

**RASISME DALAM PELAPORAN AKUNTANSI:  
(Analisis Atas Annual Report PT. Perusahaan Gas  
Negara, Tbk dan PT. Aneka Tambang, Tbk dalam  
Perspektif Teori Komunikasi Aksi Habermas)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**SUKARNO TRI UTOMO**

**NIM C2C007125**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2011**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Sukarno Tri Utomo

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007125

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **RASISME DALAM PELAPORAN  
AKUNTANSI (Analisis Atas Annual Report  
PT Perusahaan Gas Negara Tbk dan PT  
Aneka Tambang Tbk dalam Perspektif Teori  
Komunikasi Aksi Habermas)**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, SE., M.Com., Akt., Ph.D

Semarang, 8 Maret 2011

Dosen Pembimbing,

(Anis Chariri, SE., M.Com., Akt., Ph.D)

NIP 19670809 199203 1001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Sukarno Tri Utomo

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007125

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **RASISME DALAM PELAPORAN  
AKUNTANSI (Analisis atas Annual Report  
PT Perusahaan Gas Negara Tbk dan PT  
Aneka Tambang Tbk dalam Perspektif Teori  
Komunikasi Aksi Habermas)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 23 Maret 2011

Tim Penguji

1. Anis Chariri, SE., M.Com., Akt., Ph.D (.....)
2. Dr. H. Abdul Rohman, SE., Msi., Akt (.....)
3. Warsito Kawedar, SE., M.Si., Akt (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Sukarno Tri Utomo, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Rasisme Dalam Pelaporan Akuntansi (Analisis Atas Annual Report PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk dan PT. Aneka Tambang, Tbk dalam Perspektif Teori Komunikasi Aksi Habermas), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dengan bentuk atau rangkaian kalimat yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan diri menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil emikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 8 Maret 2011

Yang membuat pernyataan,

(Sukarno Tri Utomo)

NIM C2C007125

## **PERSEMBAHAN UNTUK MEREKA**

Jika kita tidak bisa kembali ke masa lalu untuk memulai sebuah  
awal yang baru . .

Maka kita bisa ...

memulai hari ini

saat ini

detik ini

untuk akhir yang lebih indah

skripsi ini kupersembahkan

Untuk beliau yang s'alu bahagia, dalam penjara kesetiaan

yang t'lah ditakdirkan baginya

## **ABSTRACT**

*This study is intended to understand and analyze racism phenomenon in financial reporting. Focus of this study is an analysis of the annual report of Perusahaan Gas Negara, ltd (PGN) and Aneka Tambang, ltd (Antam). Specifically, this study aims to: analyze how PGN and Antam convey the message through the information presented in the annual report; analyze how PGN and Antam deal with their stakeholders in the annual report; and analyze the reasons of why PGN and Antam preferring to prioritize their certain stakeholders in the annual report.*

*This study uses semiotic analyses to analyze narrative texts on PGN's and Antam's annual reports. Semiotic analyses used in this study due to the fact that such analysis can explain the meaning of racism sentences presented in the annual report. The analyzed data are 2009 PGN's and Antam's annual reports. PGN's and Antam's annual reports is obtained by downloading at company's website, ([www.pgn.co.id](http://www.pgn.co.id) and [www.antam.com](http://www.antam.com)).*

*This study concludes that both PGN and Antam have been practicing racism against their stakeholders in the annual reports. This study claims that generally PGN and Antam discriminated their stakeholders. In this case, PGN and Antam prefer to prioritize their concern of shareholders. This study also states the reasons underlying the racism process can be explained by the theory of communicative action.*

*Keywords: racism, annual report, theory of communicative action, semiotic analyses*

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai fenomena rasisme dalam pelaporan keuangan. Fokus dari penelitian ini adalah analisis terhadap pelaporan keuangan yang dilakukan oleh PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk (PGN) dan PT. Aneka Tambang, Tbk (Antam). Penelitian ini bertujuan untuk: menganalisis bagaimana PGN dan Antam menyampaikan pesan melalui informasi yang disajikan dalam *annual report*; menganalisis bagaimana perlakuan PGN dan Antam terhadap para *stakeholder*-nya dalam *annual report*; dan menganalisis apa alasan PGN dan Antam lebih mengutamakan *stakeholder* tertentu dalam *annual report*.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik atas teks naratif yang terkandung di dalam *annual report* PGN dan Antam. Data yang dianalisis adalah *annual report* PGN dan Antam periode 2009. Data *annual report* PGN dan Antam diperoleh dari situs resmi PGN dan Antam, yaitu [www.pgn.co.id](http://www.pgn.co.id) dan [www.antam.com](http://www.antam.com).

Di akhir penelitian ini disimpulkan bahwa dalam *annual report*-nya, PGN dan Antam telah melakukan praktik rasisme terhadap *stakeholder*. Penelitian menemukan bahwa secara umum, PGN dan Antam memperlakukan *stakeholder* secara berbeda. Dalam hal ini, PGN dan Antam lebih mengutamakan *stakeholder* tertentu yaitu pemegang saham. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan alasan yang melatarbelakangi proses rasisme tersebut ditinjau dari teori komunikasi aksi.

Kata Kunci: Rasisme, *Annual Report*, Teori Komunikasi Aksi, Analisis Semiotik

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT, Sang Pencipta firman – firman terindah, yang telah menghadirkan semua petunjuk, membimbing setiap kata yang tertuang, mengalirkan selalu rizki-Nya yang tak dinyana, dan meringankan segala beban yang ada, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Rasisme Dalam Pelaporan Akuntansi (Analisis Atas Annual Report PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk dan PT. Aneka Tambang, Tbk dalam Perspektif Teori Komunikasi Aksi Habermas)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sangat menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran, serta fasilitas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro;
2. Bapak Prof. Dr. Much. Syafrudin, M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro;
3. Bapak Anis Chariri, SE., M.Com., Akt., Ph.D terima kasih atas kesempatan dan kepercayaannya pada penulis untuk menjadi anak



bimbingan bungsu di angkatan 2007, dan tentunya untuk virus yang menyenangkan yang bernama “kualitatif” ini;

4. Segenap dosen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, terima kasih untuk ilmunya yang berkah dan diskusi yang bermanfaat selama 3,5 tahun penulis belajar, semoga Allah membalasnya;
5. Bapak terbaik di dunia, Sukanto, yang setahun terakhir terus berjuang melawan *stroke*, maafkan ananda yang tak bisa selalu ada menemani;
6. Ibu terbaik yang dikirimkan-Nya, Gunarti, maaf terlalu sering meninggalkanmu sendiri merawat Bapak, kekuatan dan kesabaranmu akan menjadi teladan selalu;
7. Mbak Evi ”ndut-ndut lang” yang selalu ada untuk adiknya yang manja dan terus berjuang menggantikan Bapak, luv yu so match;
8. Mas Ayin yang baik dan sabar;
9. Pembangkit impian yang selalu menginspirasi, memberi semangat, motivasi, senyuman, dan doa, meyakinkan bahwa harapan itu masih dan akan selalu ada, hingga lelaki ini bangkit, menjadi yang terbaik yang ia bisa, terima kasih sahabat hidupku, Sheila;
10. Resti untuk “penghibahan” jurnalnya yang mengawali langkah skripsi ini, Rizka untuk diskusinya yang memberikan banyak titik terang, Jackson untuk *sharing* dan kiriman *email*-nya, juga Fadila, dan tak lupa senior kami yang terhormat Mas Firman Aji Nugroho untuk karyanya yang menginspirasi langkah kami, terima kasih banyak, *Bravo Mr. Anis Crew !*

11. Tika Tick dkk dari Tim KKN Kalibanteng Kidul, terima kasih untuk semangat dan pelajaran hidup kalian, *we'll meet again*, "*South Bullriver*" !
12. Teman – teman seperjuangan, Andrian, Ludy, Wawan, Adit, Mirza, Timo, Mamo, Seno, Jiwo, Azis, Panggah, Dimas, Ryan, Bel, Anin, Winda, Imut, Riri, Hesti, Yeli, Indah, Mita, Rahmi, Toki, Venda, Nourma, Nitya, Wulan, Arum, Ririn, Ika, Pipit, dan semua Akt 07 Reg I, Sukses !!!
13. Cella dan Achi terima kasih telah menjadi adik baru untuknya, juga untuk pinjaman *hardcover* birunya (sangat bermanfaat!!), Mas Misbah 06 terima kasih untuk dukungan, waktu dan tangan dinginnya menyetatkan laptop;
14. Om Naryo sekeluarga, Budhe Lurah sekeluarga, Mas Mardiyatmo sekeluarga, terima kasih telah mampir menghibur Bapak;
15. *Aspire 4720, MP145, Supra X 125, E220 3G*; Brem Solo & Ubi Cileumbu; *Android Smartphone*, motivator cepat lulus, cepat kerja, dan cepat punya;
16. Untuk semua pihak yang turut berjasa, penulis ucapkan terima kasih

Penulis berharap skripsi ini bisa membawa manfaat untuk semua yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf sebesar – besarnya jika dalam penyusunan skripsi ini terdapat khilaf dan kesalahan yang tidak berkenan di hati pembaca. Kritik dan saran yang membangun akan selalu mendapat tempat di hati penulis.

Semarang, 15 Maret 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERSEMBAHAN UNTUK MEREKA.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
Bab I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
Bab II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan teori.....	10
2.1.1 Teori Komunikasi Aksi.....	10
2.1.2 Teori Legitimasi.....	12
2.1.3 Teori Stakeholder.....	17

2.1.4	Pelaporan Keuangan Perusahaan: Akuntansi sebagai Media Komunikasi Perusahaan dengan <i>Stakeholder</i> .....	19
2.2	Pengertian Rasisme dan Rasisme sebagai Proses.....	21
2.3	Teori Semiotik.....	28
2.4	Penelitian Terdahulu.....	30
2.5	Kerangka Penalaran.....	33
Bab III	METODE PENELITIAN.....	35
3.1	Desain Penelitian.....	35
3.1.1	Pemilihan Desain Penelitian.....	35
3.1.2	Pendekatan Penelitian.....	36
3.2	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3	Metode Analisis Data.....	38
3.3.1	Identifikasi Kalimat dalam <i>Annual Report</i> .....	38
3.3.2	Interpretasi kalimat.....	39
Bab IV	Rasisme dalam Pelaporan Keuangan: Sisi Gelap PGN dan Antam....	40
4.1	Deskripsi <i>Annual Report</i> .....	40
4.1.1	Tampilan <i>Cover</i> .....	41
4.1.2	Kerangka Penyajian <i>Annual Report</i> .....	43
4.1.3	Isi <i>Annual Report</i> .....	45
4.1.3.1	<i>Highlights</i> .....	46
4.1.3.2	Kilas Perusahaan.....	49
4.1.3.3	Laporan Kepada Pemegang Saham.....	50
4.1.3.4	Analisis Manajemen.....	53

4.1.3.5 Informasi Bagi Pemegang Saham.....	55
4.1.3.6 Tata Kelola Perusahaan.....	56
4.1.3.7 Sumber Daya Manusia.....	59
4.1.3.8 Referensi Peraturan Bapepam-LK No. X.K.6..	60
4.2 Rasisme dalam Pelaporan Keuangan: Refleksi	
Modernisasi Rasisme.....	61
4.2.1 Audiens dalam <i>Annual Report</i> Perusahaan.....	63
4.2.2 Fakta tentang <i>Stakeholder</i> Utama.....	66
4.2.2.1 Titik Rasis PGN.....	66
4.2.2.1 Titik Rasis Antam.....	85
4.3 Tendensi Praktik Rasisme dalam Pelaporan Keuangan.....	101
4.3.1 Peranan <i>Money</i> dalam <i>Interest</i> .....	102
4.3.2 Peranan <i>Power</i> dalam <i>Interest</i> .....	105
4.3.3 Pemerolehan Legitimasi.....	114
Bab V PENUTUP.....	119
5.1 Simpulan.....	119
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	120
5.3 Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Perbandingan Kerangka Penyusunan <i>Annual Report</i> PGN dan Antam.....	43
Tabel 4.2	Perbandingan Kriteria Aspek Rasisme <i>Annual Report</i> PGN dan Antam.....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penalaran.....	34
------------	-------------------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sistem informasi akuntansi selalu bermuara pada laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan media utama pengkomunikasian segala hal yang berkaitan dengan perusahaan. Hal ini sangat penting mengingat fungsinya sebagai sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik (Belkaoui, 1993) dan sebagai alat pengambil keputusan bagi pemakai laporan keuangan (PSAK 1 2009, Hal. 5).

Pada awalnya pelaporan keuangan difokuskan pada komponen laporan keuangan yang utama yaitu neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas dan catatan atas laporan keuangan. Akan tetapi, dalam perkembangannya pelaporan keuangan diwujudkan dalam bentuk *annual report* (David, 2002). Dengan pelaporan yang lebih komprehensif melalui sebuah *annual report*, muatan informasi yang bersifat kualitatif menjadi terkandung lebih banyak.

Salah satu dari bentuk dominasi informasi kualitatif tersebut adalah *narrative text*. Teks merupakan pengganti ucapan dan pembakuan semua artikulasi yang sudah diungkapkan secara lisan dalam naskah yang linear (Ricoeur: 2009). *Narrative text* merupakan bagian yang memainkan peranan penting bagi perusahaan dalam mengkomunikasikan dan mewartakan berbagai



kepentingan yang ada. *Narrative text* antara lain meliputi diskusi dan analisis manajemen dan sambutan yang disampaikan direktur dan komisaris (David, 2002). Diskusi dan analisis manajemen digunakan sebagai suatu media untuk menginterpretasikan dan mendiskusikan suatu tujuan perusahaan. Sambutan tertulis digunakan sebagai surat pengantar yang ditandatangani oleh Dewan Komisaris dan Dewan Direksi yang berisi informasi tentang ringkasan kinerja yang lalu dan rencana masa yang akan datang (Yuthas, et al. 2002).

*Narrative text* dalam *annual report* dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai media komunikasi dengan para *stakeholder*-nya. Melalui *narrative text*, manajemen perusahaan secara aktif berusaha mengkomunikasikan bentuk kinerjanya selama ini (Finch, 2005) kepada *stakeholders*. Oleh karena itu, sangat wajar jika perusahaan membina hubungan harmonis dengan *stakeholder* tertentu dengan memberikan gambaran pemenuhan kebutuhan *stakeholder* tertentu tersebut. Kendati demikian, masih belum banyak penelitian yang difokuskan pada isu mengenai *narrative text* terutama terkait dengan pelaporan keuangan.

Penelitian terkait pelaporan keuangan yang dilakukan selama ini cenderung dimaksudkan untuk meneliti manfaat laporan dalam membuat keputusan ekonomi (Anderson dan Epstein 1995; Bartlett dan Chandler 1997; CPA Australia 2002 dalam Chariri 2006). Sementara itu, penelitian lain meneliti tentang bagaimana cara meningkatkan kualitas pelaporan keuangan (Cohen, et al. 2004; Jonas dan Blanchot 2000 dalam Fitriany, 2009) dan bagaimana informasi tersebut disajikan dalam laporan keuangan untuk mempengaruhi pasar efisien dan

perilaku individu (Amir dan Lev 1996; Healy, et al. 1999; Lev dan Ohlson 1982; Lev dan Zarowin 1999 dalam Fitriany, 2009).

Berbagai penelitian yang berkaitan dengan pelaporan keuangan secara umum dilakukan dalam paradigma positivisme dengan menggunakan persamaan matematik dan analisis statistik (Beasley 1996; Beasley, et al. 2000; Goodwin dan Seow 2002). Hal ini bertolak belakang dengan konsep Hines (1988) bahwa akuntansi bukanlah praktik yang bersifat statis dan mengabaikan aspek dinamika sosial. Akuntansi merupakan praktik yang dinamis yang dibentuk berdasarkan interaksi sosial antara individu dengan lingkungannya (Chariri, 2006). Menurut Grayson dan Hodges (2004), perusahaan tidak beroperasi di dalam ruang kosong, melainkan dalam kondisi interaksi yang kompleks dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, situasi politik, pembangunan sosial dan ekonomi, juga risiko-risiko yang mungkin timbul. Dengan kata lain, akuntansi merupakan media komunikasi sosial antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya karena sarat akan kepentingan yang berpengaruh pada dinamika dalam interaksi keduanya.

Namun demikian, tidak semua pihak yang berkepentingan mendapat porsi informasi yang dibutuhkannya. Hal ini terkait dengan konsep pengungkapan. Chariri dan Ghozali (2007: 378) mengatakan yang paling umum digunakan di antara tiga konsep pengungkapan adalah pengungkapan yang cukup (*adequate*). Imbasnya adalah perusahaan tidak menampilkan informasi secara lengkap atau dengan kata lain hanya informasi yang sesuai tujuan perusahaan dan kepentingan pihak yang diinginkan perusahaan saja yang akan diungkapkan. Dalam SFAC No. 1, pelaporan keuangan menyediakan informasi yang bermanfaat bagi manajer dan

direktur sesuai kepentingan pemilik (paragraf 52). Ditegaskan oleh Belkaoui (1993) bahwa laporan keuangan merupakan sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik. Artinya, pemilik perusahaan merupakan pihak yang lebih diutamakan dalam pengungkapan laporan keuangan dibanding *stakeholder* lainnya. Hal ini menyebabkan timbulnya diskriminasi yang menjurus pada rasisme *stakeholder*.

Rasisme merupakan kata yang khusus digunakan untuk menyebutkan kesenjangan hak antara suatu ras dengan ras lain. Sedangkan ras itu sendiri adalah golongan bangsa berdasarkan ciri-ciri fisik dan garis keturunan (UU RI No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ([pusatbahasa.diknas.go.id](http://pusatbahasa.diknas.go.id), 2010) rasisme diartikan sebagai paham atau golongan yang menerapkan penggolongan atau perbedaan ciri-ciri fisik (seperti warna kulit) dalam masyarakat yang mengandung perlakuan berat sebelah. Dalam kamus budaya bahasa Inggris [dictionary.com](http://dictionary.com) (2010) dikatakan *racism secara cultural* adalah “*The belief that some races are inherently superior (physically, intellectually, or culturally) to others and therefore have a right to dominate them*”. Dari tiga pengertian di atas dapat ditarik suatu pengertian bahwa rasisme merupakan fenomena berlatarbelakang perbedaan ras, yang memunculkan perbedaan derajat, mengakibatkan perbedaan perlakuan dan besaran hak yang diperoleh serta memunculkan pihak yang lebih superior dan memiliki hak untuk mengatur yang lainnya.

Penelitian mengenai rasisme sendiri telah dilakukan di berbagai disiplin ilmu. Verkuyten (2005) mengkaji *accounting for discrimination*, sebuah

penelitian berbasis *social dominance theory* dan *social identity theory* tentang perilaku diskriminasi antara anggota kelompok etnis mayoritas dan minoritas. McMurray dkk (2010) menganalisis perspektif perbedaan budaya dan bahasa dalam perekrutan anggota kepolisian. Forstenlechner dan Al-Waqfi (2010) melakukan riset mengenai fenomena diskriminasi religius atas imigran pencari kerja di Jerman dan Austria.

Rasisme kemungkinan dapat juga terjadi dalam pelaporan keuangan. Dalam konteks akuntansi sebagai media komunikasi, fenomena rasisme ini dapat terjadi dalam pemenuhan kepentingan *stakeholder* oleh perusahaan. Hal ini dilatarbelakangi oleh dogma bahwa *shareholder* adalah *stakeholder* yang paling utama (Daniri, 2009). Lebih lanjut, setiap organisasi akan memilih *stakeholder* yang dianggap penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya (Ullman, 1985). Imbasnya, perusahaan menunjukkan hal ini melalui informasi kualitatif dalam pelaporan keuangan. Oleh karena itu, ada kemungkinan besar bahwa dalam pelaporan keuangan perusahaan, manajemen akan cenderung berorientasi pada kepentingan *stakeholder* tertentu dan mengesampingkan *stakeholder* lainnya demi melindungi kepentingan perusahaan. Kenyataan ini mengindikasikan adanya diskriminasi dan diskriminasi mengarah pada rasisme.

Berangkat dari argumen di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis perilaku rasisme perusahaan. Penelitian ini didasarkan pada ontologi bahwa pelaporan keuangan merupakan media komunikasi yang digunakan oleh banyak pihak yang berkepentingan terhadap kinerja perusahaan. Sebagai media

komunikasi, sikap keberpihakan manajemen perusahaan dalam pelaporan keuangan terlihat melalui aspek semiotik karena aspek semiotik inilah yang membentuk bahasa yang digunakan dalam komunikasi. Dari sini dapat digali seberapa besar perilaku rasisme suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya.

Atas dasar ontologi di atas, penelitian ini dilakukan dalam paradigma *interpretive* dan menggunakan pendekatan kualitatif berupa studi kasus pada perusahaan yang memiliki predikat pelaporan keuangan terbaik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, terlihat bahwa praktik rasisme juga dapat terjadi dalam pelaporan keuangan. Hal ini disebabkan akuntansi bukanlah sekedar laporan angka yang ditujukan bagi semua *stakeholder* perusahaan, tetapi merupakan media yang digunakan untuk melegitimasi kepentingan perusahaan atas *stakeholder* tertentu. Meskipun demikian, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk men-*generalisasi* temuan, tetapi dimaksudkan untuk memahami dan menganalisis praktik rasisme yang dilakukan manajemen dalam pelaporan keuangan melalui analisis semiotik atas informasi kualitatif yang ada dalam *annual report* perusahaan yang memiliki predikat pelaporan keuangan terbaik. Oleh karena itu penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perusahaan menyampaikan pesan melalui informasi yang disajikan dalam *annual report*?
2. Bagaimana perusahaan memperlakukan para *stakeholder* yang memiliki

beragam kepentingan dalam *annual report*?

3. Mengapa perusahaan tersebut lebih mengutamakan *stakeholder* tertentu dalam *annual report*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam mengapa dan bagaimana proses rasisme dalam pelaporan keuangan terjadi. Lebih khusus lagi, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk memahami dan menganalisis bagaimana perusahaan menyampaikan pesan melalui informasi yang disajikan dalam *annual report*
2. Untuk memahami dan menganalisis perlakuan perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya dalam *annual report*.
3. Untuk memahami dan menganalisis alasan perusahaan lebih mengutamakan *stakeholder* tertentu dalam *annual report*.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi sebagai berikut :

1. Akademisi, penelitian ini dapat memberikan inspirasi, wawasan yang lebih luas lagi, serta motivasi agar sebuah penelitian terutama dalam bidang akuntansi tidak hanya terbatas pada penelitian kuantitatif saja.
2. Pemakai laporan keuangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan gambaran tentang desain dan peruntukan pelaporan keuangan

agar mengetahui dan menyadari fenomena rasisme yang terjadi ini.

3. Peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi, inspirasi, dan referensi untuk penelitian kualitatif selanjutnya di bidang akuntansi yang masih sangat jarang baik dengan topik yang sama maupun dengan topik yang berbeda

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang uraian dan gambaran secara ringkas dari keseluruhan isi penelitian dan permasalahan yang diangkat dalam penelitian tersebut. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Berisi tentang landasan teori mulai dari teori komunikasi aksi, teori stakeholder, Akuntansi sebagai Media Komunikasi Perusahaan dengan *Stakeholder*, pengertian dan proses rasisme, hingga teori semiotik dan penelitian terdahulu. Landasan teori selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoritis

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang desain penelitian, pemilihan desain penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan metode pengumpulan data, dan metode analisis data kualitatif

yang meliputi metode analisis data yang digunakan dalam penelitian berupa identifikasi kalimat dan interpretasi kalimat dalam *annual report*.

#### BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi deskripsi *annual report*, analisis semiotik dan interpretasi *narrative text*, dan tinjauan teori komunikasi aksi atas fenomena rasisme dalam pelaporan keuangan.

#### BAB V : KESIMPULAN

Berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan penelitian. Untuk mengatasi keterbatasan penelitian tersebut, disertakan saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.



## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Komunikasi Aksi

Dalam buku *The Theory of Communicative Action* (1983), Jurgen Habermas mengkaji interaksi sosial dan menyebutnya sebagai *lifeworld*. *Lifeworld* terdiri dari interaksi yang memenuhi kebutuhan alami atau kebutuhan dasar (*social integration*) dan interaksi yang dipengaruhi oleh mekanisme sistem (*system integration*). *Lifeworld* seperti didefinisikan oleh Habermas merupakan:

*“the transcendental site when the speaker and hearer meet, where they can reciprocally raise claims that their utterances fit the worlds (objective, social or subjective), and where they can criticize and confirm those validity claims, settle their disagreements and arrive at agreement”*  
(Habermas, 1983:126)

Sawarjuwono (1995:13) dalam Meutia (2010:38) kemudian mendefinisikannya sebagai *“interactions which are based on immaculate interest and needs inherent in human beings and aimed at reaching towards mutual understanding”*. *Social integration* dan *system integration* kemudian memacu struktur *lifeworld* yang bersifat reproduktif atau pengulangan. Hal ini diutarakan Habermas (1983) sebagai berikut:

*Lifeworld* terdiri dari dua struktur yaitu *symbolic* dan *material reproduction*. *Symbolic* dapat berupa *knowledge* sedangkan *material reproduction* merupakan tindakan bertujuan yang dapat berwujud keputusan, aturan dan

sebagainya. Keduanya merupakan hasil dari *social integration* dan *system integration*. *Social integration* dapat dipahami sebagai pengetahuan dan *system integration* merupakan praktik. Proses reproduksi ini berlangsung terus dan karenanya *lifeworld* selalu berubah.

Sistem dalam hal ini merupakan tindakan yang terkoordinasi melalui keberadaan institusi, struktur normatif terutama melalui *steering media* yaitu *money* dan *power*. Setiap keputusan akan diambil dengan mempertimbangkan untung – rugi serta perhitungan ekonomi lainnya, sementara *power* mempengaruhi interaksi melalui tekanan institusi ataupun administrasi dan birokrasi. Namun demikian, menurut Habermas hanya *material reproduction* yang dapat dipengaruhi oleh *steering media*.

Meski bertolak belakang, hal tersebut bisa dibuktikan kaitannya dengan pelaporan keuangan sebagai suatu *knowledge*. Pelaporan keuangan dapat dilihat sebagai suatu interaksi sosial. Mekanisme ini mengikuti proses *social integration* yaitu *what should be*. Akan tetapi dalam kenyataannya, kebijakan pelaporan keuangan akan mengikuti kepentingan (*interest*) berbagai pihak. Pihak – pihak dengan berbagai kepentingan ini kemudian membawa kepentingannya masing – masing. Akibatnya, *money* dan *power* berperan besar dalam menentukan pihak yang kepentingannya diprioritaskan perusahaan. Artinya, proses tersebut sudah tidak murni lagi karena adanya suatu kepentingan atau dengan kata lain proses tersebut mengikuti *system integration*. Hal ini sesuai dengan pendapat Habermas bahwa di dalam mekanisme *system integration*, terdapat pengaruh kuat dari *steering media*, yaitu *money* dan *power mechanism*.

### **2.1.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik (Gray, Kouhy dan Lavers; 1994). Meyer dan Scott dalam Nugroho (2009) menggambarkan legitimasi sebagai akar dari kesesuaian antara organisasi dengan lingkungan budayanya. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman,1995).

Legitimasi diberikan oleh pihak-pihak di luar perusahaan, namun legitimasi mungkin saja dapat dikendalikan oleh perusahaan itu sendiri (Ashforth dan Gibbs, 1990; Buhr, 1998; Dowling dan Pfeffer, 1975; Elsbach, 1994; Elsbach dan Sutton, 1992; O'Donnovan, 2002; Pfeffer dan Salancik, 1978; Woodward et al., 1996). Hal ini menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi di dalam nilai dan norma sosial menjadi suatu motivasi bagi perubahan organisasi dan juga suatu sumber tekanan bagi legitimasi organisasi (O'Donnovan, 2002).

Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan identifikasi atas *stakeholders*, di mana pihak yang memiliki pengaruh lebih besar dapat mengganggu kelangsungan hidup perusahaan jika harapannya tidak terpenuhi, maka pengungkapan akan dilakukan berdasarkan harapan *stakeholders* tersebut. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup O'Donovan (2002).

Lebih lanjut, legitimasi merupakan proses bagaimana suatu entitas pelapor berusaha memperoleh, menjaga atau memelihara, dan memperbaiki legitimasi organisasi di mata para *stakeholder*-nya (Ashforth and Gibbs, 1990; Lindblom, 1994; Suchman, 1995; Brown and Deegan, 1998). Dalam hal ini, Suchman (1995) membangun kerangka strategi berikut:

#### 1. Pemerolehan Legitimasi

Hal ini terjadi ketika entitas pelapor memulai suatu aktivitas baru atau memperkenalkan suatu proses atau struktur guna memperoleh legitimasi atas validitas tindakan manajemen sebagai praktisi (Ashforth and Gibbs, 1990; Suchman, 1995; O'Donovan, 2002). Entitas pelapor menjadi proaktif dalam pemerolehan legitimasi ketika tindakan, keputusan, proses atau struktur yang dijalankan tidak sejalan dengan kepentingan *stakeholder*-nya atau manakala entitas tersebut kekurangan dukungan. (Ashforth and Gibbs, 1990).

#### 2. Mempertahankan legitimasi

Secara umum proses pemeliharaan legitimasi lebih mudah disbanding pemerolehan maupun perbaikan legitimasi (Ashforth and Gibbs, 1990; Suchman, 1995). Strategi dalam menjaga legitimasi yaitu memberikan pemahaman tentang perubahan tentang masa depan dan mempertahankan prestasi masa lampau. Yang pertama berfokus pada bagaimana perusahaan meningkatkan kemampuan untuk mengenal reaksi audiens dan meramalkan tantangan yang berkembang di masa depan (Suchman, 1995). Hal ini menjadi krusial karena kepentingan perusahaan ditentukan oleh

legitimasi yang diberikan audiens. Sementara mempertahankan prestasi bertujuan untuk menopang posisi *legitimate* yang telah dicapai (Suchman, 1995).

### 3. Memperbaiki legitimasi

Perbaikan legitimasi membutuhkan usaha yang besar dari setiap bagian entitas pelapor. Meskipun strategi yang digunakan sama dengan proses pemerolehan legitimasi, namun seperti dikatakan Suchman (1995), “they represent a reactive response to an unforeseen crisis of meaning (emphasis in original)”. Entitas membutuhkan penekanan pada aktivitas yang mereka ambil untuk mendapatkan kembali legitimasi dari *stakeholder*-nya dengan jalan menormalisasikan keadaan atau merestrukturisasi apa yang telah memburuk.

Manajemen legitimasi bergantung pada komunikasi antara entitas pelaporan dan *stakeholder* (Samkin dan Schneifer, 2010). Komunikasi ini dapat melebar dari cara tradisional dengan menyertakan tindakan sarat makna dan tampilan non-verbal (Suchman, 1995). Ketika melakukan proses legitimasi, penggunaan strategi pengungkapan membentuk opini atau apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh *stakeholder* tentang entitas pelapor (Dowling and Pfeffer, 1975; Ashforth and Gibbs, 1990; Lindblom, 1994; Suchman, 1995; Brown and Deegan, 1998; Ogden and Clarke, 2005).

Namun, ketika terjadi ketidakselarasan antara aktivitas perusahaan dengan harapan publik, maka akan terjadi *legitimacy gap*. Neu et al. (1998) berpendapat

bahwa untuk mengurangi *legitimacy gap*, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang ada di bawah kendalinya dan mengidentifikasi publik yang memiliki *power* sehingga mampu memberikan legitimasi kepada perusahaan. Hal ini membuat perusahaan harus tahu bagaimana menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa et al, 2005).

Dowling dan Pfeffer (1975, hal. 127) dalam Deegan (2002) menjelaskan bahwa ketika organisasi menemui ancaman legitimasi, maka organisasi dapat melegitimasi aktivitas-aktivitasnya dengan cara :

1. Organisasi dapat menyesuaikan *output*, tujuan dan metode-metode operasinya agar sesuai dengan definisi legitimasi yang berlaku;
2. Organisasi dapat berusaha, lewat komunikasi, untuk mengubah definisi legitimasi sosial sehingga hal tersebut sesuai dengan praktik-praktik, *output* dan nilai-nilai organisasi saat ini; dan
3. Organisasi dapat berusaha lewat komunikasi untuk dapat dikenali lewat simbol-simbol, nilai-nilai atau institusi yang memiliki dasar legitimasi yang kuat.

Dengan kata lain, komunikasi menjadi jalur penting untuk memperoleh legitimasi dari pihak yang diharapkan perusahaan. Hal ini dipertegas oleh Lindblom (1994, disebutkan dalam Gray et al., 1996) dalam Moir (2001) berpendapat bahwa organisasi dapat menggunakan empat strategi legitimasi ketika organisasi menemui ancaman legitimasi, yaitu dengan :

1. Meyakinkan *stakeholder* melalui edukasi dan informasi mengenai kesesuaian tindakan organisasi daripada mengubah tindakan atau kebijakan yang telah diambilnya atau dapat dilakukan pula dengan menjustifikasi para *stakeholder* tentang tujuan atau maksud organisasi untuk meningkatkan kinerjanya melalui perubahan organisasi
2. Mengubah persepsi organisasi, tanpa mengubah kinerja aktual organisasi
3. Mengalihkan perhatian dari isu-isu penting ke isu-isu lain yang berhubungan lewat pendekatan *emotive symbols* untuk memanipulasi persepsi *stakeholder*
4. Mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja organisasi

Keempat strategi tersebut dapat dilakukan dengan cara mengungkapkan informasi perusahaan kepada publik, seperti pengungkapan dalam *annual report*. Perusahaan dapat mengungkapkan informasi-informasi yang dapat memperkuat legitimasinya, misalnya dengan menyebutkan penghargaan – penghargaan lingkungan yang pernah diraih atau program-program keselamatan yang telah diterapkan perusahaan jika mereka ingin mendapat legitimasi dari *stakeholder* pemerhati lingkungan ataupun karyawan. Langkah yang sama juga dilakukan jika perusahaan ingin mendapat legitimasi dari pemegang saham. Hal tersebut dilakukan dengan mengungkapkan keunggulan saham perusahaan, prospek, laba dan sebagainya. Melalui pengungkapan, perusahaan juga dapat mengklarifikasi atau bahkan membantah berita-berita negatif yang mungkin muncul di media.

Meskipun demikian, tujuan akhir dari pemerolehan legitimasi tidak lain adalah untuk menunjang tujuan utama perusahaan dalam usaha mendapatkan

profit maksimum. Lebih lanjut, legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

### **2.1.3 Teori Stakeholder**

*Stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas, atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki karakteristik seperti yang diungkapkan oleh (Budimanta dkk, 2008 dalam Rizki, 2010) yaitu mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan.

*Stakeholder* merupakan pihak yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan baik internal maupun eksternal. Menurut *The Clarkson Centre for Business Ethics* (1999) dalam Magness (2008), *stakeholder* perusahaan dibagi menjadi dua bentuk besar yaitu:

1. *Primary Stakeholder* (*stakeholder* utama) yang merupakan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung risiko seperti investor, kreditor, karyawan, komunitas local, dan pemerintah.
2. *Secondary stakeholder* (*stakeholder* sekunder) saling mempengaruhi dengan perusahaan tetapi kelangsungan hidup ekonomi perusahaan tidak ditentukan oleh *stakeholder* ini



Dari dua *stakeholder* tersebut, *stakeholder* primer lebih memiliki power terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan sehingga berpengaruh bagi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan harus mengakomodasi kebutuhan dan keinginan *stakeholder* primer meski tanpa mengabaikan *stakeholder* sekunder (Freeman, 1994, 2002) dalam Enquist et al (2006:191)

Gray, Kouhy, dan Adams (1994, p. 53) dalam Chariri dan Ghazali (2007:409) mengatakan bahwa:

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin powerful *stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi.

Hal inilah yang mendasari perbedaan cara perusahaan dalam bersikap terhadap satu *stakeholder* dan *stakeholder* lainnya. Ullman (1985) dalam Chariri (2007) mengungkapkan, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*”.

Tidak berhenti di situ, perusahaan juga kemudian lebih memprioritaskan satu *stakeholder* tertentu dibanding yang lain. Ditegaskan lebih lanjut oleh Ullman (1985) bahwa organisasi akan memilih *stakeholder* yang dianggap penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Atas dasar argumen di atas, *stakeholder theory* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholder*-nya (Gray et al 1997, dalam Chariri 2007:410). Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk

me-manage *stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985) baik strategi aktif maupun pasif. Strategi aktif, akan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh atau penting.

Dengan demikian, berdasarkan paparan teori *stakeholder*, akan terjadi pemilihan *stakeholder* penting oleh perusahaan dan berlanjut pada perlakuan yang memprioritaskannya dalam berbagai hal. Hal ini akan terlihat dalam *annual report* perusahaan yang merupakan media komunikasi perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.

#### **2.1.4 Pelaporan Keuangan Perusahaan: Akuntansi sebagai Media Komunikasi Perusahaan dengan *Stakeholder***

Pelaporan keuangan merupakan *output* dari sistem informasi yang disebut akuntansi. Secara konseptual, pelaporan keuangan perusahaan meliputi laporan keuangan yang telah diaudit yang sesuai dengan prinsip akuntansi yang berterima umum dan media pelaporan lain yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada pihak yang berkepentingan (Wolk *et al.* 2004). Dalam konteks ini, laporan keuangan mengacu kepada neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, dan catatan atas laporan keuangan.

Namun demikian, lingkup dari pelaporan keuangan tidak hanya meliputi laporan keuangan yang telah diaudit saja, tetapi juga media pelaporan baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan informasi yang disajikan oleh sistem akuntansi (Wolk *et al.*, 2004). Hal ini menunjukkan bahwa informasi

kualitatif memiliki arti yang penting, yang tercakup di dalam laporan keuangan perusahaan. Informasi tersebut umumnya berupa *narrative text*.

*Narrative text* digunakan dalam *annual report* untuk melengkapi informasi keuangan yang dimuat dalam laporan keuangan. *Narrative text* antara lain meliputi diskusi dan analisis manajemen, serta surat eksekutif ke pemegang saham yang disampaikan dalam *annual report* dalam bentuk sambutan Dewan Direksi dan Dewan Komisaris (David, 2002). Diskusi dan analisis manajemen merupakan media untuk menginterpretasikan dan mendiskusikan suatu tujuan perusahaan. Sambutan yang tertulis digunakan sebagai surat yang ditandatangani oleh Dewan Komisaris dan Dewan Direksi yang berisi informasi tentang ringkasan kinerja yang lalu dan suatu rencana untuk masa yang akan datang (Yuthas, et al. 2002). Henderson (2004) berpendapat bahwa teks naratif pada laporan tahunan lebih penting dari laporan keuangan itu sendiri. Hal ini diperkuat oleh Bartlett dan Chandler (1997) yang mengatakan bahwa teks naratif dalam laporan tahunan, khususnya pernyataan Direksi, terlihat lebih menarik pembaca daripada bagian lain dari laporan tahunan. Hal ini disebabkan audiens lebih cenderung untuk membaca dan memahami bagian narasi dari angka yang diberikan (dikutip oleh Wills, 2008).

Melalui *narrative text* tersebut, perusahaan berkomunikasi secara lebih kualitatif dengan para *stakeholder*-nya. Segala hal yang bersifat non-angka dan memiliki tendensi kepentingan baik bagi perusahaan maupun *stakeholder* bisa diungkapkan melalui *narrative text*. Artinya, pelaporan akuntansi dalam hal ini *annual report*, menjadi media komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk

menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder* tertentu. Namun demikian, *narrative text* dalam *annual report* haruslah dianalisis lebih mendalam terkait siapa *stakeholder* tertentu tersebut, sekaligus motif dan kepentingan apa saja yang menjadi alasan mengapa *stakeholder* ini yang paling diprioritaskan.

## 2.2 Pengertian Rasisme dan Rasisme sebagai Proses

Rasisme memiliki dimensi yang luas dan tidak sekedar sesuatu yang berhubungan dengan aspek SARA. Seperti diungkap oleh Fairchild (1991) bahwa:

*A recurrent feature of the social sciences has been efforts to prove that there are inherited racial and gender differences these efforts, although earlier debunked, become reincarnated under different guises.*

Rasisme telah bermetamorfosa dalam berbagai bentuk berbeda saat ini. Tidak hanya sebagai sentimen rasial antar suku bangsa, rasisme bahkan terjadi dalam lingkup internal suatu ras, suatu golongan, bahkan suatu komunitas bisnis.

*Today, the word racism is used more broadly to apply to racially unfair and discriminatory beliefs, actions, desires, projects, persons, groups, social institutions, and practices” (Garcia, p. 1436) .*

Rasisme sendiri secara umum adalah pendirian yang memperlakukan orang lain secara berbeda dengan memberikan judgment nilai berdasarkan karakteristik ras, sosial, dan kondisi mental tertentu yang merujuk pada *self*. Dalam *ethnicity and racism* (1990), Paul Spoonley merumuskan rasisme ke dalam wilayah yang lebih sempit dengan memproblematisir konsep ras. Ia meyakini

bahwa ras merupakan konsepsi kolonialisme yang tumbuh berbarengan dengan semangat ekspansi wilayah bangsa Eropa. Spoonley melacak kemunculan rasisme secara historis ketika bangsa Eropa berhadapan dengan keragaman manusia yang mereka temui di tanah jajahan. Keragaman itu lebih cenderung dimaknai sebagai keberbedaan. Sejarah, demikian Spoonley, menunjukkan bahwa rasisme pada akhirnya muncul akibat kemalasan bangsa Eropa untuk mengenal orang lain yang berbeda darinya. Kemalasan ini terwujud dalam upaya bangsa Eropa, yang berkulit putih, mengklasifikasi keragaman manusia yang ditemuinya berdasarkan karakteristik fisik. Di Indonesia barangkali pemisahan konseptual antara pribumi dengan priyayi dapat dianggap berangkat dari kolonialisme dan berujung pada rasisme.

Istilah rasisme sendiri pertama kali digunakan sekitar tahun 1930-an, ketika istilah tersebut diperlukan untuk menggambarkan “teori-teori rasis” yang dipakai orang – orang Nazi (Fredricksen, 2005). Kendati demikian, bukan berarti jauh-jauh hari sebelum itu bentuk rasisme tidak ada. Dalam bukunya, *Racism: A Short History*, Fredricksen (2005) menulis:

... orang-orang Afrika sub-sahara diklaim terlahir sebagai budak karena kutukan (biblikal) dari dosa yang telah diperbuat Ham. Akibat dari dosa Ham itu, orang-orang Afrika diklaim telah ditakdirkan sebagai ras budak. Klaim itu anehnya terus diakui kebenarannya dan kemudian menjadi justifikasi rasisme.

Rasisme bahkan sengaja diciptakan oleh tokoh-tokoh dunia masa lalu melalui berbagai tulisan untuk mencapai posisi legitimasi akan suatu golongan tertentu. Knox (1850) menempatkan Slavonian dan Gothic di posisi ras teratas sementara Saxon, Celt, dan Italian ada di bawahnya. Di Asia dan kemudian di

Afrika, kekuasaan Eropa secara brutal diterapkan pada masyarakat setempat, dan ekonomi mereka dieksploitasi untuk keuntungan modal barat. Untuk membenarkan perkembangan ini, maka para penguasa Eropa berargumentasi bahwa orang yang berkulit berwarna berkedudukan rendah. Para intelektual, jurnalis dan para pendeta mencoba menggagas untuk mengegolkan teori ini menjadi hal yang bersifat umum dan bisa diterima oleh masyarakat luas. Gobineau (1853), seorang bangsawan Perancis dalam esainya, *On The Inequality of Human Races* adalah orang pertama yang mencetuskan superioritas ras Arya atas bangsa Negro dan Semit dengan mengatakan bahwa masyarakat Arya yang hebat dan brilian dapat dipertahankan sejauh mereka tetap mempertahankan darah keturunannya hanya dari spesies mereka. Sementara Bagehot (1873), seorang tokoh politik berpengaruh berpendapat bahwa negara yang terkuat adalah yang mampu mengalahkan negara lain dan yang terkuat adalah yang terbaik. Pernyataan ini mendukung argumentasi *Social Darwinism* tentang seleksi alam, yaitu mereka yang selamat harus menjadi yang terkuat, dan untuk tahu siapa yang terkuat adalah dengan menjadi yang selamat. *Social Darwinism* kemudian menjadi sebuah pembenaran atas ekspansi bangsa Eropa ke Afrika India dan Timur Jauh. Hal ini dipertegas oleh ahli antropologi India, Vidyarthi (1983) yang menyatakan :

*His (Darwin's) theory of the survival of the fittest was warmly welcomed by the social scientists of the day, and they believed mankind had achieved various levels of evolution culminating in the white man's civilization. By the second half of the nineteenth century racism was accepted as fact by the vast majority of Western scientists. (Lalita Prasad Vidyarthi, Racism, Science and Pseudo-Science, Unesco, France, Vendôme, 1983. p. 54)*

Lebih jauh lagi pernyataan rasis diungkapkan oleh Chamberlain dalam *Foundation of The Nineteenth Century* (1899), yaitu bahwa jumlah darah *Nordic* dalam suatu bangsa akan menentukan sejauh mana kekuatan dan tingkatan bangsa itu. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan sebelumnya oleh Darwin (1871) dalam bukunya *The Descent of Man* bahwa sejumlah ras berevolusi lebih cepat dan, karenanya, lebih maju dari yang lain; sedangkan ras-ras lain dianggapnya masih setingkat dengan kera. Bahkan subjudul dari bukunya *The Origin of Species: by way of Natural Selection or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life* mengungkapkan bahwa:

Di masa mendatang, tidak sampai berabad-abad lagi, ras-ras manusia beradab hampir dipastikan akan memusnahkan dan menggantikan ras-ras biadab di seluruh dunia. Pada saat yang sama, kera-kera mirip manusia...tak pelak lagi akan dimusnahkan

Fakta – fakta yang terangkum di atas menunjukkan adanya pergeseran makna rasisme dari waktu ke waktu. Walaupun istilah rasisme baru dikenal pada era 1930-an namun rasisme secara historis telah berusia setua peradaban awal manusia. Hal ini dikarenakan pada awalnya, sebelum kata rasisme itu sendiri lahir, rasisme tidak merujuk pada bentuk hegemoni kulit putih terhadap kulit hitam. Orang Yunani dan Roma (kuno) membenarkan perang melawan bangsa lain dengan alasan bahwa siapa yang tidak bisa berbicara dengan bahasa Yunani atau Latin, maka mereka tidak mempunyai hak untuk menentukan diri sendiri. Namun, begitu orang itu mendapatkan kewarganegaraan Roma, maka asal "asing" mereka tidak menghalangi mereka lagi untuk mencapai status sosial yang seimbang. Sementara itu, patung kuno menunjukkan bahwa beberapa raja Mesir

adalah orang Nubian yang berkulit hitam. Beberapa penguasa Roma disertai dengan musuh terkenal mereka Hannibal adalah orang Afrika dan mungkin juga berkulit hitam.

Sementara, para penakluk dari Spanyol tahu benar bahwa negara mereka telah diperintah oleh orang Arab yang berkulit coklat, maka mereka membenarkan perbudakan atas suku Indian Amerika Selatan dengan alasan bahwa suku Indian tersebut adalah kafir, dan bukan sekadar masalah warna kulit. Lebih lanjut, para pembaca "Othello" karya Shakespeare kadang-kadang berpikir mengapa pelaku-pelaku di karya itu tidak memperlihatkan rasisme terhadap Othello. Alasannya adalah karena di masa Shakespeare soal warna kulit belum begitu berarti.

Frederickson (2005) mengungkit mengenai bersyukurnya umat Kristen di masa awal atas penemuan orang Afrika. Mereka justru bergembira karena menganggap hal tersebut sebagai kebesaran Tuhan yang termaktubkan di dalam Alkitab, dan kemudian ditindaklanjuti dengan munculnya paham "kesetaraan bagi SEMUA umat manusia" di tengah umat Kristen. Euforia inilah yang ditangkap oleh seorang antropolog bernama Frank Snowden, sehingga muncul pendapat awal bahwa rasisme tidak didasarkan atas perbedaan warna kulit.

Namun begitu, rasisme awal justru berasal dari kaum Kristen terhadap kaum Yahudi. Kaum Yahudi ditengarai menolak Yesus Kristus sebagai Sang Mesias, dengan menerima Kitab Perjanjian Baru yang dianggap lebih terlegitimasi dan mempunyai substansi penting dibandingkan Kitab Perjanjian Lama. Hal itu dinilai sebagai sebuah pengingkaran atas penyaliban dan wafatnya Yesus sebagai



tumbal atas dosa seluruh manusia. Atas hal itulah, maka umat Yahudi dianggap sebagai kriminal, termasuk sampai kepada keturunannya sekalipun.

Segera setelah itu, pada akhir abad pertengahan, terjadi penaklukan besar-besaran pasukan Umat Kristen atas benua-benua yang sebelumnya tidak pernah mereka singgahi. Di sinilah mulai terjadi pergeseran nilai – nilai “kesamaan bagi SEMUA umat manusia“ tersebut. Hal ini yang disebut oleh seorang sejarawan bernama Robert Bartlett sebagai penjelas atas dominasi umat Kristen (yang semuanya saat tu masih ‘berkulit putih’) terhadap penduduk asli dari daerah yang mereka taklukkan, termasuk Asia dan Afrika.

Masih menurut Frederickson (2005), hingga di titik inilah maka rasisme bukan merupakan sesuatu yang hanya dibebankan kepada umat Kristiani saja, melainkan menjadi sesuatu yang meluas kepada konotasi “supremasi kulit putih terhadap kulit hitam”. Imperialisme Eropa dan perdagangan budak juga turut memperkuat perubahan makna ini. Budak-budak pertama di perkebunan "dunia baru" adalah para narapidana dan orang-orang Indian Karibia, namun mereka semua mati secara berangsur-angsur dan akhirnya diganti oleh orang Afrika yang lebih kuat.

Di banyak negara dunia ketiga saat ini, seperti Malaysia, Indonesia atau Fiji, ketegangan rasial antara kelompok-kelompok kulit berwarna sering kali timbul. Ini merupakan hasil dari politik penjajah Eropa, *divide et impera*. Akhirnya perdagangan budak dihentikan karena secara ekonomi dianggap tidak menguntungkan, dan kolonialisme pun mengalami kemunduran. Namun sistem

kapitalis menemukan cara-cara baru untuk membuat rasisme menguntungkan. Orang-orang berkulit berwarna bisa digunakan sebagai tenaga kasar, sedangkan prasangka – prasangka buruk tentang orang-orang berkulit berwarna, yang dimiliki oleh pekerja yang berkulit putih dipertahankan. Tujuannya adalah agar kelas buruh bisa terus dipecah-belah. Selama bertahun-tahun taktik seperti ini digunakan oleh para majikan di Eropa, Amerika dan juga Australia.

Dengan demikian rasisme telah meluas dari makna awalnya atau dengan kata lain rasisme terus akan berubah bergantung pada dinamika kehidupan dan interaksi sosial yang ada. Hal ini dikarenakan rasisme telah menginvasi ranah lain dalam realitas hidup manusia. Rasisme kini telah berada dalam ranah psikologi, sosial, politik, dan bahasa (Pratama, 2011). Dalam kamus budaya bahasa Inggris dictionary.com (2010) dikatakan *racism secara cultural* adalah “*The belief that some races are inherently superior (physically, intellectually, or culturally) to others and therefore have a right to dominate them*”.

Argumen tentang dominasi tersebut mendukung apa yang diungkapkan Fredrickson (2005) mengenai komponen rasisme yakni perbedaan dan kekuasaan. Rasisme menurutnya berangkat dari sikap mental yang membedakan diri saya sebagai subjek dengan mereka sebagai objek. Suatu perbedaan yang permanen dan tidak terjembatani. Perasaan berbeda seperti inilah yang membuka lahan subur motif – motif memanfaatkan superioritas kekuasaan yang dimiliki untuk memperlakukan etnorasial yang lain dengan pandangan rasis. Seperti juga Foucault dan Habermas, Hannah Arendt melihat kekuasaan, akan cenderung menyebabkan klasifikasi dan labelisasi terhadap manusia-manusia.

Dalam dunia akuntansi, contoh dari ras tertentu lebih mendominasi dan superior tersebut adalah pemegang saham (*shareholders*). Kekuatan dan kekuasaan sebagai pemberi modal menempatkan pemegang saham dalam posisi teratas piramida pemilik kepentingan (*stakeholder*). Di lain pihak, sistem yang ada, yang secara historis turut andil dalam mengembangkan *group difference*, juga telah mensituasikan keadaan ini sedemikian rupa sehingga hanya pemodal sajalah yang berhak mengetahui dan memerintah perusahaan.

Lebih lanjut, hanya pemodal dengan prosentase besar saja yang berhak memberikan suara pada setiap keputusan penting yang dihadapi perusahaan. Artinya, setiap tindakan perusahaan adalah berkiblat pada tujuan pemegang saham. Dengan kata lain, seperti dibahas dalam *stakeholder theory*, perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin mewujudkan keinginan pemegang saham atau setidaknya memberikan laporan yang memiliki sinkronisasi dengan keinginan pemegang saham. Oleh karena itu, pelaporan keuangan memiliki kecenderungan untuk ditujukan kepada pihak yang dianggap perusahaan sebagai *stakeholder* utama, yaitu pemegang saham. Kecenderungan ini merupakan wujud diskriminasi atas berbagai “ras *stakeholder*” perusahaan.

### **2.3 Teori Semiotik**

Semiotik didefinisikan sebagai ilmu yang mengkaji penggunaan tanda-tanda dan simbol dalam kehidupan manusia sebagai bagian dari sistem kode yang dipakai untuk mengkomunikasikan informasi. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan manusia dapat dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus diberi makna. Pemahaman terhadap tanda dapat dikaitkan pada konsep yang

dikembangkan para strukturalis yang merujuk konsep Ferdinand de Saussure (1916). Strukturalis melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk yang tercitra dalam kognisi seseorang dan makna atau isi, yakni yang dipahami oleh manusia pemakai tanda (Hoed, 2007, hal.3).

Dalam memahami studi tentang makna, terdapat tiga unsur yang harus diperhatikan yaitu; 1) tanda, 2) acuan tanda, dan 3) pengguna tanda. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bila dipersepsi indra kita, tanda mangacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri, dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga disebut tanda (Barthes, 2001:180).

Para *pragmatis* melihat tanda sebagai “sesuatu yang mewakili sesuatu” (Hoed, 2007). “Sesuatu” itu dapat berupa hal yang konkret (dapat ditangkap dengan pancaindera manusia), yang kemudian, melalui proses, mewakili “sesuatu” yang ada di dalam alam pikiran manusia. Jadi, tanda bukanlah suatu struktur, melainkan suatu proses kognitif yang berasal dari apa yang ditangkap oleh pancaindera. Dalam teori ini, “sesuatu” yang pertama – yang konkret – adalah suatu “perwakilan” yang disebut *representamen* (atau *ground*), sedangkan “sesuatu” yang ada di dalam kognisi disebut *object*. Proses hubungan dari *representamen* ke *object* disebut semiosis (*semeion*, Yun. ‘tanda’). Dalam pemaknaan suatu tanda, proses semiosis ini belum lengkap karena kemudian ada satu proses lagi yang merupakan lanjutan yang disebut *interpretant* (proses penafsiran).

Apabila dikaitkan dengan pelaporan keuangan simbol, gambar, angka, atau

*narrative text* yang ada dalam *annual report* bukanlah sekedar simbol melainkan memiliki makna dan sengaja didesain untuk menyampaikan pesan tertentu kepada audiensnya (*stakeholder*). Pemahaman terhadap angka, simbol dan teks tersebut sangat tergantung pada kemampuan dalam menginterpretasikannya. Dikatakan oleh Ricoeur (2009), teks merupakan pengganti ucapan dan pembakuan semua artikulasi yang sudah diungkapkan secara lisan dalam naskah yang linear.

Oleh karena itu, untuk memahami *narrative text* dan berbagai tanda di dalamnya pada suatu *annual report*, diperlukan usaha untuk memahami kalimat yang ada dalam teks beserta unsur-unsur yang terkandung di dalamnya serta bagaimana teks tersebut dituangkan dalam kerangka tujuannya sebagai pembentuk makna tertentu. Lebih lanjut, makna tersebut merupakan pesan yang ingin disampaikan manajemen kepada para *stakeholder*.

## **2.4 Penelitian Terdahulu**

Penelitian berbasis *positive accounting theory* yang menggunakan persamaan matematis dan analisis statistik cenderung mendominasi di ranah penelitian pelaporan keuangan. Penelitian tersebut bertujuan menjelaskan dan memprediksi tindakan individu ketika menghadapi konsekuensi dari praktik akuntansi tertentu (Holthausen 1990; Watt dan Zimmerman 1986).

Beberapa penelitian yang berhubungan dengan pelaporan keuangan di Indonesia cenderung difokuskan pada isu seperti *intellectual capital disclosure*, *internet financial reporting*, *earning management*, *good corporate governance* dan *corporate social responsibility*. Selain itu pendekatan penelitian yang

digunakan cenderung bersifat kuantitatif dan mengabaikan isu akuntansi yang lain seperti isu yang berhubungan dengan akuntansi sebagai media komunikasi. Berikut ini adalah contoh beberapa penelitian yang berhubungan dengan pelaporan keuangan dan akuntansi sebagai media komunikasi.

Balata dan Breton (2005) melakukan kajian untuk menjawab apakah pesan yang disampaikan teks naratif dan angka dalam *annual report* akan sama. Sementara itu, Yusoff dan Lehmann (2009) meneliti motif di balik pengungkapan lingkungan perusahaan dari kacamata semiotika. Russel dan Amemic (2008) melakukan penelitian berjudul *A privatization success story: accounting and narrative expression over time*, yang mengkaji bagaimana dua tolok ukur kinerja akuntansi (rasio operasi dan arus kas) digunakan untuk mempertahankan retorika kesuksesan pasca privatisasi. Makalah ini memperkuat pandangan bahwa akuntansi bukan merupakan saksi yang tidak bersalah dalam manuver – manuver naratif yang bersifat politis terkait privatisasi. Sebelumnya, Tauringana dan Chong (2004) menganalisis kenetralan diskusi naratif dalam *annual report* dengan membandingkan rata-rata proporsi kabar baik dan buruk yang terkandung dalam narasi. Hasil ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan lebih menyoroti kabar baik dalam diskusi narasi

Chariri dan Nugroho (2009) meneliti tentang retorika dalam pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada *sustainability report*. Dalam penelitian ini diungkap fakta bahwa perusahaan secara aktif berusaha membentuk *image* positif dan menghindari *image* negatif. Penelitian ini menganalisa retorika yang digunakan manajemen dalam pelaksanaan *sustainability reporting* dan bagaimana

serta mengapa perusahaan mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tersebut.

Fitriany (2009) mengusung tema retorika dalam pelaporan keuangan dengan objek penelitian *annual report* dari lima perusahaan yang mengalami kerugian. Hasil penelitiannya mengungkap fakta bahwa ketika perusahaan mengalami kerugian, maka pihak manajemen akan membuat cerita retorik (retorika) dengan cara menyajikan argumen dan justifikasi logis penyebab kerugian tersebut melalui *narrative text*. Manajemen menggunakan *annual report* sebagai media percakapan yang berkelanjutan (*continous conversation*) untuk meyakinkan *stakeholdernya* ketika perusahaan tersebut mengalami kerugian dan kerugian tersebut dipersepsikan sebagai hal yang wajar oleh para *stakeholder*.

Rizki (2010) mengkaji tentang pemahaman dan motivasi pengungkapan *Global Corporate Citizenship (GCC)* perusahaan. Analisis yang dilakukannya pada *sustainability reporting* Antam dan Timah menemukan bahwa pemahaman Antam dan Timah terhadap GCC pada dasarnya berfokus pada komitmen internal untuk membangun kepercayaan antara masyarakat dan perusahaan serta membentuk citra perusahaan yang lebih baik.

Penelitian di atas adalah segelintir dari penelitian yang melihat akuntansi bukanlah sebagai disiplin ilmu yang bebas nilai. Penelitian akuntansi tidak hanya berhaluan positif dengan menggunakan analisis statistik dan mengasumsikan bahwa semua variabel dapat dikuantifikasikan dan digeneralisasi. Akuntansi dipraktikkan dalam lingkungan yang melibatkan aspek sosial yaitu sebagai media

komunikasi aktif dan mengandung muatan-muatan kepentingan yang diskriminatif. Berdasar argumen bahwa belum banyak penelitian yang mengkaji akuntansi sebagai media komunikasi berikut kepentingan yang terkandung di dalamnya, penelitian ini akan mencoba memahami dan menganalisis akuntansi dari perspektif komunikasi dan aspek rasial yang kerangka penalarannya dapat dilihat pada bagian berikut ini.

## **2.5 Kerangka Penalaran**

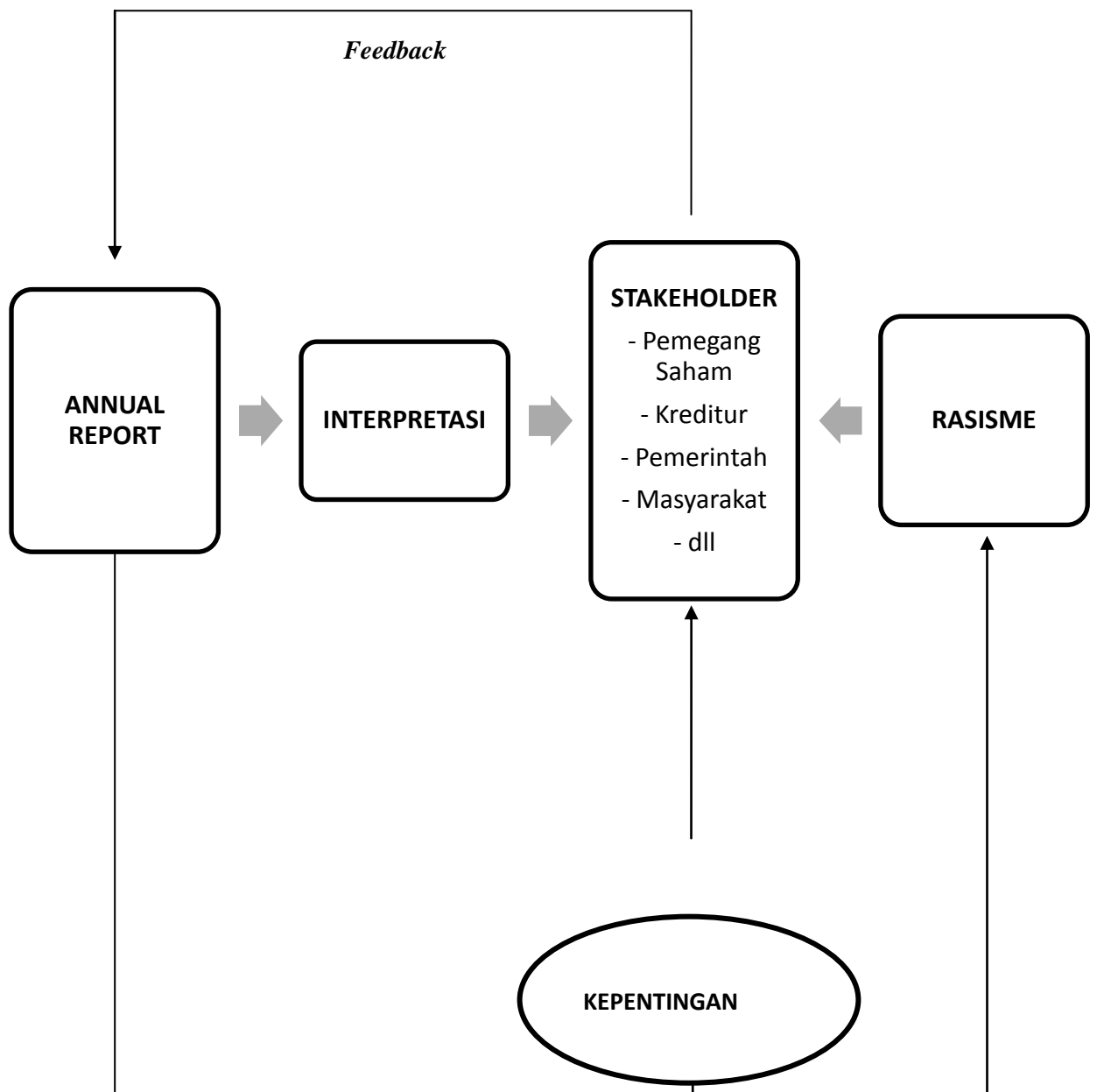
Untuk membantu memahami alur logika fenomena rasisme dalam pelaporan akuntansi, diperlukan suatu kerangka penalaran. Dari landasan teori yang telah diuraikan di atas, maka kerangka penalaran untuk penelitian ini disusun seperti tertera dalam Gambar 2.1

Annual Report ditujukan untuk para *stakeholder*, namun hanya *stakeholder* tertentu yang diprioritaskan. Melalui *narrative text* dalam *annual report*, diketahui siapa *stakeholder* yang menjadi *stakeholder* terpenting bagi perusahaan dan bagaimana perusahaan membina hubungan baik dengannya. *Narrative text* diharapkan dapat menyediakan satu argumentasi dan menjelaskan logika penyebab dari perusahaan memprioritaskan *stakeholder* tertentu tersebut.

Jadi, *narrative text* dalam *annual report* merupakan media komunikasi secara aktif bagi perusahaan untuk membina hubungan baik dengan *stakeholder* terpentingnya.



**GAMBAR 2.1 KERANGKA PENALARAN**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Suatu penelitian harus memiliki koherensi antara aspek *ontology*, *epistemology*, dan metodologi agar tercapai *validitas* yang memadai. Oleh karena itu, dalam sebuah desain penelitian, koherensi antara *ontology*, *epistemology*, perspektif teoritis, serta metodologi dan metode penelitian menjadi sangat penting.

Penelitian ini didasarkan pada *ontology* bahwa pelaporan keuangan merupakan media komunikasi antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya, dimana terdapat berbagai kepentingan yang melatarbelakanginya. Perbedaan kepentingan tersebut kemudian menciptakan perilaku rasial terhadap *stakeholder* tertentu.

Berdasarkan *ontology* di atas, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma *interpretive* yaitu berupa studi kasus pada perilaku rasisme perusahaan yang ditunjukkan dalam penyusunan *annual report*. Metode kualitatif tersebut dilakukan melalui analisis semiotik atas *Annual report* PGN dan Antam tahun 2009

### **3.1.1 Pemilihan Desain Penelitian**

Pemilihan desain penelitian yang meliputi lima langkah berurutan (Denzin dan Lincoln, 1998), yaitu :

1. Menempatkan bidang penelitian (*field in quiry*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif / interpretif atau kuantitatif / verifikasional.
2. Pemilihan paradigma teoritis penelitian yang dapat memberitahukan dan memandu proses penelitian.
3. Menghubungkan paradigma penelitian yang dipilih dengan dunia empiris lewat metodologi.
4. Pemilihan metode pengumpulan data.
5. Pemilihan metode analisis data.

Dalam penelitian ini, pemilihan desain penelitian dimulai dengan menempatkan bidang penelitian ke dalam pendekatan kualitatif. Selanjutnya diikuti dengan mengidentifikasi paradigma penelitian yaitu paradigma interpretif yang memberikan pedoman terhadap pemilihan metodologi penelitian yang tepat. Langkah yang terakhir adalah pemilihan metode pengumpulan dan analisis data yang tepat yaitu dengan analisis semiotik berdasar teori komunikasi aksi Jurgen Habermas.

### **3.1.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan kualitatif tepat digunakan dalam studi ini karena penelitian ini dimaksudkan untuk memahami dan menganalisis bagaimana dan mengapa perusahaan tersebut menyajikan informasi *narrative* yang tidak berimbang dengan

mengutamakan *stakeholder* tertentu dibanding yang lain. Alasan terakhir penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif adalah merupakan pilihan pribadi peneliti. Creswell (2003); Lincoln dan Guba (1986) berpendapat bahwa pilihan personal adalah sebuah legitimasi dan alasan yang tepat dalam pemilihan pendekatan penelitian. Mereka mengatakan bahwa atribut, pengalaman, kemampuan, dan ketertarikan peneliti dapat dan seharusnya mempengaruhi pemilihan sebuah pendekatan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, ketertarikan personal peneliti adalah pada keseimbangan dan keberpihakan informasi *narrative* perusahaan yang dinobatkan sebagai perusahaan berpredikat *annual report* terbaik dan perusahaan yang bergerak di bidang sejenis. Oleh sebab itu, peneliti tidak memilih melakukan penelitian yang melibatkan pengukuran dengan angka-angka yang bersifat statistikal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma interpretif karena paradigma interpretif memungkinkan peneliti untuk menganalisis dokumen dengan analisis semiotik melalui informasi *narrative text*. Peneliti interpretif percaya bahwa realita dibentuk lewat interpretasi dan interaksi sosial (Hines, 1988; Miller, 1994; Morgan, 1998; Munro, 1998 dalam Chariri, 2006). Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu menganalisis informasi *narrative text* pada *annual report* perusahaan yang ditujukan bagi para *stakeholder*-nya. Hal tersebut selanjutnya memberikan gambaran akan kesesuaian antara teori dan observasi.

### **3.2 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa *annual report* perusahaan. Seluruh data diperoleh dari situs resmi perusahaan yang terkait. Data dikumpulkan dari satu *annual report* perusahaan yang menyanggah predikat *annual report* terbaik dalam Annual Report Award (ARA) 2010 dan satu *annual report* perusahaan yang bergerak di bidang sejenis dengan perusahaan penyandang gelar juara umum Annual Report Award 2009.

Annual Report Award (ARA) merupakan kegiatan tahunan pemberian penghargaan tertinggi atas kualitas laporan tahunan yang diterbitkan secara berkala oleh perusahaan, yang diselenggarakan sejak 2002 atas kerjasama tujuh lembaga yaitu Bapepam-LK dengan Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian BUMN, Bank Indonesia, Bursa Efek Indonesia (PT BEI) , Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) dan Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI).

### **3.3 Metode Analisis Data**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari situs resmi perusahaan yaitu [www.pgn.co.id](http://www.pgn.co.id) dan [www.antam.com](http://www.antam.com). Data tersebut merupakan data dokumenter yaitu berupa satu *annual report* PT Perusahaan Gas Negara Tbk. dan satu *annual report* PT Aneka Tambang Tbk. PT Perusahaan Gas Negara Tbk merupakan juara umum dalam ajang Annual Report Award (ARA) 2010 dan PT Aneka Tambang Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang yang sejenis dengan PT Perusahaan Gas Negara Tbk. Data tersebut di analisis dengan menggunakan teori semiotik dalam kerangka interpretif (hermeneutik). Langkah analisis dilakukan sebagai berikut :

### **3.3.1 Identifikasi Kalimat dalam *Annual Report***

Identifikasi kalimat dalam *annual report* perusahaan dilakukan dengan mencari kalimat yang digunakan manajemen untuk melegitimasi kepentingannya atas *stakeholder* tertentu. Kalimat yang memiliki tema sejenis akan dikelompokkan dalam satu tema.

### **3.3.2 Interpretasi Kalimat**

Berdasarkan kalimat yang digunakan manajemen dalam *narrative text*, langkah analisis selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. *Annual report* PGN dan Antam tahun 2009 digunakan sebagai data utama untuk dianalisis.
2. Gambar, kata, dan kalimat yang digunakan diidentifikasi dan dikelompokkan sesuai dengan aspek sintaktiknya
3. Kata/kalimat dianalisis dari interpretasi semantiknya.
4. Kata/kalimat dianalisis berdasarkan pada audiens yang dituju.
5. Interpretasi atas pelaporan *annual report* dilakukan berdasarkan analisis semiotik makna kata/kalimat dengan menggunakan teori yang relevan sebagaimana dibahas dalam bab II.
6. Deskripsi dan analisis data selanjutnya dituangkan dalam cerita kontekstual dalam Bab IV.