

# Motivasi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

RAHMATULLAILI RAMADHANI<sup>1</sup>; EDDY R RASYID<sup>2</sup>; AMY FONTANELLA<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Andalas Padang  
Limau Manih Padang - 25163  
E-mail : rahmatullaili12@gmail.com

**Abstract:** Demands for companies to carry out social and environmental responsibility also create demands for disclosure of social and environmental responsibilities. This disclosure is motivated by a variety of different factors. Therefore, this study aims to analyze disclosure practices and company motivation in disclosing social and environmental responsibility. This research was conducted on 30 companies with the largest market capitalization listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019. To explore the company's motivation in expressing social and environmental responsibility, a content analysis was carried out using key words that represented the company's motivation. There are 5 (five) company motives in expressing social and environmental responsibility which include: concern for stakeholder, concern for the environment, compliance with regulations, concern for shareholders, and operational improvements. The results show that industries that are sensitive to environmental issues reveal more of social and environmental responsibility than industries that are not sensitive to environmental issues. This study also found that the biggest motivation for companies to disclosure of social and environmental responsibility is compliance with regulations.

**Keywords:** *Disclosure of Social and Environmental Responsibilities, Concern for stakeholders, Concern for the Environment, Compliance with Regulations, Concern for Shareholders, Operational Improvement*

Aktivitas operasional perusahaan dapat memberikan dampak positif dan negatif pada lingkungan dan sosial (Sumarsono, Sudardi, Wardo, & Abdullah, 2018). Adanya dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas tersebut mengakibatkan desakan dari masyarakat kepada perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan. Tuntutan dari masyarakat ini membuat perusahaan harus menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya (Muwazir & Hadi, 2014).

Desakan *stakeholder* menjadikan perusahaan tidak lagi berfokus pada nilai perusahaan yang dilihat dari sisi keuangan saja (*single bottom line*), namun juga harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial (*triple bottom line*). Bisnis memainkan peran yang tidak hanya berkaitan dengan kegiatan komersialnya (berorientasi laba), namun juga berpartisipasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Robins, 2008).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan harus dikomunikasikan atau diungkapkan melalui laporan tahunan, atau laporan keberlanjutan. Laporan dan komunikasi

merupakan bagian dari proses mendasar dari perbaikan berkelanjutan dan menyajikan hasil CSR (*Corporate Social Responsibility*) kepada publik untuk informasi dan validasi (Kleine & Hauff, 2009).

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini tidak hanya dilakukan di negara maju, namun juga negara berkembang. Praktik ini didorong oleh tuntutan stakeholder. Ali, Frynas & Mahmood (2017) menemukan perbedaan motivasi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial di negara maju dan berkembang. Di negara maju pengungkapan lebih banyak dipengaruhi oleh regulator, pemegang saham, kreditor, investor, dan media sedangkan negara berkembang lebih didorong oleh kekuatan eksternal seperti pembeli internasional, investor asing dan media internasional. Negara berkembang menerima sedikit tekanan dari publik terkait pengungkapan tanggung jawab sosial.

Beberapa penelitian sebelumnya (Othman et al (2011), Juniati, Gunawan (2015), Djajadikerta & Trireksani (2012),

Abeysekera (2008) dan Patten & Zhao (2014) telah menginvestigasi motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Othman et al (2011) menemukan bahwa peraturan yang dibuat pemerintah bisa mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan (Othman et al., 2011). Namun penelitian lain menunjukkan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan karena ingin menciptakan *positive image* (penilaian positif) yang dianggap sebagai sesuatu yang vital untuk terwujudnya kesuksesan bisnis (Juniati, Gunawan, 2015), memperoleh pengakuan dari masyarakat (Djajadikerta & Trireksani, 2012), dukungan sosial (Abeysekera, 2008) dan meningkatkan reputasi (Patten & Zhao, 2014).

Adanya perbedaan motivasi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya, membuat penulis terdorong untuk melakukan penelitian mengenai motivasi perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Pedoman GRI (*Global Reporting Initiative*) yang digunakan sebagai panduan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan memberikan pilihan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang material. Hal ini mengakibatkan jenis industri yang berbeda akan mengungkapkan informasi yang berbeda berdasarkan kebutuhan *stakeholder* utama mereka (Sweeney & Coughlan, 2008). Setiap informasi yang diungkapkan memiliki pesan berbeda mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Yusoff, Lehman, & Nasir (2006) yang menjelaskan bahwa terdapat 5 (lima) motivasi pengungkapan lingkungan perusahaan yaitu kepedulian pada *stakeholder*, kepedulian pada lingkungan, kepatuhan pada peraturan dan perbaikan operasional.

Lima motif ini digunakan untuk penelitian di Indonesia dengan asumsi bahwa motif tersebut berlaku universal. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah jika penelitian yang dilakukan oleh Yusoff et al., (2006) berfokus pada pengungkapan lingkungan, maka penelitian ini mencoba memperluas cakupan bahasan menjadi motivasi pengungkapan sosial dan lingkungan. Pengujian dilakukan kepada 30 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kapitalisasi tertinggi.

