

Social Disclosure in Sustainability Report: A Legitimacy Theory Approach and Social Disclosure as a Public Trust Building Strategy

Dinda Chairunnisa¹, Selviana², Rahma Amelia Febriyanti³, Regiana^{4*}, Nadia Permatasari⁵

Universitas Bina Sarana Informatika

Corresponding Author: Regiana Regianaling@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Sustainability Report, Social Disclosure, Legitimacy Theory, CSR, Public Trust

Received : 14, April

Revised : 28, April

Accepted: 29, May

©2025 Chairunisa, Selviana, Febriyanti, Regiana, Permatasari :
This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Sustainability reporting serves not only as a tool to communicate a company's performance in economic, social, and environmental aspects but also as a strategic means to obtain and maintain social legitimacy from stakeholders and the public. By analyzing sustainability reports of selected companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) under the LQ45 index during the 2021–2023 period, the study assesses the extent of social disclosure based on the Global Reporting Initiative (GRI) Standards. The findings reveal that sustainability reports play a strategic role in building public trust, yet companies still face challenges in implementation, including limited data accuracy, resource constraints, ineffective communication, and low stakeholder engagement. These results highlight that successful social disclosure strongly depends on a company's commitment to transparency, accountability, and the integration of sustainability principles into its business operations.

Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Keberlanjutan: Pendekatan Teori Legitimasi Dan Pengungkapan Sosial Sebagai Strategi Membangun Kepercayaan Publik

Dinda Chairunnisa¹, Selviana², Rahma Amelia Febriyanti³, Regiana^{4*}, Nadia Permatasari⁵

Universitas Bina Sarana Informatika

Corresponding Author: Regiana Regianaling@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Laporan Keberlanjutan, Pengungkapan Sosial, Teori Legitimasi, CSR, Kepercayaan Publik

Received : 14, April

Revised : 28, April

Accepted: 29, May

©2025 Chairunisa, Selviana, Febriyanti, Regiana, Permatasari :

This is an open-access article distributed under the terms of the

[Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Laporan keberlanjutan tidak hanya menjadi alat untuk menyampaikan kinerja sosial, ekonomi, dan lingkungan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi perusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Dengan menganalisis laporan keberlanjutan beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada indeks LQ45 periode 2021–2023, studi ini mengevaluasi tingkat pengungkapan aspek sosial berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative). Hasil analisis menunjukkan bahwa laporan keberlanjutan memainkan peran strategis dalam membangun kepercayaan publik, namun implementasinya masih menghadapi sejumlah kendala seperti kurangnya data yang akurat, keterbatasan sumber daya, komunikasi yang tidak efektif, dan rendahnya keterlibatan pemangku kepentingan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan pengungkapan sosial sangat bergantung pada komitmen perusahaan terhadap transparansi, akuntabilitas, serta integrasi prinsip keberlanjutan dalam operasional bisnisnya.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir zaman mengalami begitu banyak perubahan yang sangat cepat, berbagai Perusahaan dituntut untuk memperluas pengetahuan, melakukan inovasi yang baik, dan belajar untuk berkompetisi dengan cara yang baru atau berbeda dengan yang lain nya. Tidak cukup bagi Perusahaan jika hanya menunjukkan kinerja keuangan yang baik, mereka juga dituntut untuk menjalankan kegiatan usaha yang berkelanjutan, estis, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan Masyarakat sekitar. Tuntutan ini membuat praktik laporan keberlanjutan (sustainability reporting) sebagai salah satu cara Perusahaan mengkomunikasikan komitmen dan kontribusinya terhadap pembangunan berkelanjutan

Laporan berkelanjutan juga salah satu bentuk tantangan perubahan bagi Perusahaan untuk membangun dan mempertahankan legitimasi sosial. Menurut teori legitimasi, Perusahaan beroperasi dalam suatu kerangka kontrak sosial yang tidak tertulis dengan Masyarakat, dan di mana Perusahaan mengungkapkan laporan berkelanjutan (sustainability reporting) berarti telah menunjukkan komitmen yang nyata terhadap isu isu sosial dan lingkungan Masyarakat. Dan ada nya pengungkapan ini akan berdampak pada peningkatan kepercayaan Masyarakat terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan.

