahaan menjalankan bisnisnya.

2.1.3 Paradigma Penerapan CSR

Paradigma tentang CSR menjadi salah satu penentu bagaimana penerapan CSR dilaksanakan dalam suatu perusahaan. Paradigma dapat diartikan sebagai cara pandang terhadap diri dan lingkungan yang akan mempengaruhi seseorang atau sekelompok orang dalam menerapkan CSR di lingkungan perusahaan. Di Indonesia sendiri, konsep CSR serta pengaruhnya bagi perusahaan, utamanya prospek jangka panjangnya, masih belum merata dipahami. Akibatnya, paradigma setiap perusahaan dalam menerapkan CSR masih berbeda-beda sehingga mempengaruhi bagaimana perusahaan membuat laporan keberlanjutannya.

Paradigma CSR terus berkembang dalam dunia bisnis sejak konsep CSR pertama kali diperkenalkan oleh Bowen pada tahun 1953. Perkembangan paradigma ini kemudian dirangkum oleh Archie B. Carroll (1991) kedalam empat paradigma, yang ia sebut sebagai “Piramida *Corporate Social Responsibility*.” Semua jenis tanggung jawab ini selalu ada sampai batas tertentu, tetapi hanya dalam beberapa tahun terakhir fungsi etika dan filantropi telah mengambil tempat yang signifikan. Masing-masing dari empat kategori paradigma ini layak untuk dipertimbangkan lebih dekat sebagai landasan penerapan CSR dalam perusahaan.

Paradigma yang pertama adalah tanggung jawab ekonomi atau *Economic Responsibilities*. Secara historis, organisasi bisnis diciptakan sebagai entitas ekonomi yang dirancang untuk menyediakan barang dan jasa kepada anggota masyarakat. Motif keuntungan didirikan sebagai insentif utama untuk kewirausahaan. Sebelum hal lain, organisasi bisnis adalah unit ekonomi dasar dalam masyarakat kita. Dengan demikian, peran utamanya adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen dan menghasilkan keuntungan yang dapat diterima dalam prosesnya. Pada titik

tertentu, gagasan tentang motif keuntungan berubah menjadi gagasan tentang keuntungan maksimum, dan sejak saat itu nilai ini terus bertahan. Semua tanggung jawab bisnis lainnya didasarkan pada tanggung jawab ekonomi perusahaan, karena tanpa itu, yang lain menjadi pertimbangan yang diperdebatkan.

Paradigma kedua adalah CSR sebagai tanggung jawab hukum atau *Legal Responsibilities*. Suatu bisnis diharapkan dapat mematuhi undang-undang dan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai aturan dasar dimana suatu bisnis dapat menjalankan operasionalnya. Sebagai pemenuhan dari kontrak sosial antara pelaku bisnis dengan masyarakat, perusahaan diharapkan dapat menjalankan misi ekonomi mereka dalam kerangka hukum. Tanggung jawab hukum mencerminkan pandangan etika yang terkodifikasi dalam arti bahwa tanggung jawab tersebut mewujudkan gagasan dasar tentang operasi yang adil sebagaimana ditetapkan oleh pembuat undang-undang dan peraturan.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa peraturan yang mengikat perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Praktik CSR sendiri salah satunya diatur dalam UU 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 tersebut dijelaskan sebagai berikut.

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.
- b. Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran,

- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah (Widokarti, 2014).

Paradigma ketiga adalah CSR sebagai tanggung jawab etis atau *Ethical Responsibilities*. Meskipun tanggung jawab ekonomi dan hukum mewujudkan norma-norma etika tentang keadilan, tanggung jawab etis mencakup kegiatan dan praktik yang diharapkan atau dilarang oleh masyarakat, meskipun kegiatan itu tidak terkodifikasi ke dalam hukum. Tanggung jawab etis mewujudkan standar, norma, atau harapan yang mencerminkan kepedulian terhadap apa yang dianggap oleh konsumen, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat sebagai hal yang adil dan sesuai dengan penghormatan atau perlindungan hak moral *stakeholder*. Di satu sisi, perubahan etika atau nilai mendahului pembentukan hukum karena baik etika maupun nilai menjadi kekuatan pendorong di balik pembuatan hukum atau peraturan itu sendiri. Misalnya, gerakan peduli lingkungan, hak-hak sipil, dan konsumen mencerminkan pergantian dasar dalam nilai-nilai masyarakat dan dengan demikian dapat dilihat sebagai penentu arah etis yang meramalkan dan menghasilkan undang-undang atau peraturan selanjutnya. Di sisi lain, tanggung jawab etis dapat dilihat sebagai tanggung jawab untuk merangkul nilai-nilai dan norma-norma yang baru muncul yang diharapkan oleh masyarakat untuk dipenuhi oleh suatu bisnis, meskipun nilai-nilai dan norma-norma tersebut mungkin mencerminkan standar kinerja yang lebih tinggi daripada yang saat ini disyaratkan oleh hukum. Tanggung jawab etis dalam pengertian ini sering mengalami ketidakjelasan penafsiran atau terus berada dalam perdebatan publik mengenai legitimasinya, dan karenanya seringkali sulit untuk dihadapi oleh pelaku bisnis.