Secara khusus, penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia dan alasan perusahaan melakukan pengungkapan tersebut.

Sejumlah teori telah digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan fenomena tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Diantara teori tersebut adalah teori legitimasi, teori *stakeholder*, dan teori institusional.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya membutuhkan legitimasi dari masyarakat sekitar, karena sesungguhnya tidak ada organisasi yang memiliki hak melekat untuk hidup (memanfaatkan sumber daya alam), namun organisasi harus mengikuti hal-hal atau nilai yang diterima masyarakat (Hahn & Kühnen, 2013). Oleh karena organisasi tidak memiliki hak yang melekat pada manfaat ini dan untuk menjamin keberadaannya, masyarakat akan mengharapkan manfaat melebihi biaya bagi mereka (Deegan, 2002).

Saat masyarakat memperoleh manfaat dari perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan umpan balik berupa dukungan dari masyarakat. Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa dukungan dari masyarakat sekitar merupakan hal yang penting karena keberlanjutan perusahaan bergantung pada dukungan tersebut. Apabila perusahaan tidak bisa memenuhi

kebutuhan mereka, maka hal tersebut akan mengganggu keberlanjutan perusahaan (Garvare & Johansson, 2010). Salah satu kebutuhan atau manfaat yang diinginkan oleh *stakeholder* adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan cara perusahaan untuk membangun hubungan dengan para *stakeholdernya* (Joshi & Gao, 2009).

Teori institusional juga merupakan salah satu teori yang menggambarkan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Teori ini menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan muncul karena perusahaan ingin menyerupai perusahaan lainnya (Maruzani, 2013).

Teori ini membantu peneliti untuk mengidentifikasi alasan yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Alasan atau motivasi utama pada penelitian ini direplikasi dari penelitian (Yusoff et al., 2006) yaitu kepedulian terhadap *stakeholder*, kepedulian terhadap lingkungan, kepatuhan pada peraturan, peningkatan nilai pemegang saham dan perbaikan operasional.

Teori *stakeholder* menjelaskan bagaimana menyeimbangkan antara tujuan ekonomi perusahaan dengan kebutuhan dari *stakeholder* (Venkataraman, 2019). Salah satu kebutuhan dari *stakeholder* adalah informasi mengenai keterlibatan sosial dan lingkungan perusahaan. Peningkatan harapan mengenai transparansi mendorong perusahaan untuk menyajikan informasi tersebut dalam rangka memenuhi harapan dari pemangku kepentingan yang kompleks (Golob & Bartlett, 2007). Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa informasi sosial dan lingkungan yang diungkapkan oleh perusahaan didorong oleh tuntutan *stakeholder* (Islam & Deegan, 2008).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya harus sesuai dengan norma dan nilai yang dianut oleh masyarakat sekitar.

Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan salah satu cara perusahaan untuk memperoleh legitimasi atas aktivitas perusahaan (Deegan, 2002). Pada penelitian lain menunjukkan bahwa pengungkapan yang dilakukan perusahaan adalah untuk menunjukkan bahwa keterlibatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan didorong oleh rasa tanggung jawab yang mereka miliki (Adams & Zutshi, 2004).

Teori institusional menyatakan bahwa pengungkapan informasi sosial dan lingkungan oleh perusahaan adalah praktik institusional dan cara dimana praktik pelaporan sosial dan lingkungan diadaptasi dan membawa perubahan dalam organisasi disebut proses *isomorphism* (Deegan, 2009). Proses *isomorphism* dipengaruhi oleh tekanan dari *stakeholder* dan tekanan institusi (Deegan, 2009). Institusi seperti pemerintah bisa mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial (Amran & Devi, 2008). Praktik pengkomunikasian sukarela mengenai tanggung jawab sosial perusahaan setelah bertahun-tahun semakin ditantang. Hal ini dibuktikan dengan lebih banyaknya persyaratan hukum dan politik yang diperkenalkan oleh regulator (Weder, Einwiller, & Eberwein, 2019). Tekanan dari peraturan ini dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan (Othman et al., 2011).

Pemegang saham sebagai salah satu *stakeholder* utama bagi perusahaan menjadikan nilai pemegang saham merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Nilai pemegang saham ini dapat terwujud dengan adanya peningkatan kinerja keuangan. Salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan dengan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Qiu, Shaukat, & Tharyan (2016) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja keuangan.

Selain itu, pengungkapan juga dapat memberikan manfaat arus kas masa depan bagi perusahaan dengan cara mengurangi kemungkinan tindakan sosial dan politik yang merugikan dimasa depan (Deegan, 2002). Perusahaan yang menyajikan lebih banyak informasi sosial dan lingkungan akan dapat mendorong reaksi positif dari pasar (Guidry & Patten, 2010).

Tekanan dari *stakeholder* mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik tanggung jawab sosial (Yu & Choi, 2016). Pengadopsian perspektif lingkungan kedalam operasi perusahaan dapat memperbaiki proses operasi perusahaan (Corbett & Klassen, 2006). Pedoman GRI mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan kedalam operasi bisnis mereka. Tanggung jawab sosial ini dianggap sebagai tantangan bagi manajemen untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, kinerja dan produk yang diberikan (Schaltegger & Burritt, 2018). Manfaat sosial dan lingkungan yang dijalankan oleh perusahaan dapat mendukung operasi perusahaan di seluruh rantai nilai, salah satunya meningkatkan efisiensi dan efektivitas (Rangan, Chase, & Karim, 2015). Ketika perusahaan memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik maka akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Weber, Koellner, Habegger, Steffensen, & Ohnemus, 2008). Pada akhirnya, pedoman GRI mendorong perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR, kemudian kegiatan CSR ini dapat membantu operasi perusahaan di seluruh rantai nilai.

## METODE

Penelitian ini mengeksplorasi praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan di Indonesia melalui wacana informasi sosial dan lingkungan yang disediakan oleh perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan *content analysis*. Menurut Downe-Wamboldt (1992) *content analysis* merupakan metode

penelitian yang menyediakan sarana sistematis dan objektif untuk membuat kesimpulan yang valid dari data verbal, visual dan tertulis untuk menggambarkan fenomena tertentu.

Penelitian ini dimulai dengan menganalisis laporan keberlanjutan untuk mengetahui jenis informasi yang diungkapkan. Jenis informasi ini didasarkan pada GRI Standar. 19 tema sosial dan 8 tema lingkungan kemudian di korelasikan dengan 5 motivasi pengungkapan (kepedulian terhadap *stakeholder*, kepedulian terhadap lingkungan, kepatuhan pada peraturan, peningkatan nilai pemegang saham, dan perbaikan operasional).

30 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kapitalisasi pasar tertinggi dipilih menjadi unit yang dianalisis pada penelitian ini. Perusahaan ini dipilih karena perusahaan besar akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan mereka (Sembiring, Maksun, & Bukit, 2019). Selain ukuran perusahaan, jenis industri juga merupakan faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jenis industri dibagi kedalam dua kelompok yaitu industri yang sensitif terhadap lingkungan dan industri yang tidak sensitif terhadap lingkungan (Gunawan, Djajadikerta, & Malcolm, 2009). Perusahaan yang tergolong kedalam industri yang sensitive terhadap lingkungan cenderung untuk melakukan pengungkapan CSR lebih luas dibanding industri yang tidak sensitif (Ali, Alsayegh, Ahmad, Mahmood, & Iqbal, 2018).

Setelah diperoleh data penelitian, maka dilakukan uji keandalan data dengan menggunakan teknik *category reliability*. *Category Reliability* adalah proses uji keandalan data dimana peneliti merumuskan kategori dan menyajikan definisi kategori kepada pihak yang kompeten sehingga mereka setuju pada item dari populasi tertentu yang masuk ke dalam kategori dan mana yang tidak (Sekaran & Bougie, 2016).

## HASIL

Keseluruhan perusahaan yang menjadi unit analisis pada penelitian ini terdiri atas beragam jenis industri. Mayoritas perusahaan yang menjadi objek penelitian tergabung dalam sektor keuangan yaitu sebanyak 8 perusahaan atau 26,67% % dari total sampel. Sedangkan jumlah perusahaan yang paling sedikit adalah perusahaan yang termasuk ke dalam sektor aneka industri, *property*, *real estate*, dan konstruksi bangunan serta pertanian yaitu 3,33% dari total sampel.

### Praktik Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Dilihat secara keseluruhan industri sensitif dan non sensitif lebih banyak melakukan pengungkapan terkait lingkungan (158 pengungkapan) dibandingkan pengungkapan sosial (39 pengungkapan). Pengungkapan lingkungan yang paling banyak yaitu terkait tema emisi (27 perusahaan). Tema lingkungan yang paling sedikit diungkapkan oleh perusahaan adalah penilaian lingkungan pemasok yaitu 1 perusahaan.

Dilihat dari tema sosial, masyarakat lokal diungkapkan sebanyak 21 perusahaan dan tema non diskriminasi dan kesehatan serta keselamatan pelanggan menjadi tema yang paling sedikit diungkapkan. Sebanyak 15 perusahaan yang sensitif terhadap isu lingkungan mengungkapkan tentang masyarakat lokal. Selain itu, ada beberapa tema yang sama sekali tidak diungkapkan oleh perusahaan yaitu hubungan tenaga kerja, kebebasan berserikat, praktik keamanan, hak-hak masyarakat adat, penilaian sosial pemasok dan kebijakan publik.

### Sektor Properti, *Real Estate*, Konstruksi

Perusahaan yang tergabung dalam sektor Properti, *Real Estate*, Konstruksi adalah Bumi Serpong Damai. Hasil analisis menunjukkan bahwa sektor Properti, *Real Estate*, Konstruksi lebih cenderung mengungkapkan tema sosial dibandingkan tema lingkungan yaitu 70,6%. Tema sosial yang sering diungkapkan yaitu mengenai

kepegawaian.

“Kami menyadari bahwa kesejahteraan dan pengembangan karir dapat memberikan kontribusi yang sangat signifikan atas tingkat kepuasan dan reputasi dari suatu tempat kerja. Selama periode tahun pelaporan, kami telah merekrut 306 karyawan” (Bumi Serpong Damai, 66)

Secara umum pengungkapan mengenai kepegawaian dimotivasi oleh kepedulian terhadap pemangku kepentingan.

### Sektor Pertambangan

Hasil analisis menunjukkan bahwa sektor pertambangan merupakan sektor kedua yang paling banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Sektor ini mengungkapkan tema lingkungan lebih banyak dibandingkan tema sosial. Tema keanekaragaman hayati menjadi tema yang paling banyak.

“Kami secara berkala melakukan pemantauan atau monitoring terhadap keberadaan fauna dan flora endemic di wilayah kelola. Selama periode pengamatan 2013-2019 kami mendapatkan tujuh belas spesies burung dan tiga mamalia termasuk spesies yang dilindungi sesuai dengan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.106/Menlhk/Setjen/Kum.1/8/2018.”

Secara umum, tema ini diungkapkan oleh perusahaan sebagai bentuk kepatuhan terhadap lingkungan.

### Sektor Pertanian

Perusahaan yang tergabung dalam sektor pertanian pada penelitian ini hanya ada satu yaitu perusahaan Astra Agro Lestari. Perusahaan ini mengungkapkan lebih banyak tema lingkungan yaitu limbah. Motivasi perusahaan ini mengungkapkan tema mengenai limbah dimotivasi oleh kepatuhan perusahaan terhadap peraturan lingkungan.

“...Upaya pemanfaatan limbah yang dihasilkan dari proses produksi minyak sawit dilakukan untuk mendukung terciptanya aspek kelestarian lingkungan dengan mempertimbangkan kelayakan secara ekonomis dan dapat diterima oleh masyarakat sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.”

### **Sektor infrastruktur, Utilities, dan Transportasi**

Hasil analisis menunjukkan bahwa sektor infrastruktur, *Utilities*, dan Transportasi berada pada urutan kedua sebagai sektor yang paling banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Perusahaan yang paling banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya adalah jasa marga dan perusahaan gas negara. Pengungkapan terbanyak mengenai limbah yang dimotivasi oleh kepatuhan terhadap peraturan.

“PGN menggunakan jasa kontraktor pengelolaan limbah B3 yang merupakan pihak ketiga yang memiliki izin pengelolaan limbah B3, baik izin pengangkutan, pengumpulan, pemanfaatan, pengolahan, maupun penimbunan sesuai regulasi yang berlaku.” (Perusahaan Gas Negara, 69)

### **Sektor Aneka Industri**

Berdasarkan hasil analisis, sektor ini merupakan sektor yang paling sedikit melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hanya ada dua pengungkapan yang ditemukan. Kedua pengungkapan itu ada pengungkapan untuk tema sosial dan ada juga untuk tema lingkungan.

“Astra menerapkan standar internasional dan kepatuhan peraturan dalam menerapkan K3. Di bidang K3 Grup Astra telah menerapkan Sistem Manajemen K3 dari pemerintah dan standar nasional serta internasional lainnya.” (Astra Internasional, 69)

“Upaya efisiensi energy sangat penting dilakukan karena berkaitan erat dengan

biaya. Selain itu pengurangan pemakaian energy merupakan kontribusi pada pencapaian SDGs 13 – aksi iklim sebagai akibat dari penurunan emisi Gas Rumah Kaca hasil dari efisiensi energy.” (Astra Internasional, 75)

### **Sektor Industri Dasar dan Kimia**

Hasil analisis terhadap sektor ini menunjukkan bahwa terdapat 23 pengungkapan yang dilakukan. Pengungkapan terbanyak masih mengenai topik lingkungan yaitu 15 pengungkapan. Pengungkapan paling banyak dilakukan oleh Perusahaan Indocement Tunggal Prakarsa dengan tema emisi. Kepatuhan terhadap peraturan merupakan faktor pendorong utama Indocement Tunggal Prakarsa mengungkapkan tema ini.

“ *General manager operation dan Plant manager* bertanggungjawab untuk memastikan emisi udara dalam kondisi terkendali selama pengoperasian pabrik Perseroan telah mencapai target sebesar 23,20 mg/Nm dari 60 mg/Nm yang ditetapkan oleh Pemerintah.” (Indocement Tunggal Prakarsa, 60)

### **Sektor Barang Konsumsi**

Pada penelitian ini ada empat perusahaan yang termasuk ke dalam sektor barang konsumsi. PT Sampoerna merupakan perusahaan yang paling banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Secara keseluruhan tema yang sering diungkapkan adalah tema sosial yaitu pemasaran dan pelabelan.

“ Kepatuhan terhadap regulasi yang ditetapkan BPOM dan Kementerian Kesehatan juga mengatur setiap produk untuk mencantumkan informasi cara penggunaan produk, komponen bahan baku, hingga penyertaan logo daur ulang pada kemasan. Dengan kebijakan ini, selama tahun 2019 tidak ada insiden ketidakpatuhan menyangkut keamanan produk dan pelabelan produk”. (Kalbe Kalbe Farma, 16)

Pengungkapan tema pemasaran dan pelabelan rata-rata dimotivasi oleh kepatuhan perusahaan terhadap peraturan.

### **Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi**

Hasil analisis menunjukkan bahwa tema sosial menjadi tema yang paling sering diungkapkan ada sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi. Masyarakat local adalah tema yang paling banyak diungkapkan. Tema ini diungkapkan sebagai bentuk kepedulian terhadap pemangku kepentingan.

“Sebagai entitas bisnis dengan beragam lini usaha kami bertanggung jawab memberikan nilai tambah baik kepada pemegang saham maupun pemangku kepentingan kami yang lain. Sehubungan dengan itu, kami senantiasa melibatkan pemangku kepentingan, untuk mengetahui harapan dan keinginan mereka terhadap bisnis yang kami lakukan.” (United Tractor, 60)

### **Sektor Keuangan**

Sektor keuangan merupakan sektor yang paling banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dibandingkan sektor lainnya. Secara keseluruhan, tema sosial menjadi tema yang lebih banyak diungkapkan. Tema sosial ini berkaitan dengan pelatihan dan pendidikan. Pengungkapan mengenai tema ini secara umum dimotivasi oleh perbaikan operasional.

“Materi dan sarana pelatihan dikembangkan untuk menjawab kebutuhan operasional dan tantangan usaha.” (Bank Central Asia, 76)

### **Jenis Industri dan Praktik Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**

Industri yang sensitif terhadap isu lingkungan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dibandingkan dengan industri yang tidak sensitif terhadap isu lingkungan yaitu 158 pengungkapan (80,2%). Tema lingkungan menjadi tema yang paling banyak diungkapkan dibandingkan tema sosial yaitu 19,8%. Secara khusus, tema lingkungan

yang diungkapkan paling banyak adalah emisi yaitu 27 pengungkapan, sedangkan tema yang paling sedikit yaitu non diskriminasi, kerja paksa, penilaian hak asasi manusia, material dan penilaian lingkungan pemasok.

Industri yang tidak sensitif terhadap isu lingkungan lebih cenderung mengungkapkan tema sosial yaitu 76,9%, sedangkan sisanya 23,1% adalah tema lingkungan. Pengungkapan tema sosial yang paling banyak yaitu tema ketenagakerjaan dan masyarakat local. Tema yang paling sedikit diungkapkan adalah kesehatan dan keselamatan kerja, non diskriminasi, pekerja anak, kerja paksa, pemasaran dan pelabelan, kepatuhan sosial dan ekonomi, material dan kepatuhan lingkungan.

### **PEMBAHASAN**

Setiap perusahaan memiliki motivasi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan masing-masing. Tergantung pada kebutuhan perusahaan tersebut.

### **Kepedulian terhadap Pemangku Kepentingan**

Kepedulian terhadap pemangku kepentingan berada pada urutan ketiga dengan skor 36. Pengungkapan tanggung jawab sosial dianggap sebagai bentuk transparansi perusahaan untuk memperoleh kepercayaan dari pemangku kepentingan (Dagilene, Leitoniene, & Grecikova, 2014).

Jenis informasi yang dominan dimotivasi oleh kepedulian terhadap pemangku kepentingan adalah “program pengembangan masyarakat”. Seperti pengungkapan yang dilakukan oleh Bank Danamon berikut:

“Dalam mendukung pemberdayaan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan, Danamon bekerja sama dengan Danamon Peduli untuk mengadakan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)”. (Bank Danamon,

2019, hal 66)

Selain kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, ternyata secara khusus perusahaan menyebutkan kepedulian mereka terhadap karyawan sebagai bagian internal dalam perusahaan. Bumi Serpong Damai mengungkapkan hal terkait yaitu:

“Selain pemberian remunerasi yang layak, bentuk kepedulian kami terhadap karyawan juga dilakukan melalui manfaat tunjangan dan kesejahteraan bagi karyawan, termasuk tetapi tidak terbatas pada, asuransi, tunjangan kesehatan, cuti, ketentuan pensiun untuk seluruh karyawan. Karyawan purnawaktu juga dapat menikmati fasilitas Program Pemilikan rumah, fasilitas penggantian uang transportasi dan pembayaran pesangon”. (bumi serpong damai, 2019, hal 70)

Wacana sosial dan lingkungan ini memberikan pesan kepada pembaca laporan bahwa perusahaan telah menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka dengan tujuan untuk memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan. Pengungkapan ini menunjukkan bahwa perusahaan merasa telah memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan akan informasi.

### **Kepedulian terhadap Lingkungan**

Motivasi kepedulian terhadap lingkungan merupakan faktor kedua yang paling banyak diungkapkan pada laporan keberlanjutan perusahaan di Indonesia (39 dari 197 total skor). Motivasi ini mencakup dimana pelaporan dianggap sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Sebanyak 6 item pengungkapan mengenai pengurangan emisi gas rumah kaca diketahui berada di bawah motivasi kepedulian terhadap lingkungan. Pengungkapan ini diyakini sebagai hasil dari peran perusahaan dalam mengurangi efek gas rumah kaca.

Berdasarkan informasi yang diungkapkan oleh perusahaan pada laporan keberlanjutannya, maka diperoleh bahwa ada

perusahaan yang memang menunjukkan komitmen mereka dalam mengurangi kerusakan lingkungan seperti polusi, sebagaimana yang pengungkapan berikut:

“Perseroan berkomitmen untuk mencegah polusi dan memitigasi perubahan iklim, serta mengoptimalkan sumber daya”. (Chandra Asri Petrochemical, 2019, hal 65)

Beberapa perusahaan lain menyebutkan kesadaran mereka bahwa aktivitas operasi bisnis yang dijalankan berdampak negatif bagi lingkungan, sehingga perusahaan berupaya untuk meminimalisir dampak tersebut. Contoh, ungkapan dari perusahaan Chandra Asri Petrochemical berikut:

“Chandra Asri berkomitmen mengelola dan meminimalkan dampak negatif limbah terhadap lingkungan melalui berbagai inisiatif berdasarkan jenis, karakter dan jumlah limbah.” (Chandra Asri Petrochemical, 2019, 69)

### **Kepatuhan pada Peraturan**

Kepatuhan pada peraturan menjadi faktor pendorong tertinggi bagi perusahaan besar di Indonesia untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jumlah skor pengungkapannya yaitu sebesar 90 (45,69 %). Jenis informasi yang diungkapkan berdasarkan motif kepatuhan pada peraturan yaitu kepatuhan lingkungan. Informasi ini diungkapkan untuk menunjukkan perusahaan berusaha untuk mematuhi peraturan lingkungan yang ada, sebagaimana pernyataan berikut:

“Sebagai bagian dari kepatuhan kami terhadap lingkungan dengan mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia no 27 tahun 2012 mengenai izin lingkungan, kami dituntut untuk bisa memberikan laporan Upaya Pengelolaan Lingkungan hidup dan Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup setiap 6 (enam) bulan sekali. Dalam laporan tersebut, secara jelas disebutkan adanya ketentuan batas tertentu

untuk setiap aspek yang berdampak kepada lingkungan dan kami harus memastikan bahwa semua operasional tidak ada yang melanggar batas-batas tersebut” (Bumi serpong damai, 2019, hal 92)

Beberapa perusahaan mengungkapkan komitmen mereka terhadap peraturan yang berlaku. Misalnya, perusahaan Bukit Asam yang mengungkapkan hal berikut: “PT Bukit Asam berkomitmen memenuhi semua ketentuan yang berkaitan dengan ketenagakerjaan, termasuk didalamnya tentang usia pekerja” (Bukit Asam, 2019, hal 180). Selain itu, perusahaan lain menyatakan bahwa mereka telah memenuhi standar internasional. Contoh informasi yang diungkapkan oleh perusahaan Jasa Marga Berikut:

“Salah satu strategi penting dalam pengelolaan energy sesuai ISO 14001 Sistem Manajemen Lingkungan adalah pelaksanaan efisiensi energy. Perseroan telah melakukan efisiensi penggunaan energy seperti penggunaan PLTS di Kantor Pusat yang menghasilkan efisiensi energy sebesar 20%.....(Jasa Marga, 2019, hal 132)

Pernyataan mengenai kepatuhan pada peraturan dapat menjelaskan bahwa perusahaan di Indonesia berusaha untuk meyakinkan dan memberikan jaminan kepada pemangku kepentingan bahwa mereka telah menjalankan bisnis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### **Peningkatan Nilai Pemegang Saham**

Total skor pengungkapan yang dimotivasi oleh peningkatan nilai pemegang saham adalah 16. Berdasarkan hasil dari analisis yang dilakukan telah ditemukan bahwa “perekrutan karyawan, rata-rata pelatihan karyawan dan program pengembangan masyarakat” merupakan informasi yang paling banyak diungkapkan berdasarkan motif ini.

Jenis pengungkapan ini menyiratkan bahwa kegiatan sosial dan lingkungan yang dijalankan oleh perusahaan merupakan upaya

untuk mencapai tujuan peningkatan kinerja atau pengembangan usaha. Beberapa perusahaan secara khusus bertanggung jawab kepada karyawannya untuk tujuan kemajuan bisnis. Sebagaimana wacana berikut:

“Kami percaya bahwa dengan membekali karyawan kami dengan keterampilan yang mereka butuhkan untuk pengembangan pribadi dan profesi, juga akan bermanfaat bagi pertumbuhan perusahaan di masa depan. (Bumi serpong damai, 2019, hal 136)

“Perseroan menyadari bahwa kompetensi karyawan merupakan kunci untuk kemajuan dan keberlanjutan usaha (Jasa Marga, 2019,80)

Berkaitan dengan tujuan pengembangan usaha juga dihubungkan dengan inisiatif perusahaan untuk memuaskan pelanggan. Bukit Asam dalam laporan keberlanjutannya menyebutkan hal tersebut:

“PT Bukit Asam memandang kepuasan pelanggan sebagai kunci untuk mengembangkan usaha di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai bentuk pelayanan yang fundamental (Bukit Asam, 2019, hal 163)

Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini menunjukkan bahwa perusahaan mengakui bahwa pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tidak terlepas dari tujuan ekonomi. Perusahaan secara terbuka menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan dimotivasi oleh tujuan peningkatan keuntungan bisnis.

### **Perbaikan Operasional**

Tabel V menunjukkan bahwa perbaikan operasional memotivasi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya

untuk 16 item pengungkapan. Jenis informasi yang berada di bawah motivasi perbaikan operasional ini adalah program pelatihan dan pengembangan karyawan.

Pada jenis informasi ini, perusahaan menyebutkan bahwa seluruh materi, program dan sarana serta prasana pelatihan di berikan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan operasional. Sebagaimana pernyataan berikut:

“Materi dan sarana pelatihan dikembangkan untuk menjawab kebutuhan operasional dan tantangan usaha (BCA, 2019, hal 76).

Perusahaan tertentu mengungkapkan komitmen mereka untuk menjalankan operasi yang efisien. Operasi yang efisien merupakan upaya untuk memperbaiki aktivitas operasi perusahaan. Sebagaimana pengungkapan dari Perusahaan Gas Negara berikut:

Kami berkomitmen untuk menjalankan operasi bisnis yang efisien dan mengurangi emisi karbon dalam setiap aktivitas usaha kami (PGN, 2019, hal 66)

Wacana ini memberikan pesan bahwa perusahaan menunjukkan komitmennya untuk memperbaiki kegiatan operasi perusahaan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini merupakan salah satu upaya untuk memperbaiki operasional perusahaan.

### **Jenis Industri dan Motivasi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**

Pengujian silang antara jenis industri dengan motivasi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kepatuhan pada peraturan menjadi faktor pendorong terbesar bagi perusahaan di Indonesia tahun 2019 sedangkan kepedulian terhadap lingkungan menjadi faktor kedua baik pada perusahaan yang sensitif terhadap isu lingkungan maupun yang non sensitif. Peraturan pemerintah dan standar internasional ternyata mempunyai pengaruh besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Apabila dilihat dari faktor pendorong terendah, pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh industri yang sensitif terhadap isu lingkungan dimotivasi oleh perbaikan operasional yaitu 6,33 %. Sedangkan bagi industri yang tidak sensitif terhadap isu lingkungan dimotivasi oleh peningkatan nilai pemegang saham yaitu 12,82 %. Ini menunjukkan bahwa motif keuangan menjadi motif yang kecil sekali kontribusinya terhadap kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik pengungkapan dan motivasi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hasil analisis perusahaan menunjukkan bahwa tema lingkungan lebih banyak diungkapkan dibandingkan dengan tema sosial. Tema lingkungan yang paling banyak berkaitan dengan emisi gas rumah kaca. Perbedaan tema pengungkapan ditemukan pada penelitian ini, dimana industri yang sensitif terhadap isu lingkungan lebih banyak mengungkapkan tema lingkungan, sedangkan industri yang tidak sensitif lebih cenderung mengungkapkan tema sosial. Selain dari analisis terhadap praktik pengungkapan di Indonesia, penelitian ini juga mengeksplorasi motivasi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepatuhan pada peraturan menjadi motif terbesar perusahaan untuk melakukan pengungkapan baik itu industri yang sensitif terhadap isu lingkungan atau industri yang tidak sensitif terhadap isu lingkungan.

### **DAFTAR RUJUKAN**

Abeysekera, I. (2008). Motivations behind human capital disclosure in annual reports. *Accounting Forum*, 32(1),

- 16–29.  
<https://doi.org/10.1016/j.accfor.2006.11.006>
- Adams, C., & Zutshi, A. (2004). Corporate Social Responsibility: Why Business Should Act Responsibly and Be Accountable. *Australian Accounting Review*, 14(3), 31–39.
- Ali, W., Alsayegh, M. F., Ahmad, Z., Mahmood, Z., & Iqbal, J. (2018). The relationship between social visibility and CSR disclosure. *Sustainability (Switzerland)*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/su10030866>
- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(4), 273–294. <https://doi.org/10.1002/csr.1410>
- Amran, A., & Devi, S. S. (2008). The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: The case of Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 23(4), 386–404. <https://doi.org/10.1108/02686900810864327>
- Corbett, C. J., & Klassen, R. D. (2006). Extending the horizons: Environmental excellence as key to improving operations. *Manufacturing and Service Operations Management*, 8(1), 5–22. <https://doi.org/10.1287/msom.1060.0095>
- Dagiliene, L., Leitoniene, S., & Grecikova, A. (2014). Increasing Business Transparency by Corporate Social Reporting: Development and Problems in Lithuania. *Engineering Economics*, 25(1), 54–61. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.25.1.2356>
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Djajadikerta, H. G., & Trireksani, T. (2012). Corporate social and environmental disclosure by Indonesian listed companies on their corporate web sites. *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. 13, pp. 21–36. <https://doi.org/10.1108/09675421211231899>
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: Method, applications, and issues. *Health Care for Women International*, 13(3), 313–321. <https://doi.org/10.1080/07399339209516006>
- Garvare, R., & Johansson, P. (2010). Management for sustainability - a stakeholder theory. *Total Quality Management and Business Excellence*, 21(7), 737–744. <https://doi.org/10.1080/14783363.2010.483095>
- Golob, U., & Bartlett, J. L. (2007). Communicating about corporate social responsibility: A comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. *Public Relations Review*, 33(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.11.001>
- Guidry, R. P., & Patten, D. M. (2010). Market reactions to the first-time issuance of corporate sustainability reports. *Sustainability Accounting*,

- Management and Policy Journal*, 1(1), 33–50.  
<https://doi.org/10.1108/20408021011059214>
- Gunawan, J. (2015). Corporate social disclosures in Indonesia: Stakeholders' influence and motivation. *Social Responsibility Journal*, 11(3), 535–552.  
<https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2014-0048>
- Gunawan, J., Djajadikerta, H., & Malcolm, S. (2009). *an Examination of Corporate Social Disclosures in the Annual Reports of*. 13–36.
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5–21.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.005>
- Islam, A. M., & Deegan, C. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(6), 850–874.  
<https://doi.org/10.1108/09513570810893272>
- Joshi, P. L., & Gao, S. S. (2009). Multinational corporations' corporate social and environmental disclosures (CSED) on web sites. *International Journal of Commerce and Management*, 19(1), 27–44.  
<https://doi.org/10.1108/10569210910939654>
- Kleine, A., & Hauff, M. Von. (2009). Sustainability-driven implementation of corporate social responsibility: Application of the integrative sustainability triangle. *Journal of Business Ethics*, 85(SUPPL. 3), 517–533.  
<https://doi.org/10.1007/s10551-009-0212-z>
- Maruzani, N. (2013). Factors Influencing Corporate Social and Environmental Disclosure (CSED) Practices in the Developing Countries: An Institutional Theoretical Perspective. *International Journal of Asian Social Science*, 3(3), 669–681. Retrieved from [http://www.aessweb.com/abstract.php?m=March\(1\)2013&id=5007&aid=1872](http://www.aessweb.com/abstract.php?m=March(1)2013&id=5007&aid=1872)
- Muwazir, M. R., & Hadi, N. A. (2014). Motivation for Csr Practices : Evidence From Financial. *The 2nd International Conference on Business, Economics and Accounting*, (26-28 March), 93–99.
- Othman, S., Darus, F., & Arshad, R. (2011). The influence of coercive isomorphism on corporate social responsibility reporting and reputation. *Social Responsibility Journal*, 7(1), 118–135.  
<https://doi.org/10.1108/1747111111114585>
- Patten, D. M., & Zhao, N. (2014). Standalone CSR reporting by U.S. retail companies. *Accounting Forum*, 38(2), 132–144.  
<https://doi.org/10.1016/j.accfor.2014.01.002>
- Qiu, Y., Shaukat, A., & Tharyan, R. (2016). Environmental and social disclosures: Link with corporate financial performance. *British Accounting Review*, 48(1), 102–116.  
<https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.10.007>

- Rangan, K., Chase, L., & Karim, S. (2015). The truth about CSR. *Harvard Business Review*.
- Robins, F. (2008). Why corporate social responsibility should be popularised but not imposed. *Corporate Governance*, 8(3), 330–341. <https://doi.org/10.1108/14720700810879204>
- Schaltegger, S., & Burritt, R. (2018). Business cases and corporate engagement with sustainability: Differentiating ethical motivations. *Journal of Business Ethics*, 147(2), 241–259. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2938-0>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business, A Skill Building Approach. In *John Wiley & Sons Ltd* (Seventh Ed). [https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5\\_102084](https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084)
- Sembiring, M. S., Maksum, A., & Bukit, R. (2019). Determinants of Corporate Social and Environmental Disclosures in Indonesian Listed Companies. *Proceedings of the 1st Aceh Global Conference (AGC 2018)*. <https://doi.org/10.2991/agc-18.2019.87>
- Sumarsono, D., Sudardi, B., Wardo, W., & Abdullah, W. (2018). The hotel's responsibilities in actualizing environmental justice: The study of CSR practice on 5-star hotel environmental conservation. *E3S Web of Conferences*, 74. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187401006>
- Sweeney, L., & Coughlan, J. (2008). Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 113–124. <https://doi.org/10.1080/13527260701856657>
- Venkataraman, S. (2019). *Stakeholder Approach to Corporate Sustainability: A Review*. (March).
- Weber, O., Koellner, T., Habegger, D., Steffensen, H., & Ohnemus, P. (2008). The relation between the GRI indicators and the financial performance of firms. *Progress in Industrial Ecology: An International Journal*, 5(3), 236–254. <https://doi.org/10.1504/PIE.2008.019127>
- Weder, F., Einwiller, S., & Eberwein, T. (2019). Heading for new shores: Impact Orientation of CSR Communication and The Need for Communicative Responsibility. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(2), 198–211. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2019-0020>
- Yu, Y., & Choi, Y. (2016). Stakeholder pressure and CSR adoption: The mediating role of organizational culture for Chinese companies. *Social Science Journal*, 53(2), 226–235. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2014.07.006>
- Yusoff, H., Lehman, G., & Nasir, M. N. (2006). Environmental engagements through the lens of disclosure practices: A Malaysian story. *Asian Review of Accounting*, 14(1-2), 122–148. <https://doi.org/10.1108/13217340610729509>