Akan tetapi masih banyak Perusahaan yang masih sangat kurang dalam mengungkapkan laporan secara sukarela. Ada beberapa factor yang membuat Perusahaan kurang memperhatikan dalam pengungkapan laporan berkelanjutan (sustainability Report). Berdasarkan jurnal dari Desty Rekha Oktaviani, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, ada beberapa factor yaitu Perusahaan tidak bersifat terbuka dalam menjalankan bisnis nya dan yang ke dua menganggap sustainability report membuat biaya tambahan dalam pengeluaran Perusahaan dan yang ketiga belum ada nya peraturan mewajibkan Perusahaan untuk merilis Sustainability report. Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk mengkaji bagaimana perusahaan menggunakan laporan keberlanjutan sebagai alat legitimasi sosial, serta bagaimana teori legitimasi dapat menjelaskan praktik pelaporan yang dilakukan dalam konteks CSR dan keberlanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan salah satu teori penting dalam literatur akuntansi social dan lingkungan. Dalam Perusahaan ia merupakan system pengelolaan yang berorientasi terhadap Masyarakat dan juga merupakan pelaporan yang dilaksanakan Perusahaan secara sukarela. Legitimasi adalah kondisi atau status yang diberikan oleh masyarakat kepada suatu organisasi, yang menunjukkan bahwa organisasi tersebut bertindak secara “dapat diterima secara sosial

Menurut Suchman (1995), Legitimasi adalah a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions." Artinya, perusahaan tidak hanya harus mengejar keuntungan,

tetapi juga harus bertindak sesuai dengan harapan sosial demi mempertahankan eksistensinya. Untuk itu sebagai suatu system yang mengutamakan pihan dan kepentingan Masyarakat pengurangan senjangan legitimasi dapat dilakukan melalui beberapa strategi seperti meningkatkan tanggung jawab social (social responsibility) dan memperluas pengungkapan nya dalam pengungkapan social.

Adapun peran Teori Legitimasi dalam konteks Perusahaan yaitu Perusahaan menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan strategi pengungkapan informasi non-keuangan, termasuk laporan berkelanjutan. Ketika terjadi nya krisis, kritik social atau tekanan dari pemangku kepentingan. Perusahaan dapat melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan legitimasi nya, seperti

1. Meningkatkan Transparansi melalui laporan berkelanjutan
2. Mengubah persepsi public
3. Mengahlihan perhatian publik

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah pendekatan strategis perusahaan dalam menjalankan bisnis secara etis, bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan, serta menjaga hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan. Menurut World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), CSR adalah “the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.

Tanggung jawab social perusahaan atau CSR merupakan suatu kebijakan, praktik dan program yang terintegritas diseluruh operasi bisnis dalam proses pengambilan keputusan serta dimaksudkan untuk memastikan bahwa Perusahaan memaksimalkan dampak positif dari operasi pada Masyarakat atau dengan cara memenuhi atau melebihi etika, hukum, komersial, dan harapan public.

Adapun tujuan dari CSR yaitu meningkatkan reputasi dan citra Perusahaan, menjalin hubungan yang harmonis dengan Masyarakat, mendorong keberlanjutan jangka Panjang Perusahaan dan CSR juga merupakan bentuk tanggung jawab moral dan etika Perusahaan dalam menghadapi dampak eksternal dari aktivitas bisnisnya.

Menurut Carroll’s Pyramid CSR Terdiri dari 3 dimensi yaitu

1. Ekonomi : Perusahaan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pembayaran pajak, dan inovasi produk
2. Sosial : Tanggung jawab Terhadap kesejahteraan karyawan, pelanggan, dan Masyarakat loca
3. Lingkungan : komitmen terhadap perlindungan, lingkungan, pengurangan limbah, dan penggunaan sumber daya yang efisien

Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report)

Laporan keberlanjutan adalah dokumen yang menyajikan kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Laporan ini digunakan untuk menginformasikan kepada publik dan pemangku kepentingan tentang bagaimana perusahaan mengelola dampak-dampak tersebut.

Salah satu standar internasional paling banyak digunakan adalah Global Reporting Initiative (GRI). GRI menyediakan pedoman umum dan spesifik sektor untuk membantu perusahaan menyusun laporan yang akurat, relevan, dan dapat dibandingkan.

Berikut beberapa indikator utama dalam GRI ialah emisi gas rumah kaca, penggunaan energi dan air, Kesehatan dan keselamatan kerja etika bisnis dan anti korupsi. Fungsi dari laporan ini juga memiliki fungsi yang strategis yaitu membangun kepercayaan public, menunjukkan akuntabilitas dan transparansi, mengelola risiko social dan lingkungan.

Hubungan antara Laporan Keberlanjutan, CSR, dan Teori Legitimasi

Corporate Social Responsibility (CSR), laporan keberlanjutan, dan teori legitimasi—memiliki keterkaitan erat dalam membentuk strategi komunikasi dan keberlanjutan perusahaan. Ketiganya saling melengkapi dalam menjawab tuntutan masyarakat modern yang semakin kritis terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Pertama, CSR merupakan bentuk nyata dari tanggung jawab sosial perusahaan. Ini mencakup berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan ekonomi secara berkelanjutan. CSR tidak lagi dilihat sebagai biaya, tetapi sebagai investasi jangka panjang untuk membangun reputasi, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan bisnis.

Kedua, laporan keberlanjutan adalah alat atau media yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan kegiatan CSR dan kinerja keberlanjutannya kepada publik dan pemangku kepentingan. Dengan mengikuti standar pelaporan seperti GRI (Global Reporting Initiative), perusahaan dapat menyajikan data yang terstruktur dan dapat dibandingkan antar waktu atau antar entitas. Laporan ini mencakup aspek ekonomi (profit), sosial (people), dan lingkungan (planet), yang secara bersama dikenal sebagai konsep triple bottom line (Elkington, 1997).

Ketiga, teori legitimasi memberikan dasar teoretis mengapa perusahaan merasa perlu untuk mengungkapkan kegiatan CSR-nya secara formal. Dalam perspektif ini, legitimasi merupakan aset tak berwujud yang sangat penting bagi kelangsungan hidup organisasi. Pengungkapan dalam laporan keberlanjutan merupakan bagian dari proses legitimasi strategis, di mana perusahaan berusaha meyakinkan masyarakat bahwa mereka beroperasi sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku.

Dengan kata lain, CSR adalah isi atau tindakan nyata, laporan keberlanjutan adalah wadah atau bentuk pengungkapannya, sedangkan teori legitimasi adalah motivasi di balik semua itu. Ketika masyarakat atau pemangku kepentingan mempertanyakan moralitas, etika, atau dampak sosial dari sebuah perusahaan, maka laporan keberlanjutan menjadi alat penting untuk menegaskan kembali posisi dan komitmen perusahaan terhadap nilai-nilai bersama.

Menurut Deegan (2002), pengungkapan sosial dan lingkungan seringkali digunakan sebagai respon terhadap tekanan eksternal, seperti kritik LSM, media, atau masyarakat. Dalam hal ini, laporan keberlanjutan bukan hanya menjadi alat informasi, tetapi juga instrumen strategis untuk membangun, mempertahankan, atau memulihkan legitimasi yang mungkin terganggu.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keberlanjutan (Sustainability Report) beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), khususnya pada indeks LQ45 selama periode 2021–2023. Fokus data adalah pada pengungkapan aspek sosial berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative) Standards 400 – Social Topics, yang meliputi :

Tabel 1. Data GRI

No	Nama Perusahaan	Tahun	GRI 401	GRI 403	GRI 404	GRI 405	GRI 413	Skor Total
1	PT Bank ABC	2021	1	1	0	1	1	4
2	PT Bank ABC	2022	1	1	1	1	1	5
3	PT Energi XYZ	2021	0	1	1	0	1	3
4	PT Energi XYZ	2022	1	1	1	1	1	5
5	PT Telekomunikasi QRS	2023	1	1	0	1	0	3
6	PT Ritel Maju Sejahtera	2023	0	1	1	1	0	3

- a. GRI 401: Ketenagakerjaan (Employment)
- b. GRI 403: Kesehatan dan Keselamatan Kerja (Occupational Health and Safety)
- c. (Occupational Health and Safety)
- d. GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan (Training and Education)
- e. GRI 405: Keberagaman dan Kesempatan Setara (Diversity and Equal Opportunity)
- f. GRI 413: Komunitas Lokal (Local Communities)

Data dianalisis menggunakan metode analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengidentifikasi apakah perusahaan secara eksplisit mengungkapkan lima aspek sosial tersebut dalam laporan keberlanjutannya. Jika suatu aspek diungkapkan secara jelas, maka diberi skor 1, dan jika tidak, diberi skor 0. Skor total maksimum adalah 5.

Pengumpulan data ini bertujuan untuk:

1. Menilai sejauh mana perusahaan-perusahaan telah menerapkan prinsip transparansi sosial dalam laporan keberlanjutannya.
2. Menghubungkan praktik pengungkapan ini dengan teori legitimasi, bahwa perusahaan yang mengungkap lebih banyak aspek sosial berupaya memperkuat legitimasi dan membangun kepercayaan publik.
3. Mengidentifikasi sektor industri mana yang lebih aktif dalam pengungkapan sosial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Mengapa Laporan Keberlanjutan Penting Bagi Perusahaan Saat Ini

Karena laporan ini untuk menginformasikan kinerja perusahaan dalam segi ekonomi, sosial, dan lingkungan serta sebagai bukti bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap stakeholder.

Selain itu, sustainability report membantu perusahaan untuk mentaati peraturan dan tuntutan para stakeholder. Perusahaan tidak sekadar mengeruk keuntungan, melainkan ikut serta dalam menjaga keseimbangan alam sekitar.

“Sustainability report ini tidak hanya dibuat untuk memenuhi regulasi, tetapi sebagai penguatan internal perusahaan untuk mengupayakan strategi bisnis, jadi biasanya nih kalau perusahaan sudah memiliki rekam jejak yang baik mengenai penerapannya, biasanya mereka memiliki peluang untuk memenangkan persaingan pasar, karena investor itu biasanya tertarik nih untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut,” Ujar Sekar Dwi Setyaningrum, PT Sucofindo Cabang Semarang dalam webinar Green Skilling LindungiHutan “Menerapkan Metric dan Laporan Keberlanjutan dalam Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial, Lingkungan, dan Finansial Perusahaan”.

Adapun Manfaat Laporan Keberlanjutan Bagi Perusahaan, Antara Lain Sebagai Berikut.

Transparansi dan Akuntabilitas : Laporan keberlanjutan akan memberikan informasi tentang dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Laporan ini juga menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap kegiatan operasional dan dampaknya pada pemangku kepentingan.

- a. Meningkatkan Kredibilitas : Adanya verifikasi dari pihak ketiga independen secara otomatis akan meningkatkan kredibilitas laporan. Hal ini juga memberikan jaminan bahwa informasi yang diberikan perusahaan mengenai laporan keberlanjutan akurat.
- b. Memenuhi Kepatuhan : Laporan keberlanjutan diperlukan untuk memenuhi kepatuhan yang telah diatur oleh pemerintah. Tentunya laporan ini harus memenuhi standar internasional, seperti Sustainability Accounting Standards Board (SASB) atau Global Reporting Initiative (GRI).
- c. Mengelola Risiko : Sustainability Reporting and Assurance dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan menilai risiko keberlanjutan akibat terjadinya perubahan iklim, regulasi lingkungan,

maupun ketidakstabilan sosial. Berbekal hasil identifikasi, perusahaan mampu merancang strategi keberlanjutan yang tepat untuk jangka

Bagaimana Perusahaan Menggunakan Laporan Keberlanjutan Untuk Membangun Dan Mempertahankan Legitimasi Sosial

Laporan keberlanjutan digunakan perusahaan sebagai alat strategis untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan beroperasi dalam kerangka kontrak sosial tidak tertulis dengan masyarakat, yang menuntut mereka berperilaku sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku.

Dalam konteks ini, perusahaan menggunakan laporan keberlanjutan untuk menyampaikan komitmen terhadap isu-isu sosial dan lingkungan serta menunjukkan bahwa operasional mereka sejalan dengan harapan publik. Hal ini dilakukan dengan berbagai cara, antara lain

1. Meningkatkan Transparansi

Dengan menyediakan informasi terbuka mengenai kinerja sosial dan lingkungan, perusahaan memperlihatkan akuntabilitasnya kepada publik. Hal ini menjadi bukti bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan finansial, tetapi juga peduli terhadap dampak yang ditimbulkan dari operasinya.

2. Merespons Tekanan Sosial

Ketika perusahaan menghadapi kritik atau tekanan dari media, LSM, atau masyarakat, laporan keberlanjutan dapat dijadikan alat untuk mengklarifikasi tindakan dan komitmen perusahaan. Hal ini membantu menjaga citra dan kepercayaan publik yang sudah dibangun.

3. Membangun Citra Positif

Dengan menyusun laporan keberlanjutan secara rutin dan sesuai dengan standar seperti GRI (Global Reporting Initiative), perusahaan membentuk reputasi sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Citra positif ini dapat meningkatkan daya saing dan menarik minat investor serta konsumen.

4. Mengelola Risiko Reputasi

Laporan keberlanjutan juga digunakan untuk mengidentifikasi dan mengelola potensi risiko sosial atau lingkungan yang dapat mengganggu legitimasi perusahaan. Melalui pengungkapan ini, perusahaan dapat menunjukkan langkah-langkah perbaikan atau mitigasi terhadap isu-isu yang muncul.

5. Meningkatkan Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Proses penyusunan laporan keberlanjutan yang melibatkan pemangku kepentingan menunjukkan bahwa perusahaan menghargai masukan dan ekspektasi dari berbagai pihak. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga menegaskan posisi perusahaan sebagai bagian dari komunitas yang lebih luas.

Apa Saja Kendala Yang Dihadapi Perusahaan Dalam Mengungkapkan Laporan Keberlanjutan

Karena laporan ini untuk menginformasikan kinerja perusahaan dalam segi ekonomi, sosial, dan lingkungan serta sebagai bukti bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap stakeholder.

Pengumpulan Data Dan Pelaporan Yang Kurang Memadai

Salah satu pilar mendasar pelaporan keberlanjutan yang kuat adalah pengumpulan data yang akurat dan komprehensif. Namun, perusahaan sering menghadapi tantangan dalam fase awal ini, yang menyebabkan pelaporan tidak lengkap atau tidak akurat. Dalam beberapa kasus, volume dan kompleksitas data yang sangat besar dapat membuat organisasi kewalahan, sehingga sulit untuk mengumpulkan informasi tentang berbagai aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola. Kurangnya data yang komprehensif ini tidak hanya menghambat keakuratan laporan keberlanjutan tetapi juga merusak kredibilitas komitmen perusahaan terhadap transparansi.

Banyak sekali contoh nyata, di mana perusahaan menghadapi pengawasan publik karena ketidakakuratan atau kelalaian dalam laporan keberlanjutan mereka. Baik itu salah menggambarkan emisi karbon atau gagal memperhitungkan praktik rantai pasokan, pengumpulan data yang tidak memadai dapat mengakibatkan narasi yang menyimpang yang mengikis kepercayaan di antara para pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, perusahaan perlu berinvestasi dalam sistem pengumpulan data yang kuat, memastikan bahwa informasi yang disajikan dalam laporan keberlanjutan mereka tidak hanya akurat tetapi juga mencerminkan sejauh mana dampak lingkungan dan sosial mereka sebenarnya.

Kurangnya Komunikasi Yang Jelas

Meskipun keakuratan data sangat penting, komunikasi yang jelas dan transparan juga penting dalam pelaporan keberlanjutan. Perusahaan sering kali gagal dalam mengartikulasikan inisiatif, tujuan, dan kinerja keberlanjutan mereka dengan cara yang sesuai dengan berbagai pemangku kepentingan. Bahasa yang tidak jelas atau terlalu rumit, ditambah dengan kurangnya konteks, dapat membuat pembaca bingung dan skeptis.

Dalam beberapa kasus, perusahaan secara tidak sengaja menyampaikan kesan greenwashing – klaim yang menyesatkan atau dibesar-besarkan tentang praktik ramah lingkungan. Hal ini tidak hanya merusak reputasi perusahaan tetapi juga merusak tujuan pelaporan keberlanjutan yang lebih luas, yaitu untuk mendorong akuntabilitas dan transparansi yang sesungguhnya. Oleh karena itu, tantangannya terletak pada upaya mencapai keseimbangan antara penyediaan informasi terperinci bagi para pemangku kepentingan dengan pemahaman teknis dan penyajian informasi dalam format yang mudah dipahami oleh khalayak yang lebih luas.

Pelaporan Keberlanjutan Memakan Waktu

Waktu adalah sumber daya yang berharga, dan pelaporan keberlanjutan membutuhkan investasi yang signifikan. Proses ini melibatkan koordinasi lintas berbagai tim dan departemen, yang masing-masing menyumbangkan data dan wawasan. Dari pengumpulan data hingga analisis dan pembuatan laporan, sifat pelaporan keberlanjutan yang memakan waktu menimbulkan tantangan bagi perusahaan yang telah menangani berbagai tugas. Menyeimbangkan kebutuhan pelaporan yang komprehensif dengan kegiatan bisnis penting lainnya memerlukan perencanaan strategis dan alokasi sumber daya yang efisien.

Gagal Menetapkan Tujuan yang Terukur

Pelaporan keberlanjutan bukan hanya tentang memamerkan inisiatif terkini, tetapi juga tentang menguraikan jalur menuju perbaikan berkelanjutan. Perusahaan sering kali gagal karena gagal menetapkan tujuan keberlanjutan yang jelas dan terukur. Aspirasi yang samar-samar tanpa target yang spesifik tidak memiliki dampak yang dibutuhkan untuk mendorong perubahan yang berarti.

Menderita Kelebihan Data

Pelaporan keberlanjutan mencakup spektrum metrik dan indikator kinerja utama (KPI) yang luas yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Pengumpulan data dari semua sumber yang berbeda ini dapat menyebabkan kelebihan data, di mana volume informasi yang sangat banyak menjadi sangat banyak. Menghabiskan sumber daya untuk pengumpulan data saja tidak cukup; perusahaan harus menavigasi lautan data ini untuk mengekstrak wawasan yang bermakna. Mencapai keseimbangan antara pelaporan yang komprehensif dan menghindari tenggelam dalam data memerlukan perencanaan strategis, analisis tingkat lanjut, dan fokus yang jelas pada metrik yang relevan yang selaras dengan tujuan keberlanjutan perusahaan.

Keterlibatan Pemangku Kepentingan Terbatas

Keberlanjutan adalah upaya kolektif yang melampaui operasi internal perusahaan. Melibatkan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, masyarakat lokal, dan investor, sangat penting untuk narasi keberlanjutan yang holistik dan akurat. Namun, perusahaan sering menghadapi tantangan dalam melibatkan pemangku kepentingan secara efektif dalam proses pelaporan mereka. Keterlibatan yang terbatas dapat mengakibatkan kelalaian atau pengabaian terhadap isu-isu penting yang menjadi perhatian para pemangku kepentingan. Misalnya, sebuah perusahaan dapat memprioritaskan metrik keberlanjutan tertentu tanpa mempertimbangkan perspektif masyarakat setempat yang terdampak oleh operasinya. Pelaporan keberlanjutan yang berhasil mengharuskan perusahaan untuk mengadopsi praktik inklusif yang menangkap berbagai perspektif pemangku kepentingan, memastikan representasi yang lebih komprehensif dan akurat tentang dampak sosial dan lingkungan mereka. Di bagian selanjutnya,

kami akan mengeksplorasi praktik terbaik untuk mengatasi tantangan ini dan mendorong pendekatan yang lebih kuat terhadap pelaporan keberlanjutan.

Tidak ada cukup visibilitas terhadap rantai pasokan

Sementara banyak perusahaan melaporkan emisi Cakupan 1 dan Cakupan 2, mereka kesulitan melaporkan emisi Cakupan 3 dari aktivitas hilir dan hulu. Pelaporan Cakupan 3 memerlukan data berkualitas tinggi tentang emisi yang terkait dengan ekstraksi, manufaktur, dan pemrosesan semua bahan baku dalam rantai pasokan, termasuk pembuangan produk. Meskipun telah memiliki departemen TI, banyak perusahaan masih mengumpulkan data pemasok menggunakan spreadsheet manual, yang mungkin tidak lagi layak dengan meningkatnya permintaan data untuk pelaporan Cakupan 3.

Sulit untuk mendapatkan data berkualitas dari unit lintas fungsi

Data berkualitas merupakan inti dari pelaporan keberlanjutan. Data ini meningkatkan legitimasi perusahaan dan menjadi dasar bagi garis dasar ESG dan target SMART (spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbasis waktu) mereka. Data berkualitas juga memberi perusahaan wawasan yang lebih baik tentang kinerja operasional mereka, seberapa baik mereka maju menuju tujuan ESG mereka, dan apa saja area terbesar yang perlu ditingkatkan. Namun, dengan koordinasi yang buruk antara fungsi bisnis seperti operasi, pengadaan, sumber daya manusia, keuangan, dan hukum, serta kualitas data yang bervariasi dari setiap unit, kepala bagian keberlanjutan sering kali menerima data yang terpisah-pisah, yang membuat perolehan wawasan menjadi padat karya dan memakan waktu. Data tersebut sering kali terpisah-pisah dan tidak dapat diverifikasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teoritis dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh beberapa temuan sebagai berikut :

1. Laporan keberlanjutan berfungsi sebagai alat strategis bagi perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi sosial, sejalan dengan teori legitimasi yang menekankan pentingnya kesesuaian antara aktivitas perusahaan dan harapan masyarakat.
2. CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan landasan utama dalam membentuk praktik pelaporan keberlanjutan. CSR yang dilakukan secara konsisten menjadi konten utama dari laporan keberlanjutan dan mencerminkan komitmen sosial perusahaan.
3. Masih rendahnya partisipasi perusahaan dalam pengungkapan laporan keberlanjutan disebabkan oleh berbagai kendala, antara lain: kurangnya data yang akurat, komunikasi yang tidak efektif, keterbatasan sumber daya, hingga rendahnya keterlibatan pemangku kepentingan.
4. Manfaat strategis laporan keberlanjutan bagi perusahaan sangat besar, antara lain: meningkatkan kredibilitas, memenuhi kepatuhan regulasi, mengelola risiko sosial dan lingkungan, serta menarik minat investor dan publik.

5. Tantangan teknis dalam pelaporan keberlanjutan mencakup pengumpulan data berkualitas dari berbagai unit kerja, visibilitas terbatas terhadap rantai pasokan, serta beban administratif dalam memproses data menjadi laporan yang berWAZNmakna dan akuntabel
6. Terdapat hubungan yang erat antara CSR, laporan keberlanjutan, dan teori legitimasi: CSR adalah tindakan nyata perusahaan, laporan keberlanjutan adalah sarana komunikasi, dan teori legitimasi adalah dasar teoretis mengapa perusahaan perlu melakukan keduanya secara terbuka dan strategis.

KESIMPULAN

Laporan keberlanjutan bukan sekadar dokumen formal, melainkan alat penting dalam membangun citra positif dan legitimasi sosial perusahaan di mata public dan pemangku kepentingan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui CSR, serta menyampaikannya secara transparan dalam laporan keberlanjutan, perusahaan dapat meningkatkan kredibilitas, mengelola risiko, dan memperkuat daya saing. Namun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi dalam implementasinya, terutama terkait kualitas data, waktu, sumber daya manusia, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perlu strategi dan komitmen berkelanjutan agar laporan keberlanjutan benar-benar menjadi alat strategis yang efektif dan berdaya guna. benar-benar menjadi alat strategis yang efektif dan berdaya guna.

SARAN

1. Perusahaan perlu meningkatkan sistem pengumpulan data yang terintegrasi dan akurat agar laporan keberlanjutan dapat mencerminkan kondisi yang sebenarnya dan terpercaya.
2. Perusahaan diperlukan komunikasi yang lebih jelas melibatkan masyarakat, pelanggan, dan pihak terkait lainnya dalam proses penyusunan laporan kepada pemangku kepentingan agar isu-isu penting dapat diakomodasi dengan tepat.
3. Setiap strategi dan target keberlanjutan harus disusun secara spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu guna mendorong transparansi dan akuntabilitas jangka panjang.
4. Perusahaan juga harus berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan pemahaman tentang keberlanjutan dan tanggung jawab sosial di seluruh organisasi.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian lanjutan yang dapat dikembangkan adalah mengkaji strategi penguatan efektivitas laporan keberlanjutan sebagai alat legitimasi dan keunggulan kompetitif perusahaan, dengan fokus pada peran kualitas data, keterlibatan pemangku kepentingan, dan kapasitas sumber daya manusia. Studi ini dapat menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus pada perusahaan yang telah mendapatkan penghargaan laporan keberlanjutan atau indeks ESG tinggi, untuk memahami praktik terbaik dan kendala implementatif di lapangan. Selain itu, penelitian ini juga dapat mengeksplorasi hubungan antara keterbukaan informasi dalam laporan keberlanjutan dengan persepsi publik dan investor, serta dampaknya terhadap reputasi dan daya saing perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan yang lebih partisipatif, akuntabel, dan relevan secara sosial serta ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- CARBON, I. (2023, November 9). Sustainability Reporting Challenges : Where Companies Often Miss the Mark. Sustainability Reporting Challenges : Where Companies Often Miss the Mark. Retrieved from https://irisarbon.com/sustainability-reporting-challenges-where-companies-often-miss-the-mark/#Challenges_Faced_by_Companies_An_In-Depth_Analysis.
- Carroll, A. a. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12, 85-105. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>.
- Deegan, C. M. (2002). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures— A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15, 282-311. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone, Oxford. Retrieved from
- Helfrich, P. B. (2019). The “trilemma” of non-financial reporting and its pitfalls. *Journal of Management & Governance, Springer;Accademia Italiana di Economia Aziendale (AIDEA)*, 485-511. Retrieved from https://ideas.repec.org/a/kap/jmgtgv/v23y2019i2d10.1007_s10997-018-9430-z.html.
<https://scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2092269>

Online, B. U. (2025, 01 28). Pentingnya Sustainability Reporting dan Manfaat Bagi Perusahaan. Pentingnya Sustainability Reporting dan Manfaat Bagi Perusahaan. Retrieved from <https://online.binus.ac.id/2025/01/28/pentingnya-sustainability-reporting-dan-manfaatnya-bagi-perusahaan/>