Paradigma yang keempat ialah CSR sebagai tanggung jawab filantropi atau *Philanthropy Responsibilities*. Tanggung jawab dalam paradigma ini mencakup tindakan perusahaan sebagai respon terhadap harapan masyarakat akan keberadaan bisnis sebagai *Good Corporate Citizen*. *Corporate Citizen* sendiri dapat diartikan sebagai kecenderungan perusahaan yang lebih berbasis tindakan dalam pelaksanaan CSR-nya, dan berpusat di sekitar ide atau metafora korporasi sebagai tetangga yang baik atau warga negara yang berbudi luhur. Dalam hal ini, perusahaan tidak bertindak berdasarkan tuntutan moral dari masyarakat, melainkan kegiatan sukarela yang dilakukan perusahaan sebagai bagian dari anggota masyarakat. Contoh bentuk CSR dalam paradigma ini adalah kontribusi perusahaan dalam peningkatan kualitas pendidikan dan kesehatan masyarakat, serta kegiatan pelestarian lingkungan yang dilakukan perusahaan.

2.1.4 Sustainability Report

Beberapa perusahaan telah mulai mengungkapkan praktik *Sustainability Report* (SR) dalam laporan keuangan maupun dalam laporan yang terpisah dari laporan tahunan perusahaan. Praktik pengungkapan ini bersifat sukarela sebagaimana yang dijelaskan dalam PSAK No. 1 Paragraf 9 bahwa “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting....” Lebih lanjut lagi, peraturan BAPEPAM Nomor KEP-431/BL/2012 tentang penyampaian tahunan emitem atau perusahaan publik menjadikan *Sustainability Report* sebagai pelaporan yang bersifat wajib dan dapat disajikan dalam laporan tahunan atau terpisah dari laporan tahunan.

Global Reporting Index (GRI) mendefinisikan *Sustainability Report* sebagai praktek pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para

