



Analisis Luas Pengungkapan *Corporate Social and Responsibility* Perusahaan Melalui Laman Resmi Perusahaan Anggota Indeks *ESG Leaders*

Rully Hidayat¹, Yoremia Lestari Ginting²

Universitas Mulawarman
rullyhidaday@gmail.com

How to cite: ...

Article History

Received: 01-08-2023

Accepted: 29-09-2023

DOI:

Copyright@year
owned by Author(s).
Published by JIAM.

ABSTRAK

Rully Hidayat, 2023. Analisis Luas Pengungkapan *Corporate Social and Responsibility* Perusahaan Melalui Laman Resmi Perusahaan Anggota Indeks *ESG Leaders*. Di bawah bimbingan Ibu Yoremia Lestari Ginting. Pengungkapan informasi CSR sangat penting di era modern saat ini, dikarenakan banyak tuntutan dari pihak eksternal untuk melaporkan aktivitas CSR perusahaan melalui berbagai media, salah satu contohnya melalui laman resmi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis luas pengungkapan CSR perusahaan melalui laman resmi perusahaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori legitimasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Metode dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan tiga kategori kinerja pada CSR yaitu kategori kinerja ekonomi sebesar 80,2% dari 100%, kategori kinerja lingkungan sebesar 96% dari 100%, dan kategori kinerja sosial sebesar 88,2% dari 100%.

Kata kunci: Analisis, CSR, Indeks *ESG Leaders*, Laman Resmi

ABSTRACT

Rully Hidayat, 2023. *Extensive Analysis of Corporate Social and Responsibility Disclosures Through the Official Websites of ESG Leaders Index Member Companies. Under the guidance of Mrs. Yoremia Lestari Ginting. Disclosure of CSR information is very important in today's modern era, due to many demands from external parties to report company CSR activities through various media, one example is through the company's official website. This study aims to analyze the extent of corporate CSR disclosure through the company's official website. The theory used in this research is legitimacy theory. This type of research is descriptive quantitative. The method in this research is documentation. The results of this study reveal three performance categories in CSR, namely the economic performance category of 80.2% of 100%, the environmental performance category of 96% of 100%, and the social performance category of 88.2% of 100%.*

Key words: Analysis, CSR, ESG Leaders Index, Official Website

A. PENDAHULUAN

Penerapan *corporate social responsibility* atau yang biasa disingkat CSR di Indonesia awal mulanya dilaksanakan tahun 2000-an, meskipun aktivitas dengan eksistensi yang sama sudah ada tahun 1970-an. CSR dilaksanakan oleh entitas dengan jenjang yang berbeda-beda, Mulai dari yang paling dasar, misalnya donasi hingga yang menyeluruh, yang terkonsolidasi terhadap skema entitas dalam menjalankan usahanya. *Corporate social responsibility* perusahaan antara lain meliputi kinerja sosial, ekonomi, dan lingkungan. Permasalahan terhadap lingkungan dan sosial saat ini semakin mendapatkan perhatian dan dianggap sebagai isu yang penting untuk dibahas. Permasalahan sosial dalam satu dekade terakhir pada umumnya terjadi karena masyarakat kurang puas dengan adanya kebijakan dari perusahaan terkait dengan pendayagunaan tenaga kerja. Kurangnya informasi terkait CSR bagi pihak eksternal khususnya masyarakat, dapat mengakibatkan terjadinya konflik kepentingan antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan. Konflik kepentingan di sini salah satu contohnya ialah kurangnya pemanfaatan tenaga kerja bagi masyarakat lingkungan sekitar perusahaan sebagai tenaga kerja lokal. Maka dari itu perlu adanya kesadaran dari pihak perusahaan terhadap pelaporan CSR perusahaan agar output kepada pihak eksternal khususnya masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat pada umumnya berdampak positif demi kelangsungan hidup masing masing pihak.

Salah satu cara yang cukup efektif untuk pelaporan *corporate social and responsibility* adalah melalui laman resmi (*website*) perusahaan. Dikatakan cukup efektif karena melihat dari peningkatan penggunaan internet di Indonesia dalam satu dekade terakhir yang cukup pesat, sehingga laporan CSR perusahaan lebih mudah untuk diakses. Mengutip dari Buletin APJII edisi ke-24 pada November tahun 2020, survei dari APJII tahun 2019-2020 (Q2) pada tahun 2019-2020 penggunaan internet di Indonesia meningkat sebesar 73,3% dari jumlah penduduk Indonesia tahun 2020. Persentase ini naik sebesar 8,5% dari tahun 2018 yaitu 64,8% dari jumlah penduduk di Indonesia tahun 2020. Dengan adanya peningkatan penggunaan jagat maya yang semakin pesat, maka hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan perusahaannya serta melaporkan informasi tentang CSR perusahaan kepada pihak eksternal khususnya kepada masyarakat. Laman resmi perusahaan juga digunakan sebagai media bagi perusahaan untuk menginformasikan dan mengungkapkan *corporate social responsibility* entitas terhadap para pemegang kepentingan. Pengungkapan CSR entitas yang terdapat pada laman resmi perusahaan bisa menjadi penilaian dalam pengambilan keputusan para pengelola kepentingan. Mayoritas para pemegang kepentingan memberdayakan situs entitas untuk mendapatkan informasi terkait praktik maupun kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Nurjanah, Suwatno, dan Damayanti (2017), mengatakan bahwa pemangku kepentingan lebih penting untuk memeriksa masalah dan inisiatif CSR yang diberitahu di laman resmi. *Website* resmi setiap perusahaan merupakan sumber utama informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Yudawati, 2015).

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Legitimacy Theory adalah kontrak sosial antara dua pihak yaitu perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosialnya agar dapat diterima oleh masyarakat sehingga akan menjamin kesejahteraan hidup perusahaannya. Hal ini senyalar dengan pernyataan *legitimacy theory* bahwa entitas memiliki komitmen terhadap masyarakat untuk melaksanakan aktivitasnya sesuai norma dan nilai *justice*, serta bagaimana entitas merespon berbagai golongan kepentingan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan (Pujiasih, 2013). Pada hakikatnya, istilah CSR entitas bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat kegiatan sosial yang dilakukan oleh entitas dan bagaimana hal itu berdampak pada masyarakat sekitarnya. Meskipun demikian, tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dilakukan kepada masyarakat tetapi juga kepada pemangku kepentingan. *Stakeholder* dapat melihat CSR perusahaan sebagai hasil dari integritas etika bisnis dan peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Corporate Social and Responsibility

Pasal 1 Ayat 3 Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan meningkatkan lingkungan, perusahaan berkomitmen pada Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dengan berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan tujuan membantu Perseroan sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat umum. Menurut (Prastowo dan Huda, 2011) CSR adalah cara alami perusahaan untuk "membersihkan" keuntungan besar yang mereka peroleh. Semua orang tahu bahwa metode perusahaan untuk menghasilkan uang kadang-kadang menguntungkan orang lain, baik secara tidak disengaja maupun secara disengaja. Dianggap sebagai mekanisme alamiah, CSR adalah hasil dari keputusan dan tindakan perusahaan. Karena itu, perusahaan bertanggung jawab untuk memperbaiki masyarakat yang terkena dampak keputusan tersebut.

Undang-undang Corporate Social Responsibility

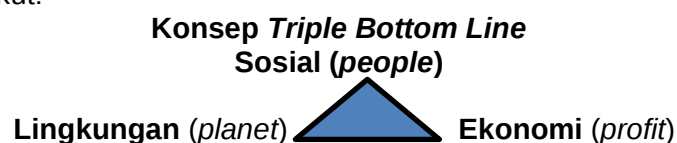
Undang-undang perseroan terbatas yang dibuat oleh pemerintah menunjukkan bahwa pemerintah mendukung implementasi CSR. Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74:

1. Semua perusahaan yang bekerja di bidang sumber daya alam harus melakukan *Corporate Social Responsibility*.
2. Menurut ayat (1), tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah kewajiban perusahaan yang dianggarkan dan dihitung sebagai biaya perusahaan. Pelaksanaannya dilakukan dengan cara yang adil dan adil.
3. Organisasi dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan jika mereka tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
4. Peraturan Pemerintah mengatur lebih lanjut tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

Oleh karena itu, *corporate social responsibility* bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan dengan cara yang bermanfaat bagi perseroan, komunitas setempat, dan masyarakat secara keseluruhan. Tujuan ini dicapai melalui pembentukan hubungan perusahaan yang seimbang, sesuai, dan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya lokal (Prastowo dan Huda, 2011:48).

Konsep Dasar Corporate Social and Responsibility

John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya yang berjudul "*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" (Yanti dan Rasmini, 2015). Elkington mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya harus mengejar keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan dan terlibat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Bottom line* menempatkan perhatian yang seimbang dan konsisten pada nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan pada organisasi (Alhaddi, 2015). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segitiga berikut:



Sumber: Gambar olahan Peneliti 2021.

Jika perusahaan memiliki satu bottom line, mereka hanya mempertimbangkan keuntungan (aspek ekonomi) tanpa mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki tiga bottom lines, mereka mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dapat membantu entitas terus berkembang dan bertahan.

Dalam keadaan ideal, hubungan antara keuntungan (keuntungan), manusia (masyarakat) dan planet (lingkungan) harus seimbang dan tidak bergantung pada satu elemen saja. Menurut Elkington, prinsip 3P ini dapat membantu entitas bertahan. Hal ini dapat dibenarkan karena jika suatu perusahaan hanya berfokus pada laba, lingkungan yang buruk dan masyarakat yang terbelah dapat menghalangi operasinya. Tidak dapat menjaga keseimbangan 3P ini, beberapa perusahaan bahkan menjadi terganggu. Bisnisnya sendiri akan dirugikan jika terjadi gangguan masyarakat (Prastowo dan Huda, 2011:27).

Prinsip-prinsip Corporate Social and Responsibility

Prinsip-prinsip berikut juga menentukan penggunaan CSR, yaitu:

(1) Prinsip kepatuhan hukum: entitas harus memahami dan mematuhi semua peraturan lokal dan internasional, baik yang ditulis maupun tidak. (2) Kepatuhan terhadap hukum adat internasional. Ini berarti bahwa ketika perusahaan membuat kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial, mereka harus mematuhi keputusan, pedoman, peraturan pemerintah, deklarasi, dan perjanjian internasional. (3) Prinsip transparansi berarti bahwa entitas harus jelas, akurat, dan menyeluruh dalam menyampaikan kebijakan, keputusan, dan kegiatannya, termasuk pengenalan terhadap potensi lingkungan dan masyarakat. (4) Menghormati *stakeholder* terkait berarti bahwa perusahaan harus mengakui dan menerima keanekaragaman *stakeholder* terkait, termasuk perusahaan-mitra besar dan kecil. (5) Menghormati Hak Asasi Manusia: Perusahaan harus menerapkan kebijakan dan praktik yang menghormati hak asasi manusia yang tercantum dalam Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia. (Mardikanto, 2018).

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

1. Pengungkapan Konvensional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "konvensional" adalah istilah yang berasal dari konvensi (kesepakatan) umum, seperti "adat", "kebiasaan", atau "kelaziman". Konvensional dapat didefinisikan sebagai hal-hal tradisional yang berkembang di masyarakat dan umumnya diterima. Menurut m.kumparan.com, definisi konvensional dapat didefinisikan sebagai tindakan yang sesuai dengan adat istiadat lokal. Kebiasaan, perjanjian yang disepakati oleh banyak pihak, atau adat lokal biasanya merupakan contoh aktivitas yang umum.

2. Pengungkapan Melalui Laman Perusahaan

Sama seperti pengungkapan konvensional, pengungkapan melalui laman resmi perusahaan juga melihat dari berbagai sisi. Saat ini, entitas telah menggunakan berbagai platform untuk mengkomunikasikan program CSR mereka. Setidaknya ada tiga prosedur utama yang digunakan dalam mengkomunikasikan CSR, yaitu laporan sosial (*social report*), melalui laman (*website*) perusahaan dan dengan iklan. Berbeda dengan yang konvensional, untuk pengungkapan melalui laman resmi lebih universal agar para pencari informasi lebih mudah mendapatkan informasi yang diinginkan. Dengan hanya melalui media internet dan menelusuri melalui mesin pencari modern (Google) para pencari informasi dapat mengakses dan menelusuri informasi dari berbagai sumber yang ingin di telusuri contohnya untuk melihat laman resmi perusahaan sebagai penelitian dan data.

Tujuan Perusahaan Melakukan Corporate Social Responsibility

Menurut (Resturiyani, 2012) menyebutkan bahwa: "Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan.

1. Tanggung jawab ekonomis, motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

2. Tanggung jawab legal, dalam hal ini perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

3. Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

4. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *nonfiduciary responsibility*".

C. METODE

Jenis penelitian ini berpegang pada kuantitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konten. Kuantitatif deskriptif merupakan suatu riset kuantitatif yang bentuk deskripsinya dengan angka yang menggunakan teknik konten analisis sebagai penekanan

makna isi komunikasi, pembacaan simbol-simbol dan pemaknaan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi.

Instrumen utama dalam penelitian ini ialah *corporate social responsibility*. Selanjutnya, data penelitian diperoleh melalui laman resmi (*website*) perusahaan indeks *ESG Leaders*. Untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian maka peneliti harus menelusuri setiap *website* perusahaan yang menjadi sampel. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini ada 5 yaitu Ace Hardware Indonesia Tbk, Perusahaan Gas Negara Tbk, Bank Central Asia Tbk, Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, dan Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk pengumpulan data. Dokumentasi merupakan proses pengolahan dokumen dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen dalam hal ini data yang dikumpulkan melalui laman resmi sampel penelitian yaitu 5 perusahaan indeks *ESG Leaders*. Untuk mengolah data dari indikator di atas, peneliti menggunakan standar *GRI (Global Reporting Initiative)*. Hasil penelitian berupa data kualitatif yang dikuantitatifkan yang akan disajikan sebagai tabel dengan skala *Likert* yang digunakan untuk indeks *Global Reporting Initiative* (digambarkan dengan angka 0-4). Tujuan dari tabel ini adalah untuk menunjukkan perusahaan mana yang menyajikan laporan *CSR* secara rinci dan menyeluruh. Selain tabel, penjelasan juga akan diberikan dalam bentuk paragraf yang mencakup kesimpulan dari tabel untuk masing-masing indikator. Dalam penelitian ini, skala *Likert* digunakan untuk memberikan skor penilaian terhadap indikator pengungkapan *CSR* yang digunakan oleh entitas yang tercatat di BEI sebagai anggota Indeks *ESG Leaders*. Standar pengungkapan yang disesuaikan dengan kerangka pelaporan *Global Reporting Initiative* digunakan untuk memberikan skor, yang didasarkan pada tingkat informasi yang disampaikan dalam laporan *CSR* perusahaan. Kriteria yang digunakan untuk memberikan nilai tersebut ditunjukkan dalam Tabel di bawah ini.

Tabel Skala *Likert* untuk indikator pengungkapan *CSR*

Nilai	Penjelasan
0	Entitas tidak memberikan uraian indikator.
1	Entitas hanya menyebutkan indikator tanpa adanya uraian.
2	Entitas menyebutkan indikator dan uraian secara singkat.
3	Entitas menyebutkan indikator dan memberikan uraian dengan beberapa detail dan rincian.
4	Entitas menjelaskan indikator secara lengkap dan rinci.

Sumber: (Sari, 2014)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Kategori Kinerja Ekonomi

Berdasarkan Standar *GRI* 2016 ada 4 aspek yang harus dilampirkan pada kategori kinerja ekonomi yaitu aspek kinerja ekonomi, aspek kehadiran pasar, aspek dampak tidak langsung, dan aspek praktik pengadaan. Dari keempat aspek tersebut masing-masing memiliki kode poin. Untuk aspek kinerja ekonomi kode poinnya yaitu 201-1, 201-2, 201-3, 201-4, untuk aspek kinerja kehadiran pasar kode poinnya yaitu 202-1, 202-2, untuk aspek dampak tidak langsung kode poinnya yaitu 203-1, 203-2, dan untuk aspek praktik pengadaan kode poinnya yaitu 204-1. Berikut tabel 4.1 dan 4.2 untuk kategori kinerja ekonomi.

TABEL 1.1 PELAPORAN INDIKATOR KATEGORI KINERJA EKONOMI

No	Aspek	Kode	Kode Saham Emiten				
			ACES	PGAS	BBCA	BBNI	BMRI
1	Aspek kinerja ekonomi	201-1	3	4	4	3	3
		201-2	2	3	3	3	3
		201-3	0	0	0	0	0
		201-4	0	0	0	1	0
2	Aspek keberadaan pasar	202-1	3	2	3	3	3
		202-2	2	2	3	3	3
3	Aspek dampak ekonomi tidak langsung	203-1	4	4	3	3	3
		203-2	2	2	2	2	3
4	Aspek praktik pengadaan	204-1	3	2	2	3	2

Sumber: data olahan peneliti tahun 2023

TABEL 1.2 TINGKAT PELAPORAN SETIAP ASPEK DALAM INDIKATOR KINERJAEKONOMI

Kode Saham	Pengungkapan	Total	% Pengungkapan
Perusahaan	maksimal	pengungkapan	
ACES	9	7	78%
PGAS	9	7	78%
BBCA	9	7	78%
BBNI	9	8	89%
BMRI	9	7	78%

Sumber: data olahan peneliti tahun 2023

1. Ace Hardware Indonesia Tbk mengungkapkan indikator kategori kinerja ekonomi dengan menyebutkan dan menjelaskan nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan (201-1), serta implikasi finansial dan resiko dan peluang lain yang disebabkan oleh perubahan iklim (201-2), tetapi tidak memberikan penjelasan yang mendalam tentang dampak ekonomi langsung yang signifikan (203-2).

2. Perusahaan Gas Negara Tbk tidak memberikan penjelasan yang memadai tentang indikator kategori kinerja ekonomi saat mengungkapkan proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal (202-1), dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2), dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal (204-1).

3. Dalam pengungkapan indikator kategori kinerja ekonomi, Bank Central Asia Tbk kurang merincikan secara detail terkait dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2) dan juga tidak ada penjelasan yang detail tentang proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal (204-1).

4. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk tidak memberikan informasi yang cukup tentang bantuan finansial yang diberikan pemerintah (201-4) dan efek ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2).

5. Dalam pengungkapan indikator kategori kinerja ekonomi, Bank Mandiri (Persero) Tbk kurang menjelaskan secara detail terkait proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal (204-1).

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya untuk kategori kinerja ekonomi dari 5 perusahaan yang menjadi sample telah melaporkan kegiatan perusahaannya dibidang kategori kinerja ekonomi. Terbukti dari persentase rata-rata 5 perusahaan yang dianalisis yaitu mencapai 80,2% dari 100%. Hal ini sudah sejalan dengan teori Legitimasi yang menjelaskan bahwa jika terdapat ketidakselarasan sistem dan nilai perusahaan terhadap kinerja ekonomi maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan dibidang ekonomi.

b. Analisis Kategori Kinerja Lingkungan

Berdasarkan Standar GRI 2016 ada 6 aspek yang harus dilampirkan pada kategori kinerja lingkungan yaitu aspek material, aspek energi, aspek keanekaragaman hayati, aspek emisi, aspek air limbah (efluen) dan limbah, dan aspek kepatuhan lingkungan. Dari keenam aspek tersebut masing-masing memiliki kode poin. Untuk aspek material kode poinnya yaitu 301-1, 301-2, 301-3, untuk aspek energi kode poinnya yaitu 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, untuk aspek keanekaragaman hayati kode poinnya yaitu 304-1, 304-2, 304-3, 304-4, untuk aspek emisi kode poinnya yaitu 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7, untuk aspek air limbah (efluen) dan limbah kode poinnya yaitu 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 306-6, dan untuk aspek kepatuhan lingkungan kode poinnya yaitu 307-1. Berikut adalah tabel 4.3 dan 4.4 untuk kategori kinerja lingkungan.

TABEL 2.1 PELAPORAN INDIKATOR KATEGORI KINERJA LINGKUNGAN

No	Aspek	Kode	Kode Saham Emiten				
			ACES	PGAS	BBCA	BBNI	BMRI
1	Material	301-1	4	4	3	3	3
		301-2	3	3	3	3	3
		301-3	3	3	3	3	3
2	Energi	302-1	4	4	4	4	4
		302-2	2	4	3	3	3
		302-3	3	4	3	3	3
		302-4	2	3	3	3	3
		302-5	2	3	3	3	3
3	Keanekaragaman Hayati	304-1	2	2	2	2	2
		304-2	2	3	3	3	2
		304-3	0	3	4	4	0
		304-4	0	0	4	4	0
4	Emisi	305-1	3	4	4	4	4
		305-2	2	3	3	4	3
		305-3	3	4	3	3	3
		305-4	2	3	3	3	3
		305-5	2	3	3	3	3
		305-6	2	3	3	3	3
		305-7	3	4	3	3	3
5	Air Limbah (Efluen) Dan Limbah	306-1	3	3	3	3	2
		306-2	3	3	3	3	3
		306-3	3	4	3	2	3
		306-4	2	3	3	3	3
		306-5	3	3	3	3	3
		306-6	2	4	3	2	2
6	Kepatuhan Lingkungan	307-1	3	4	4	4	3

Sumber: data olahan peneliti tahun 2023

TABEL 2.2 TINGKAT PELAPORAN SETIAP ASPEK DALAM INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN

Kode Saham	Pengungkapan	Total	% Pengungkapan
Perusahaan	maksimal	pengungkapan	
ACES	26	24	92%
PGAS	26	25	96%
BBCA	26	26	100%
BBNI	26	26	100%
BMRI	26	24	92%

Sumber: data olahan peneliti tahun 2023

Indikator kinerja kategori lingkungan merupakan salah satu indikator fundamental yang harus diungkapkan oleh kelima perusahaan di atas. Hal ini dikarenakan pada indikator ini terdapat paling banyak hal yang harus diungkapkan oleh perusahaan terkait dengan pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar operasi perusahaan. Terbukti bahwa tiga dari lima perusahaan yang diteliti yaitu Ace Hardware Indonesia Tbk, Perusahaan Gas Negara Tbk dan Bank Mandiri (Persero) Tbk tidak menginformasikan terkait spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi (304-4) dan juga dua dari lima perusahaan tidak menginformasikan tentang habitat yang dilindungi atau direstorasi (304-3) yaitu Ace Hardware Indonesian Tbk dan Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Pengungkapan kategori kinerja lingkungan merupakan salah satu pengungkapan yang paling fundamental karena dari kegiatan perusahaan dibidang lingkungan sangat berdampak terhadap keberlangsungan hidup orang banyak. Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya, kelima perusahaan sudah mengungkapkan kategori kinerja lingkungan. Dibuktikan dari rata-rata persentase kelima perusahaan tersebut yaitu sebesar 96% dari 100%. Persentase dari kategori kinerja lingkungan ini merupakan yang tertinggi dibanding duakategori kinerja lain. Hal ini telah sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan yang lebih baik cenderung untuk melakukan pengungkapan lingkungannya. Penelitian terdahulu dari Harmoni (2016) juga telah sejalan dengan apa yang telah dianalisis oleh peneliti.

c. Analisis Kategori Kinerja Ekonomi

Menurut Standar *GRI* 2016, ada sebelas aspek yang harus disertakan dalam kategori kinerja sosial: kepegawaian, pelatihan dan pendidikan, pekerja anak, praktik keamanan, hak-hak masyarakat adat, penilaian hak asasi manusia, masyarakat lokal, penilaian sosial pemasok, kebijakan publik, kesehatan dan keselamatan pelanggan, dan pemasaran dan labelan. Dari kesebelas aspek tersebut masing-masing memiliki kode poin. Untuk aspek kepegawaian kode poinnya yaitu 401-1, 401-2, 401-3, untuk aspek pelatihan dan pendidikan kode poinnya yaitu 404-1, 404-2, 404-3, untuk aspek pekerja anak kode poinnya yaitu 408-1, untuk aspek praktik keamanan kode poinnya yaitu 410-1, untuk aspek hak-hak masyarakat adat kode poinnya yaitu 411-1, untuk aspek penilaian hak asasi manusia kode poinnya yaitu 412-1, 412-2, 412-3, untuk aspek masyarakat lokal kode poinnya yaitu 413-1, 413-2, untuk aspek penilaian sosial pemasok kode poinnya yaitu 414-1, 414-2, untuk aspek kebijakan publik kode poinnya yaitu 415-1, untuk aspek kesehatan dan keselamatan pelanggan kode poinnya yaitu 416-1, 416-2, dan untuk aspek pemasaran dan pelabelan kode poinnya yaitu 417-1, 417-2, 417-3. Berikut adalah tabel 4.5 dan 4.6 untuk kategori kinerja sosial.

TABEL 3.1 PELAPORAN INDIKATOR KATEGORI KINERJA SOSIAL

No	Aspek	Kode	Kode Saham Emiten				
			ACES	PGAS	BBCA	BBNI	BMRI
1	Kepegawaian	401-1	3	3	3	3	3
		401-2	2	3	3	4	3
		401-3	2	3	4	3	3
2	Pelatihan Dan Pendidikan	404-1	1	2	3	3	3
		403-2	1	2	2	3	3
		404-3	0	0	1	1	1
3	Pekerja Anak	408-1	0	0	0	0	0
4	Prakti Keamanan	410-1	1	4	2	3	2
5	Hak-Hak Masyarakat Adat	411-1	0	2	2	2	2
6	Penilaian Hak Asasi Manusia	412-1	1	1	2	2	2
		412-2	1	1	2	2	3
		412-3	0	0	0	0	0
7	Masyarakat Lokal	413-1	3	3	3	3	3
		413-2	3	2	3	3	2
8	Penilaian Sosial Pemasok	414-1	1	3	3	3	2
		414-2	1	2	3	3	3
9	Kebijakan Publik	415-1	3	2	3	3	3
10	Kesehatan Dan Keselamatan Pelanggan	416-1	3	3	2	2	2
		416-2	3	4	2	3	3
11	Pemasaran Dan Pelabelan	417-1	2	3	4	4	4
		417-2	1	2	3	3	3
		417-3	2	2	3	3	3

Sumber: data olahan peneliti tahun 2023

TABEL 3.2 TINGKAT PELAPORAN SETIAP ASPEK DALAM INDIKATOR KINERJA SOSIAL

Kode Saham	Pengungkapan	Total	% Pengungkapan
Perusahaan	maksimal	pengungkapan	
ACES	22	18	82%
PGAS	22	19	86%
BBCA	22	20	91%
BBNI	22	20	91%
BMRI	22	20	91%

Sumber: data olahan peneliti tahun 2023

Indikator kinerja kategori sosial merupakan indikator yang juga harus selalu dilaporkan perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawabnya. Sama dengan dua indikator sebelumnya yaitu indikator kinerja kategori ekonomi dan indikator kinerja kategori lingkungan, indikator kinerja kategori sosial juga harus diungkapkan secara transparansi agar para pemangku kepentingan dan pihak terkait lainnya bisa berkontribusi dengan maksimal sesuai dengan evaluasi yang telah dilakukan pada periode-periode sebelumnya. Dari dua puluh dua (22) aspek yang dianalisis, ada dua aspek yang sama sekali tidak diungkapkan oleh kelima perusahaan di atas yaitu operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak (408-1) serta kontrak investasi dan perjanjian penting yang mengandung klausul hak asasi manusia atau yang telah melewati penyaringan hak asasi manusia (412-3). Adapun satu aspek yang sangat kurang dalam pengungkapannya oleh kelima perusahaan di atas yaitu aspek persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karier (404-3).

Pengungkapan kategori kinerja sosial merupakan pengungkapan yang paling banyak aspek untuk dianalisis. Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya, kelima perusahaan juga telah mengungkapkan kategori kinerja sosial. Untuk rata-rata persentase kelima perusahaan tersebut yaitu sebesar 88,2% dari 100%. Hal ini juga telah sejalan dengan teori legitimasi terkait dengan kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat yang menyatakan bahwa agar diterima oleh masyarakat dengan begitu perusahaan harus mengungkapkan kegiatan sosialnya agar menjamin keberlangsungan hidup perusahaan.

E. SIMPULAN

1. Pengungkapan Kategori Kinerja Ekonomi dari lima perusahaan anggota indeks ESG Leaders yang telah dianalisis yaitu Ace Hardware Indonesia Tbk, Perusahaan Gas Negara Tbk, Bank Central Asia Tbk, Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, dan Bank Mandiri (Persero) persentase rata-rata dari kelima sample mencapai 80,2% dari 100%. Untuk aspek yang paling banyak diungkapkan dan nilainya paling tinggi yaitu aspek dampak ekonomi tidak langsung dengan kode 203-1 (investasi infrastruktur dan dukungan layanan). Untuk aspek yang paling sedikit diungkapkan dan nilainya paling rendah yaitu aspek kinerja ekonomi dengan kode 201-3 (kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya).
2. Pengungkapan Kategori Kinerja Lingkungan menjadi pengungkapan yang paling tinggi rata-rata persentasenya dibandingkan dua pengungkapan kategori lainnya. Dari lima sample yang telah dianalisis persentase rata-rata dari kelima sample tersebut yaitu mencapai 96% dari 100%. Untuk aspek yang paling banyak diungkapkan dan nilainya paling tinggi yaitu aspek energi dengan kode 302-1 (konsumsi energi dalam organisasi). Untuk aspek yang paling sedikit diungkapkan dan nilainya paling rendah yaitu aspek keanekaragaman hayati dengan kode 304-4 (spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi).
3. Pengungkapan Kategori Kinerja Sosial menjadi pengungkapan yang paling banyak menggunakan poin aspek yaitu ada 22 poin. Dari lima sample yang telah dianalisis persentase rata-rata kelimanya yaitu mencapai 88,2% dari 100%. Untuk aspek yang paling banyak diungkapkan dan nilainya paling tinggi yaitu aspek pemasaran dan pelabelan dengan kode 417-1 (persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa). Aspek penilaian hak asasi manusia dengan kode 412-3, yang mencakup kesepakatan dan kontrak investasi penting yang memasukkan dukungan-dukungan hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak

asasi manusia, adalah yang paling sedikit dibahas dan memiliki nilai paling rendah.

Sesuai dengan penelitian yang telah dilaksanakan terdapat saran yang bisa dipertimbangkan. Adapun Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pengamatan terhadap perusahaan indeks *ESG Leaders* yaitu hanya dari tahun terbaru yaitu tahun 2023 dengan beberapa penyaringan sampel serta menghasilkan sampel yang juga terbatas yaitu 5 perusahaan, sehingga diharapkan kepada penelitian selanjutnya agar menambah variasi sampel perusahaan yang tercatat pada BEI serta diiringi jangka waktu yang tidak sama ataupun durasi yang lebih lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhaddi, H. (2015). Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review. *Business and Management Studies*, 1(2), 6–10.
- Harmoni, A., Ganefi, M., & Permatasari, H. P. (2016). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi CSR Oleh Perusahaan LQ 45 Di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*, 49–53.
- Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Mardikanto, T. (2018). *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Mumtahanah, S. N., & Septiani, A. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Moderasi Kepemilikan Saham Oleh Keluarga (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(4), 1–13.
- Nurjanah, Suwatno, & Damayanti, W. (2017). Komunikasi Corporate Social Responsibility Pada Official Website Perusahaan Badan Usaha Milik. *Aspikom*, 3(2), 311–325.
- Prastowo, J., & Huda, M. (2011). *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Pujiasih. (2013). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011)*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Rachman, N. M., Wicaksana, E., & Efendi, A. (2011). *rachman.pdf*. Depok: Penebar Swadaya.
- Rahmawati. (2012). *Teori Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Resturiyani, N. (2012). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Universitas Pasundan.
- Sari, N. (2014). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI): Studi Kasus Perusahaan Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk dan Timah (Persero) Tbk. *Binus Business Review*, 5(2), 527–536.
- Sudaryanto. (2011). *Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Yanti, F., & Rasmini, N. K. (2015). Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line Dan Faktor Yang Mempengaruhi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Cannibals with Forks : the Triple Bottom Line of 21st Century Business , konvensional yang pada dasarnya menolak mel. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(2), 499–512.

Yudaruddin, R. (2014). *Statistik Ekonomi Aplikasi Dengan Program SPSS Versi 20*. Yogyakarta: Interpena.

Yudarwati, G. A. (2015). The Indonesian Bank Websites' Interactivity for Corporate Social Responsibility Communication. *Ilmu Komunikasi*, 12(2), 213–234