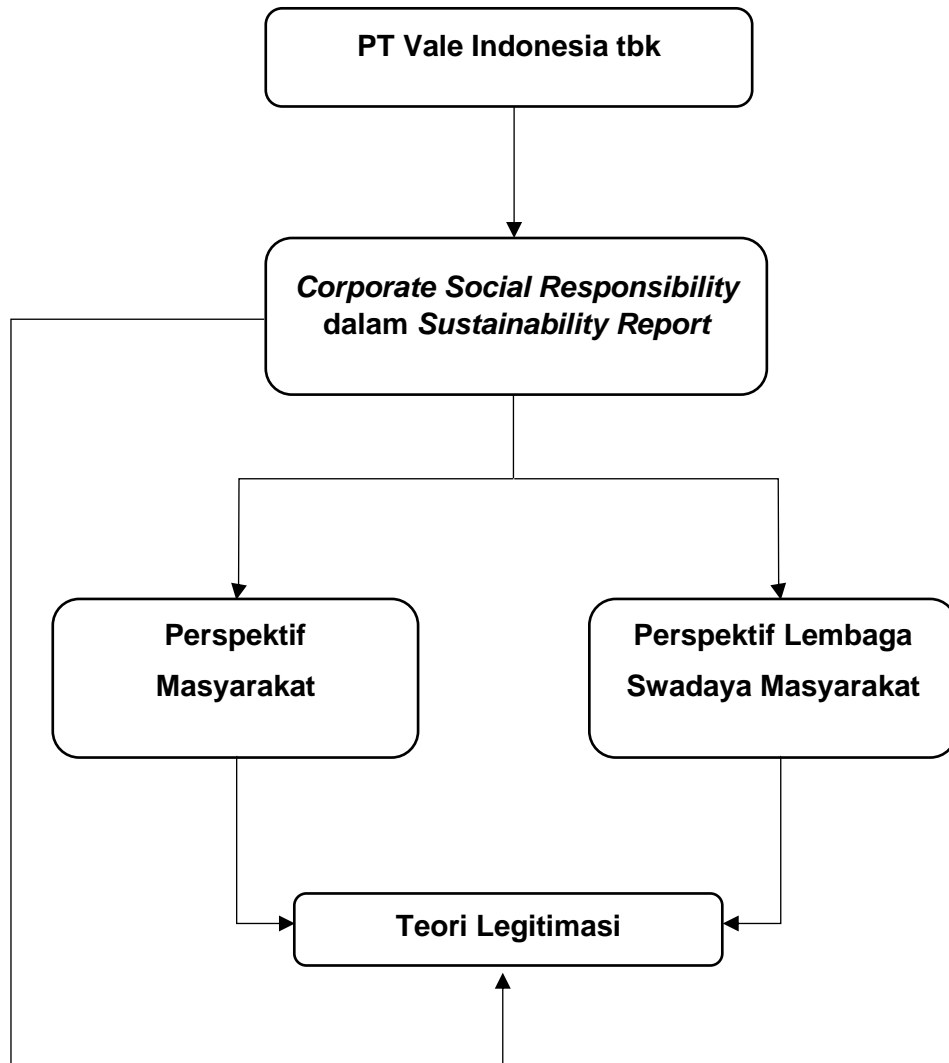
pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Berbeda dengan pengungkapan CSR yang bersifat sukarela untuk mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan *stakeholder*, *Sustainability Report* memuat informasi kinerja keuangan dan informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang lebih menekankan pada prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh sehingga memungkinkan perusahaan bisa tumbuh secara berkesinambungan. Informasi CSR yang dijelaskan dalam *Sustainability Report* memiliki nilai tambah sebab terdapat prinsip dan standar pengungkapan yang mampu mencerminkan tingkat aktivitas perusahaan secara menyeluruh, serta memiliki alat pengukuran terhadap kinerja perusahaan (Santoso, 2021).

Laporan keberlanjutan berdasarkan Kerangka Pelaporan GRI mengungkapkan hasil dan hasil yang terjadi dalam periode pelaporan dalam konteks komitmen, strategi, dan pendekatan manajemen organisasi. Laporan dapat digunakan untuk tujuan-tujuan berikut ini, antara lain: 1) tolok ukur dan penilaian kinerja keberlanjutan sehubungan dengan hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela; 2) menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh ekspektasi tentang pembangunan berkelanjutan; dan 3) membandingkan kinerja dalam suatu organisasi dan antara organisasi yang berbeda dari waktu ke waktu.

2.2 Kerangka Pikir

Dalam rangka tercapainya *sustainability development*, sudah seharusnya perusahaan mulai menjalankan aktivitas operasionalnya dengan berorientasi pada prinsip *triple bottom line* yang memiliki tiga pilar, yaitu pembangunan ekonomi berkelanjutan, pembangunan sosial berkelanjutan, serta pembangunan

lingkungan berkelanjutan. Prinsip *triple bottom line* inilah yang menjadi landasan bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perwujudan program-program CSR perusahaan dapat dilihat atau digunakan oleh pihak *stakeholder*, baik internal maupun eksternal, melalui baik laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan atau *Sustainability Report*. *Sustainability Report* merupakan pengungkapan yang bersumber dari perspektif perusahaan yang mempublikasikannya. Untuk lebih mendalami realitas yang sesungguhnya tentang apa yang diungkapkan dalam *Sustainability Report*, maka dibutuhkan pemahaman terkait perspektif pihak yang menjadi sasaran program CSR maupun pihak yang menjadi tujuan pengungkapan *Sustainability Report*. Masyarakat merupakan *stakeholder* eksternal sekaligus penerima manfaat program CSR, dan juga pihak yang paling menerima dampak dari aktivitas operasional perusahaan. Sementara Lembaga Swadaya Masyarakat atau *Non-Governmental Organization* (NGO) yang bergerak di bidang lingkungan dan sosial merupakan perpanjangan tangan masyarakat yang memiliki fungsi dalam melakukan advokasi terhadap isu-isu lingkungan dan sosial berkaitan dengan operasional perusahaan serta pengungkapan yang dilakukannya. Oleh karena itu, dipandang perlu untuk memperdalam pemahaman realitas yang ada dalam *pengungkapan Sustainability Report* dengan memahami fakta yang sesungguhnya terjadi di lapangan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran