

***ENVIRONMENTAL INCIDENT, PEMBERITAAN  
MEDIA DAN PRAKTIK PENGUNGKAPAN  
LINGKUNGAN (ENVIRONMENTAL  
DISCLOSURE) : STUDI PADA SUSTAINABILITY  
REPORT ASIA PULP AND PAPER Co., Ltd.***



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**KURNIA PUTRI PRATIWI  
NIM. C2C009165**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2013**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Kurnia Putri Pratiwi  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009165  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi  
Judul Skripsi : ***ENVIRONMENTAL INCIDENT, PEMBERITAAN  
MEDIA, DAN PRAKTIK PENGUNGKAPAN  
LINGKUNGAN (ENVIRONMENTAL  
DISCLOSURE) : STUDI PADA ASIA PULP AND  
PAPER Co., Ltd.***  
Dosen Pembimbing : Anis Chariri, SE, M.Com., Ph.D., Akt.

Semarang, 2 Mei 2013

Dosen Pembimbing,

**(Anis Chariri, SE, MCom., Ph.D., Akt)**

**NIP. 19670809 199203 1001**

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Kurnia Putri Pratiwi

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009165

Fakultas /Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi

Judul Skripsi : ***ENVIRONMENTAL INCIDENT, PEMBERITAAN  
MEDIA DAN PRAKTIK PENGUNGKAPAN  
LINGKUNGAN (ENVIRONMENTAL  
DISCLOSURE): STUDI PADA SUSTAINABILITY  
REPORT ASIA PULP AND PAPER Co., Ltd.***

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 17 Mei 2013**

Tim Penguji :

1. Anis Chariri, S.E., Mcom, Ph.D, Akt ( )

2. Siti Mutmainah, SE.,MSi., Akt ( )

3. Drs. Sudarno, Msi, Ph.D, Akt ( )

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Kurnia Putri Pratiwi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *Environmental Incident*, Pemberitaan Media dan Praktik Pengungkapan Lingkungan (*Environmental Disclosure*) : Studi Pada *Sustainability Report* Asia Pulp and Paper Co., Ltd. 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 dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol 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, tiru, 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 menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, (2 Mei 2013)

Yang membuat pernyataan,

(Kurnia Putri Pratiwi)

NIM. C2C009165

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*There was never achieving a great things*

*without struggle and some risk*

*So..*

*“Find Your Dream and Go Get It!”*

### SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN KEPADA :

- Bapak dan Mama yang senantiasa mencurahkan doa, semangat dan kasih sayangnya
- Adik-adikku dan seluruh keluarga besarku
- Almamater tercinta

## **ABSTRACT**

*This study is a case study about corporate social responsibility in a multinational company in regard to identify a link between APP's environmental incidents in Indonesia and its disclosure initiatives subsequent to the incidents in sustainability reporting of PT. Asia Pulp and Paper (APP). This study aims to: understand whether news media attention as proxy for public concern has an impact on APP disclosure practices; analyze the media attention associated with the environmental incidents; analyze the company comply with the standard of Global Reporting Initiative in APP sustainability report; analyze the corporate strategy in its sustainability report after the incidents.*

*Data collection methods used in this study were analysis of corporate documents and media articles. This study uses semiotic analyses to analyze narrative texts which contained in APP sustainability report. The data obtained were analyzed by using description and interpretation. The analyzed data is 2005-2009 APP sustainability report. APP's sustainability report is obtained by downloading it at company's website, which is [www.asiapulppaper.com](http://www.asiapulppaper.com).*

*This study concluded that APP complies on Global Reporting Initiative Guidelines in reporting its sustainability performance. This study claims that generally APP has conducted the disclosure standard required by Global Reporting Initiative. This study reviewed local and global news media articles for over six years (subsequent to the incidents) to understand whether or not APP's environmental disclosure initiatives were associated with the media attention pertaining to its environmental incidents in Indonesia. The study also suggests that APP's environmental disclosure was associated with the public pressures as measured by media news coverage towards the APP's incidents. The motivation of firms in conducting environmental disclosure practices is to apply the principles of Global Reporting Initiative, meet the expectations of stakeholders, gain legitimacy, and environmental disclosure practices based on company vision, mission and its sustainability targets.*

*Keywords: sustainability report, corporate social responsibility, sustainability performance, environmental disclosure, environmental incidents, Global Reporting Initiative*

## ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah sebuah penelitian studi kasus yang dilakukan di sebuah perusahaan multinasional yaitu Asia Pulp and Paper, Co., Ltd. (APP) yang bergerak di bidang industri pulp dan kertas di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara insiden lingkungan yang terjadi akibat aktivitas perusahaan serta motif dibalik praktik dan pengungkapan lingkungan pada sustainability report APP. Penelitian ini dilakukan untuk; menganalisis perhatian media yang digunakan sebagai ukuran perhatian publik memiliki dampak terhadap praktik pengungkapan lingkungan APP; menganalisis perhatian media yang dikaitkan dengan insiden lingkungan APP; menganalisis pelaporan indikator lingkungan yang disesuaikan dengan standar pelaporan GRI dalam *sustainability report* APP; serta strategi pengungkapan sustainability report setelah terjadinya insiden lingkungan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dokumen-dokumen perusahaan dan artikel media. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik untuk menganalisis teks naratif yang terdapat dalam *sustainability report* APP. Data yang diperoleh dianalisis dengan melakukan deskripsi dan interpretasi. Analisis data tersebut dilakukan pada *sustainability report* APP tahun 2005 sampai dengan tahun 2009. *Sustainability report* APP diperoleh dari website perusahaan yaitu [www.asiapulppaper.com](http://www.asiapulppaper.com)

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa APP menjadikan GRI *Guidelines* sebagai pedoman dalam melaporakn kinerja *sustainability*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan sustainability reporting APP telah mengikuti standar yang ditetapkan oleh GRI. Penelitian ini meninjau artikel dari media lokal dan interlokal selama 6 tahun (setelahinsiden) untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara perhatian media yang disebabkan oleh insiden lingkungan dengan praktik pengungkapan lingkungan APP. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa inisiatif pelaporan lingkungan APP dikaitkan dengan adanya tekanan publik yang disebabkan oleh insiden lingkungan dan pemberitaan media. Motivasi perusahaan dalam melakukan praktik lingkungan adalah untuk memenuhi persyaratan GRI secara utuh, memenuhi harapan *stakeholder*, mendapatkan legitimasi, dan melaksanakan visi, misi dan target keberlanjutan perusahaan.

Kata kunci : laporan berkelanjutan, pertanggungjawaban sosial, kinerja keberlanjutan, pengungkapan lingkungan, insiden lingkungan, GRI

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, taufik hidayah serta izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“ENVIRONMENTAL INCIDENT, PEMBERITAAN MEDIA DAN PRAKTIK PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN (*ENVIRONMENTAL DISCLOSURE*) : STUDI PADA *SUSTAINABILITY REPORT* ASIA PULP AND PAPER Co., Ltd.”** dalam rangka menyelesaikan program S-1 Jurusan Akuntansi di Universitas Diponegoro ini.

Skripsi ini disusun dengan sebuah itikad dan semangat untuk memberikansumbangsih terhadap pengembangan kajian ilmu Ekonomi, khususnya Akuntansi. Penulis menyadari bahwa karya ini hanyalah sebagian kecil dari ribuan karya yanglain, namun penulis berharap agar karya ini tetap memberikan sedikit kontribusiuntuk penelitian selanjutnya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, masukan dankontribusi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua Orangtua saya, atas semua jasa yang tak ternilai harganya yang telah diberikan, atas kerja keras, binaan, dukungan, dan didikan selama ini dan menjadi pelita semangat dalam setiap langkah penulis.
2. Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

3. Anis Chariri, SE. M.com., Akt., PhD selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang telah bersedia meluangkan waktu untuk bimbingan, koreksi, arahan yang sangat berharga bagi penulis serta telah banyak membantu dalam kegiatan akademis.
4. Prof. Dr. Muchamad Syafrudin M.Si., Akt. Selaku ketua jurusan akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Andri Prastiwi, S.E., M.Si., Akt. Selaku dosen wali dan seluruh staff pengajar yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh kegiatan belajar di Universitas Diponegoro
6. Semua pendidik, dosen dan segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang telah memberikan tambahan ilmu dan wawasan bagi penulis.
7. Adik-adiku, Krisanty Kharismamurti dan Pratyakso Adhi Nugroho tetaplah semangat untuk mencari ilmu, berikanlah yang terbaik untuk kedua orangtua kita.
8. Iqbal, Pritta, Hanny, Yani, Riske, Sasa, Desta, Tya, Rima terima kasih atas semua yang telah dilakukan, terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, waktu, semangat, masukan, yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
9. Sahabat-sahabat terbaik saya, Raisa, Isna, Risna, Sanda, Faricha, Dede, Airin, Henry, Risky, Riznaldo, Tami, Jati, terima kasih untuk selalu memberikan dukungan, motivasi dan selalu bersedia menjadi tempat berbagi cerita dengan penulis.

10. Teman-teman Akuntansi Kelas A Reguler II 2009 atas kebersamaan dan keceriaan yang telah diberikan selama ini.
11. Teman-teman satu bimbingan penulis, M. Hananto Siddik dan Putu terimakasih atas semangat dan masukan yang telah diberikan kepada penulis.
12. Keluarga besarwisma susenlo I, khususnya: Icha, Mbak Yuni, Dinny, Novia, Kenanga, Kak Tia, Kak Metha terima kasih dengan kebersamaan selama ini.
13. Mas Firman Aji Nugroho yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini
14. Teman-teman KKN Tirto Desa Tegaldowo, yaitu Winni, Restu, Rani, Lutgar, Satrio, Luthfi, Rendy, Vicky dan Kukuh
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat berguna untuk penyempurnaan karya ini dan saran yang dapat berguna untuk menyempurnakan karya ini maupun sebagai bahan perbaikan bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Semarang, 2 Mei 2013

Penulis

Kurnia Putri Pratiwi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Teori Legitimasi.....	15
2.1.2. Teori Penetapan Agenda ( <i>Agenda Setting</i> ) .....	22
2.1.3. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	27
2.1.4. Pengungkapan Lingkungan .....	31

2.1.5. Insiden Lingkungan dan Media Massa .....	36
2.1.6. Laporan Berkelanjutan ( <i>Sustainability Reporting</i> ) .....	39
2.1.6.1    Teknik Pelaporan .....	41
2.1.6.2    Prinsip <i>Global Reporting Initiative</i> .....	42
2.1.7. Standar Pengungkapan Informasi Sosial dan Lingkungan di Indonesia .....	47
2.2. Penelitian Terdahulu.....	50
2.3. Kerangka Teoritis .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>56</b>
3.1. Desain Penelitian .....	56
3.2. Setting Penelitian.....	56
3.3. Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	58
3.3.1. Sumber Data .....	58
3.3.2. Metode Pengumpulan Data .....	59
3.4. Analisis Data .....	60
3.5 Pengujian Kredibilitas Data .....	62
3.6. Interpretasi.....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>65</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	65
4.1.1. Profil Perusahaan .....	65
4.1.2. Visi dan Misi APP .....	67
4.1.3. Anak Perusahaan APP .....	69
4.1.4. Produk .....	71
4.2. Perhatian Media Terhadap Isu Kerusakan Lingkungan APP .....	73

4.2.1. Dampak Pemberitaan Media Terhadap Masyarakat dan Lingkungan serta Legitimasi Perusahaan .....	82
4.3. <i>Sustainability Report</i> Sebagai Sarana APP Untuk Melaporkan Informasi Lingkungan .....	86
4.4. Analisis Keterkaitan Media Terhadap Praktik Pengungkapan Lingkungan APP .....	90
4.4.1. Perbandingan Luas Pengungkapan SR APP Mengenai Indikator Lingkungan ( <i>Environemntal Performance Indicator</i> ) .....	91
4.5. Perbandingan Pelaporan <i>Sustainability Reporting</i> APP Selama Periode 2005-2009 .....	98
4.5.1. Pelaporan SR APP Tahun 2005-2006 Mengenai Indikator Lingkungan .....	99
4.5.2. Pelaporan SR APP Tahun 2007 Mengenai Indikator Lingkungan .....	110
4.5.3. Pelaporan SR APP Tahun 2008-2009 Mengenai Indikator Lingkungan .....	123
BAB V PENUTUP .....	136
5.1. Kesimpulan.....	136
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	138
5.3. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	140

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Pengumpulan Artikel Tentang Isu Insiden Lingkungan Pada Pemberitaan Media Online .....	75
Tabel 4.2	Judul Berita Tentang Insiden Lingkungan .....	77
Tabel 4.3	<i>Checklist</i> Indikator Lingkungan .....	94
Tabel 4.4	Perbandingan Luas Pengungkapan SR dengan Tingkat Pemberitaan Media .....	96
Tabel 4.5	Sumber dan Jumlah Air yang Digunakan APP .....	103
Tabel 4.6	Limbah Padat Indah Kiat Perawang Mill, Tbk .....	108
Tabel 4.7	Indeks <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) untuk Indikator Lingkungan .....	111
Tabel 4.8	Penggunaan Energi Langsung .....	113
Tabel 4.9	Tabel Total Area yang Digunakan Oleh APP .....	116
Tabel 4.10	Data Emisi Udara yang Dihasilkan Oleh PT. Lontar Papyrus .....	119
Tabel 4.11	EN 21: Jumlah Buangan Air yang Digunakan oleh Pt. Lontar Papyrus .....	120
Tabel 4.12	EN 22: Jumlah Berat Limbah Menurut Pembuangan dan Jenis oleh PT. Lontar Papyrus .....	120
Tabel 4.13	GRI Index .....	123
Tabel 4.14	Sumber dan Jumlah Air yang Digunakan Setiap Pabrik APP.....	127

Tabel 4.15	Gas Nox, SOx dan Emisi Udara Signifikan Lainnya Yang Dirinci Berdasarkan Jenis dan Berat .....	130
Tabel 4.16	Limbah Padat PT. IKPP, Tbk .....	131

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Teoritis .....	53
------------	-------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha pada dekade terakhir ini banyak dipengaruhi oleh adanya perubahan pada keadaan lingkungan ekonomi. Untuk dapat bersaing, perusahaan harus lebih melakukan transparansi dalam mengungkapkan informasi tentang perusahaannya sehingga akan lebih membantu para pengambil keputusan dalam mengantisipasi kondisi yang semakin berubah. Pesatnya perkembangan akuntansi saat ini menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kaum kapitalis) sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Dengan keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia (Chen dan Metcalf, 1980 dalam Anggraini, 2006).

Dengan adanya perubahan dalam ekonomi maka muncul paradigma baru dimana perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial tidak hanya mencari laba. Paradigma dunia usaha bergeser dari *profit oriented only* menjadi berorientasi pada tiga hal yang sering disebut dengan *Triple-P Bottom Line*, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Untuk mencapai tujuan *sustainability development*, dunia usaha harus

menjalankan usahanya secara bertanggung jawab dengan mempertimbangkan keuntungan (*profit*), bumi (*planet*), dan komunitas atau masyarakat (*people*). Konsep *Triple-P Bottom Line* ini seringkali dikaitkan dengan *Corporate Social Responsibility* atau disingkat CSR (Elkington, 1998 dalam Wardhana, 2009).

Tuntutan masyarakat dan perkembangan demokrasi serta derasnya arus globalisasi dan pasar bebas, memunculkan kesadaran dari dunia industri tentang pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan berupa pengungkapan sosial dan lingkungan (PSL). Bahkan berbagai hasil studi telah dilakukan di berbagai negara dan dimuat di berbagai jurnal internasional (Ghozali dan Chariri, 2007). Adanya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Kasus ketidakpuasan publik semakin bermunculan, baik yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, perlakuan tidak adil kepada pekerja, kaum minoritas dan perempuan, penyalahgunaan wewenang, keamanan dan kualitas produk, serta eksploitasi besar-besaran terhadap energi dan sumber daya alam yang menyebabkan kerusakan alam (Sulistiyowati, 2004 dalam Chresma, 2008).

Tanggung jawab sosial perusahaan menunjuk pada transparansi dampak sosial atas kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak (*externalities*) sosial

dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. Studi yang meneliti tentang pengungkapan sosial dan lingkungan dalam *annual report* mengindikasikan bahwa hal tersebut telah meningkat dari waktu ke waktu, baik dalam jumlah perusahaan yang membuat pengungkapan dan di dalam jumlah informasi yang dilaporkan (Branco dan Rodrigues 2006; Buhr 1998; Cerin 2002; Cormier dan Gordon 2001; Deegan dan Rankin 1996 1997; Deegan 2002).

Marina (2009) mengungkapkan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial. Tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Ivancevic, 1992 dalam Haryanto dan Erwansyah, 2009). Selama ini produk akuntansi dimaksudkan sebagai pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik saham, kini paradigma tersebut diperluas menjadi pertanggungjawaban kepada seluruh *stakeholders*.

Sebagaimana hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro Brazilia 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Hertanto (2008) mengungkapkan bahwa *Sustainable development* memerlukan dua pra kondisi yaitu *social responsibility* dan *environment responsibility*. Terpenuhinya tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih memudahkan tercapainya pembangunan yang berkelanjutan. Sebab sumber-sumber produksi yang sangat penting bagi aktivitas perusahaan yaitu tenaga kerja, bahan baku, dan pasar telah dapat lebih terpelihara. Ketiga konsep ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya (*Corporate Social Responsibility*). Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan oleh perusahaan. Dalam PSAK No. 1 (Revisi 1998) paragraf 9 tentang penyajian laporan keuangan dinyatakan bahwa:

”Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Konsep akuntansi lingkungan sebenarnya sudah mulai berkembang sejak tahun 1970an di Eropa. Akibat tekanan lembaga-lembaga bukan pemerintah dan meningkatnya kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat yang mendesak agar

perusahaan-perusahaan menerapkan pengelolaan lingkungan tidak hanya kegiatan industri demi bisnis semata (Djogo, 2006 dalam Almilia dan Wijayanto, 2007).

Standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Pengungkapan yang bersifat sukarela ini tidak disyaratkan oleh standar, tetapi dianjurkan dan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang melakukannya.

Saat ini pusat perhatian perusahaan lebih kepada *stockholders* dan *bondholders*, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Banyak masyarakat yang protes atas pencemaran lingkungan akibat limbah atau polusi yang dilepas ke lingkungan, sehingga menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya. Sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi (Rosmasita, 2007).

Untuk memastikan pengelolaan lingkungan yang dijalankan benar-benar berlangsung efektif, para pelaku bisnis menyadari perlunya tindakan pengawasan secara internal maupun pengawasan dengan melibatkan pihak independen, mengacu pada Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001. Pihak independen tersebut seperti misalnya media massa. Media Massa (*Mass Media*) dalam lingkungan bisnis saat ini memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap

suatu aktivitas perusahaan. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (*image*) publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan (Kholis dan Maksun, 2003).

Menurut Sussana, peneliti *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS), dalam studinya di Jepang pada tahun 2006 dalam Iswinarto (2008), mengungkapkan bahwa media massa berdiri di garda terdepan dalam memfokuskan perhatian nasional terhadap problem lingkungan yang multidimensional dan membentuk opini publik yang tercerahkan. Selain menjaga kredibilitas pemberitaan demi menangkal rumor, upaya strategis lainnya adalah gencarnya memperlihatkan konektivitas aspek lingkungan dengan aspek ekonomi, sosial-budaya dan politik, dan konektivitas lingkup lokal dengan lingkup nasional.

Selama ini penelitian yang berkaitan dengan pelaporan akuntansi cenderung dimaksudkan untuk meneliti manfaat laporan dalam membuat keputusan ekonomi, seperti halnya (Pfleiger *et al* 2005, dalam Rahmawati, 2012) penelitiannya menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab. Hasil lain mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern menyadari

sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan sosial juga merupakan bagian penting dari perusahaan.

Masalah lingkungan dalam negara berkembang tetap menjadi salah satu keprihatinan utama untuk sebuah perusahaan multinasional (Lindgreen *et al.*, 2009). Insiden sosial dan lingkungan yang berasal dari operasi perusahaan multinasional di negara berkembang muncul sebagai area penelitian untuk pemahaman lebih baik tentang tanggung jawab yang lebih luas dari perusahaan multinasional (Eweje, 2006 dalam Islam, 2011). Khususnya, kepentingan umum dalam degradasi lingkungan yang dihasilkan dari operasi perusahaan minyak dan gas multinasional telah semakin terwujud dalam beberapa tahun terakhir di banyak negara berkembang (Eweje, 2006 dalam Islam, 2011). Namun, ada kesenjangan dalam literatur yang mencoba untuk memahami inisiatif pengungkapan lingkungan sebuah perusahaan multinasional sebagai respon terhadap legitimasi atas insiden yang mengancam lingkungan yang berasal dari operasinya di negara berkembang.

Terdapat beberapa penelitian tentang kebijakan pengungkapan lingkungan perusahaan antara lain, Brown dan Deegan (1998) melakukan penelitian di Australia untuk menganalisis pengaruh isu yang ada di media cetak terhadap pengungkapan lingkungan dan kinerja lingkungan dalam *annual report* perusahaan. Dengan menggunakan kerangka *legitimacy theory* mereka menemukan bahwa terdapat peningkatan dalam level pengungkapan pada semua industri. Selain itu, penelitian tersebut juga menemukan bahwa terdapat korelasi antara tingkat pemberitaan pada media cetak dengan pengungkapan lingkungan bernuansa positif.

Serupa dengan hasil penelitian diatas Walden dan Schwartz (1997) menyelidiki praktik pengungkapan lingkungan bagi perusahaan-perusahaan yang dipilih dalam empat industri, termasuk industri minyak dan kehutanan, setelah terjadinya tumpahan minyak di Alaskan 1989. Dari perspektif industri menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan meningkat secara signifikan dari segi kuantitas dan kualitas pada tahun 1988-1989 di seluruh empat industri tersebut. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Patten (1992) yang menunjukkan bahwa perusahaan meningkatkan pengungkapan lingkungan untuk legitimasi karena perusahaan menghadapi tekanan publik setelah insiden di Alaskan.

Beberapa penelitian tersebut telah menggunakan perhatian media sebagai faktor untuk mengukur keprihatinan masyarakat atau tekanan publik dalam menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan (Deegan *et al.*, 2002). Perusahaan dapat menanggapi insiden yang mengancam legitimasi dengan menggunakan berbagai penelitian akuntansi melalui pelaporan media. Perhatian media dan penuntutan publik dapat dianggap sebagai *proxy* untuk tekanan publik. Sementara tekanan publik mempengaruhi perilaku pengungkapan perusahaan, dan apa yang disampaikan media merupakan bentuk tekanan publik atau keprihatinan masyarakat. Faktor lain yang sering dianggap sebagai tekanan publik adalah penuntutan lingkungan yang diajukan oleh negara pemerintah atau LSM terhadap perusahaan-perusahaan.

Selama ini para peneliti akuntansi hanya mempertimbangkan laporan tahunan sebagai media pengungkapan sosial dan lingkungan (Deegan *et al.*, 2002). Namun,

beberapa berspekulasi bahwa perusahaan dapat membuat berbagai media pelaporan, termasuk laporan tahunan, laporan lingkungan yang berdiri sendiri, laporan berbasis web dan media pengungkapan berbasis iklan (Islam dan Deegan, 2010 dalam Islam, 2011). Berbagai alternatif kerangka pelaporan terus dikembangkan di dalam akuntansi sosial sebagai upaya mencari solusi atas keterbatasan dari kerangka pelaporan keuangan tradisional/konvensional. Beberapa kerangka alternatif yang dimaksud adalah *Triple Bottom Line*, *Intellectual Capital*, *Global Reporting Initiative*, dan *Balanced Scorecard*. *Global Reporting Initiative* (GRI) ini menjadi salah satu acuan atau pedoman atas suatu laporan yang dapat mengakomodir kegiatan-kegiatan CSR perusahaan. Laporan ini sering disebut dengan laporan *sustainability* atau *sustainability report*.

Pengungkapan Laporan Keberlanjutan (*sustainability report*) semakin mendapat perhatian dalam praktik bisnis global dan menjadi salah satu kriteria dalam menilai tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Para pemimpin perusahaan-perusahaan dunia semakin menyadari bahwa pengungkapan laporan yang lebih komprehensif (tidak hanya sekedar laporan keuangan) akan mendukung strategi perusahaan. Selain itu dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap *sustainable development* (CSR Quest dalam Dilling, 2009 dalam Anggraini, 2006). Pengungkapan *sustainability report* juga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan membangun legitimasi perusahaan.

Hal tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi lingkungan. Penelitian ini

mengacu pada penelitian Islam (2011) yang dahulu meneliti mengenai hubungan antara insiden lingkungan yang disebabkan oleh operasi perusahaan multinasional yang berada di Bangladesh dengan upaya pengungkapan lingkungan perusahaan.

Penelitian ini berusaha untuk meneliti apakah insiden lingkungan di negara berkembang seperti Indonesia, yang disebabkan oleh operasi sebuah perusahaan multinasional, memiliki efek pada inisiatif perusahaan dalam upaya pengungkapan lingkungan perusahaan. Penelitian ini melakukan studi kasus pada salah satu perusahaan multinasional di Indonesia yaitu Asia Pulp and Paper Co., Ltd. (APP). APP adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang bergerak dibidang industri kertas dan *pulp* yang memiliki wilayah operasi di beberapa daerah di Indonesia seperti Pulau Jawa dan Sumatera. APP juga merupakan salah satu perusahaan yang terbukti melakukan perusakan lingkungan di sekitar wilayah operasi mereka dikarenakan kegiatan bisnisnya yang dekat dengan alam karena mengambil langsung bahan dari alam untuk kegiatan produksi khususnya kayu hutan. Terjadinya insiden perusakan lingkungan tersebut membuat media melakukan pemberitaan yang dapat menimbulkan tuntutan publik serta mengancam legitimasi perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dilihat bahwa informasi lingkungan perusahaan adalah sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan untuk komunitas lokal. Dengan meningkatnya perhatian masyarakat pada lingkungan hidup, tuntutan masyarakat akan tindakan aktual perusahaan untuk memperhatikan

lingkungan hidup juga meningkat. Hal tersebut membuat perusahaan-perusahaan, khususnya perusahaan yang memiliki kegiatan dalam pengolahan barang mentah menjadi barang jadi atau perusahaan yang memiliki keterkaitan tinggi dengan lingkungan hidup, mulai mengimplementasikan akuntansi lingkungan hidup sebagai wujud nyata atas kinerja lingkungan. Karena, perusahaan tersebut selain dekat dengan investor, kreditor, dan pemerintah, perusahaan juga dekat dengan lingkungan sosial. Perusahaan-perusahaan publik dan perusahaan-perusahaan multinasional selain mendapat tekanan dari para *stakeholders* juga mendapat tekanan dari publik atau masyarakat agar memberikan perhatian yang lebih besar terhadap masalah lingkungan dalam mengambil keputusan ekonomi serta melaporkan kinerja lingkungan dalam pelaporan tahunan korporasi kepada publik (Brown dan Deegan, 1998 dalam Islam, 2011).

Maka dari itu perlu adanya pengungkapan sosial dalam praktiknya. Dimana media atau pers dapat menimbulkan ancaman sosial berupa tekanan publik yang disebabkan oleh insiden lingkungan oleh perusahaan. Kondisi dimana terdapat tekanan publik tersebut dapat mempengaruhi inisiatif perusahaan dalam upaya melaporkan informasi lingkungannya. Untuk itu, penelitian ini mencoba untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa yang menjadi perhatian media terkait dengan kegiatan perusahaan yang menyebabkan terjadinya insiden lingkungan?
2. Bagaimana insiden lingkungan dapat menyebabkan perubahan perilaku perusahaan terhadap praktik pengungkapan lingkungannya?

3. Bagaimana pengungkapan lingkungan perusahaan pada *sustainability report* setelah terjadi ancaman publik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami dan menganalisis mengapa dan bagaimana insiden lingkungan dapat berdampak pada inisiatif perusahaan dalam memicu inisiatif perusahaan dalam mengungkapkan laporan lingkungan tahunannya.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis cara-cara yang digunakan oleh media dalam menyampaikan dan meyajikan informasi kepada publik mengenai insiden lingkungan yang disebabkan oleh operasi perusahaan mempengaruhi tingkat pelaporan lingkungan perusahaan. Penelitian ini juga melakukan analisis tekstual pada sejumlah siaran pers dan laporan sosial dan lingkungan yang berdiri sendiri yang datang dari situs web perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan antara perhatian media dengan pengungkapan perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Manfaat teoritis.

Dapat dijadikan referensi dan juga sumber informasi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan serta menambah literatur yang relevan bagi bidang akuntansi, khususnya yang berkaitan dengan *Environmental Disclosure*.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menyediakan informasi apakah terdapat hubungan antara inisiatif perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan pada *sustainability report* dengan terjadinya insiden lingkungan serta pemberitaan oleh media massa yang menimbulkan tekanan publik.

### 1.5 Sistematika Penulisan

#### BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah mengenai inisiatif perusahaan melakukan pengungkapan lingkungan pada *sustainability report* terkait dengan insiden lingkungan yang terjadi serta pemberitaan oleh media massa. Dengan latar belakang tersebut dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian sejenis. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoritis.

#### BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, objek penelitian dan

paradigma penelitian. Di bagian akhir dijelaskan mengenai metode analisis data kualitatif.

#### BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi analisis atas penyajian informasi dalam *Sustainability Report* perusahaan yang mengalami insiden lingkungan dan mendapat tekanan publik serta pelaporan media. Selain itu, membahas dan menganalisis bagaimana perusahaan membuat informasi yang terdapat dalam *Sustainability Report* setelah terjadinya insiden lingkungan tersebut.

#### BAB V : KESIMPULAN

Berisi kesimpulan penelitian serta keterbatasan penelitian. Untuk mengatasi keterbatasan penelitian tersebut, disertakan saran untuk penelitian yang akan dilanjutkan selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Legitimasi**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Menurut Nurkhin (2009) teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Chariri (2011) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Mereka mengatakan (p. 131) :

*Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.*

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Ashforth dan Gibbs 1990; Dowling dan Pfeffer 1975; O'Donovan 2002). Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Lindblom 1994; Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam

Chariri, 2011). Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan "*legitimacy gap*" dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Ghazali dan Chariri, 2007). *Legitimacy gap* dapat terjadi karena karena tiga alasan (Warticl dan Mahon, 1994 dalam Chariri, 2011):

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah;
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah;
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Namun demikian keberadaan dan besarnya *legitimacy gap* bukanlah hal yang mudah untuk ditentukan. Yang penting adalah bagaimana perusahaan berusaha memonitor nilai-nilai sosial masyarakat dan mengidentifikasi kemungkinan munculnya *gap* tersebut.

O'Donovan (2001) dalam Kariyoto (2010) mengungkapkan bahwa ketika terdapat perbedaan antara kedua nilai perusahaan perlu mengevaluasi nilai sosialnya dan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat dapat mengubah nilai-nilai sosial yang ada atau persepsi terhadap perusahaan sebagai taktik legitimasi. Jadi, untuk mengurangi *legitimacy gap*, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada

dalam kendalinya dan mengidentifikasi publik yang memiliki *power* sehingga mampu memberikan *legitimacy* kepada perusahaan (Neu *et al.* 1998 dalam Chariri, 2011).

Yang melandasi teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Norma perusahaan selalu berubah mengikuti perubahan dari waktu ke waktu sehingga perusahaan harus mengikuti perkembangannya. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat (Harsanti, 2011).

Ide kontrak sosial ini bukanlah hal yang baru tapi sudah lama didiskusikan oleh para filsuf seperti Hobbes, Locke, dan Rousseau. Ghazali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang melandasi teori *legitimacy* adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghazali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial, yaitu:

“Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki.”

“Di dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber *power institutional* dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Oleh karena itu suatu institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara

menunjukkan bahwa masyarakat memang memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan (*reward*) yang diterimanya betul-betul mendapat persetujuan masyarakat.”

Harsanti (2011) dalam studinya mengatakan bahwa Teori Legitimasi menjelaskan bahwa organisasi secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, tetapi ukuran kinerja lainnya yang berkaitan dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk mendapatkan legitimasi perusahaan memiliki insentif untuk melakukan kegiatan sosial yang diharapkan oleh masyarakat di sekitar kegiatan operasional perusahaan.

Menurut Harsanti (2011), kegagalan untuk memenuhi harapan masyarakat akan mengakibatkan hilangnya legitimasi dan kemudian akan berdampak terhadap dukungan yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan. Pengungkapan perusahaan melalui laporan keuangan tahunan merupakan usaha perusahaan untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin. Perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat di sekitarnya.

Jika perusahaan merasa tak mampu menjalankan operasinya maka masyarakat mungkin akan mencabut kontraknya melalui pengurangan pembelian, dan lain-lain.

Menurut studi yang dilakukan oleh Harsanti (2011), dengan adanya biaya potensial seperti itu menyebabkan perusahaan untuk mengambil tindakan yang menjamin bahwa operasinya dipandang *legitimate* oleh masyarakat. Perusahaan akan mencari kesesuaian antara nilai sosial aktivitasnya dengan norma masyarakat. Jika ada perubahan harapan masyarakat, maka perusahaan harus menyesuaikan. Proses penyesuaian ini disebut *organisational legitimacy*.

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 dalam Nurkhin, 2009). Untuk mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan atau diimplikasikan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Chariri, 2011). Konsisten dengan hal ini Richardson (1987) mengatakan bahwa akuntansi adalah institusi yang melegitimasi dan memberikan suatu makna dimana nilai-nilai sosial dihubungkan dengan tindakan ekonomi.

Lindblom (1993) dan Dowling dan Pfefer (1975) mengatakan bahwa terdapat empat strategi legitimasi yang dapat diadopsi organisasi ketika mereka dihadapkan pada gangguan atas legitimasinya atau jika dipandang terdapat *gap* legitimasi. Seperti yang dijelaskan oleh Harsanti (2011) dalam studinya, bahwa *gap* legitimasi terjadi jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan

atau *stakeholder*. Dalam hal ini suatu organisasi dapat melakukan empat strategi tersebut, seperti :

1. Merubah *output*-nya, metode atau tujuan agar sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan dan kemudian mereka menginformasikan perubahan ini kepada kelompok masyarakat tersebut.
2. Tidak mengubah output, metode ataupun tujuan, tapi mendemonstrasikan kesesuaian dari *output*, metode dan tujuan melalui pendidikan dan informasi.
3. Mencoba untuk mengubah persepsi dari masyarakat dengan menghubungkan organisasi dengan simbol-simbol yang memiliki status legitimasi yang tinggi dan
4. Mencoba untuk mengubah harapan masyarakat dengan menyesuaikan harapan mereka dengan *output*, tujuan dan metode organisasi.

Di dalam *Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 8* yang menggantikan SFAC no. 1 dinyatakan manfaat laporan keuangan, yaitu bahwa pelaporan keuangan harus menyajikan informasi yang :

- 1) dapat membantu investor, kreditor dan pengguna lain yang potensial dalam membuat keputusan lain yang sejenis secara rasional,
- 2) dapat membantu investor, kreditor dan pengguna lain yang potensial dalam memperkirakan jumlah, waktu dan ketidakpastian penerimaan kas di masa yang akan datang yang berasal dari pembagian deviden ataupun pembayaran bunga dan pendapatan dari penjualan,

- 3) berisi tentang sumber daya ekonomi perusahaan. Klaim atas sumber daya kepada perusahaan atau pemilik modal,
- 4) berisi tentang prestasi perusahaan selama satu periode. Investor dan kreditor sering menggunakan informasi masa lalu untuk membantu menaksir prospek perusahaan.

Dilihat dari isi SFAC No. 8 tersebut, pengungkapan sosial perusahaan sesuai dengan paling tidak salah satu dari strategi di atas sebagai implementasi dari strategi legitimasi yang harus melibatkan komunikasi (pengungkapan) dari organisasi. Organisasi dapat mengimplementasikan salah satu dari strategi tersebut atau kombinasi dari masing-masing strategi melalui pengungkapan laporan keuangan dengan berbagai media. Karenanya pengungkapan informasi perusahaan dapat dipandang sebagai suatu strategi untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang dapat dipergunakan oleh organisasi untuk mempertahankan legitimasinya. Perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kontrak sosial dengan masyarakat di sekitarnya.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahapan berikutnya akan mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut (Harsanti, 2011).

### 2.1.2 Teori Penetapan Agenda (*Agenda Setting*)

Penelitian empiris teori ini dilakukan McCombs and Shaw pada penelitian pertamanya (1972) yang menjelaskan bahwa *Agenda setting* merupakan penciptaan kesadaran publik dan pemilihan isu- isu mana yang dianggap penting melalui sebuah tayangan berita. Dua asumsi mendasar dari teori ini adalah,

- 1) pers dan media tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya, melainkan mereka membentuk dan mengkonstruksi realitas tersebut.
- 2) media menyediakan beberapa isu dan memberikan penekanan lebih kepada isu tersebut yang selanjutnya memberikan kesempatan kepada publik untuk menentukan isu mana yang lebih penting dibandingkan dengan isu lainnya.

Sedikit banyaknya media memberikan pengaruh kepada publik mengenai isu mana yang lebih penting dibandingkan dengan isu lainnya. Salah satu aspek yang paling penting dari konsep *agenda setting* ini adalah masalah waktu pembingkaiannya fenomena-fenomena tersebut. Artinya bahwa tiap-tiap media memiliki potensi-potensi *agenda setting* yang berbeda-beda satu sama lainnya. Pendekatan ini dapat membantu kita untuk menganalisa kecenderungan-kecenderungan suatu media misalnya dalam hal komunikasi politik mereka (Cohen, 1963).

Meningkatnya suatu topik berita pada media massa menyebabkan meningkatnya arti penting topik tersebut bagi publik (Nuruddin, 2007). Selain itu dalam studinya, McCombs dan Shaw (1972) dalam Afdjani (2010) menemukan bahwa media sangat berpengaruh dalam menceritakan apa yang harus

dipikirkan pembaca dan pemirsa, dan mereka menciptakan istilah penetapan agenda untuk menggambarkan proses ini. Penelitian ini juga menemukan bahwa surat kabar turut menentukan apa yang dianggap penting oleh masyarakat.

Publik bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Afdjani (2010) dalam studinya mengatakan Teori *Agenda Setting* dimulai dengan suatu asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Secara selektif, “*gatekeepers*” seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan sendiri menentukan mana yang pantas diberitakan dan mana yang harus disembunyikan. Setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruang dalam surat kabar, waktu pada televisi dan radio) dan cara penonjolan (ukuran judul, letak pada surat kabar, frekuensi penayangan, posisi dalam surat kabar, posisi dalam jam tayang) (Imaduddin, 2010).

Dampak media massa, kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu, telah dijuluki sebagai fungsi *agenda setting* dari komunikasi massa. Disinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita. Tapi yang jelas *Agenda Setting* telah membangkitkan kembali minat peneliti pada efek komunikasi massa. Teori yang menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta

perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Dalam studi (Imaduddin, 2010) dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan agenda adalah :

1. Masyarakat pers dan mass media tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan membentuk isu;
2. Konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain; Salah satu aspek yang paling penting dalam konsep penentuan agenda adalah peran fenomena komunikasi massa, berbagai media massa memiliki penentuan agenda yang potensial berbeda termasuk intervensi dari pemodal “Pers mungkin tidak berhasil banyak waktu dalam menceritakan orang-orang yang berpikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berpikir tentang apa” – (Bernard C. Cohen, 1963 dalam Wikipedia Indonesia, 2011)

Dalam studi berikutnya tentang *Agenda Setting*, McCombs dan Shaw (1972) dalam Imaduddin (2010) menunjukkan hubungan di antara beberapa surat kabar tertentu dan pembacanya dalam isu-isu yang dianggap penting oleh media dan publik. Jenjang pentingnya isu publik ini disebut sebagai *salience*. Akan tetapi, studi ini sendiri bukanlah *Agenda Setting* seperti yang kita maksudkan, karena arah penyebabnya tidaklah jelas. Baik media ataupun publik bisa saja menimbulkan kesepakatan tentang jenjang isu-isu publik.

Selain itu, studi ini masih berupa suatu perbandingan umum, bukan perbandingan individual, seperti yang ditetapkan dalam hipotesis *Agenda Setting* ini. McCombs dan Shaw (1972) dalam Imaduddin (2010) mengakui keterbatasan ini dalam studinya dan mengungkapkan bahwa “penelitian-penelitian lain harus meninggalkan konteks sosial yang umum dan memakai konteks psikologi sosial yang lebih spesifik”. Sayang sekali saran ini tidak sepenuhnya diikuti dalam hampir seluruh penelitian agenda setting yang dilakukan kemudian (Becker, 1982 dalam Imaduddin, 2010). Di pihak lain, studi-studi berikutnya tentang *Agenda Setting* berhasil menetapkan urutan waktu dan arah penyebab. Dalam kondisi tertentu, peneliti menunjukkan bahwa media massa benar-benar dapat menentukan agenda bagi masyarakat yang spesifik, paling tidak pada suatu tingkat agregatif (cf. Shaw dan McCombs, 1977 dalam Imaduddin, 2010).

McLeod et al. (1974) dalam Teddy (2008) membandingkan agenda pembaca-pembaca sebuah surat kabar dengan pembaca-pembaca surat kabar lain di Madison, Wisconsin. Dari pengamatan ini ia dapat menunjukkan bahwa dalam batas-batas tertentu ada perbedaan di antara keduanya. Dalam pemberian suara, media ternyata tidak menunjukkan efek pada pemilih muda, yang baru pertama kali memberikan suaranya dan hanya sedikit mempengaruhi pemilih yang lebih tua.

Pembagian lebih lanjut kelompok pemilih muda ini menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil menunjukkan bahwa mereka yang memiliki predisposisi partisan akan lebih dipengaruhi oleh agenda media. Akan tetapi, keterbatasan besar

yang dihadapi penelitian ini disebabkan oleh liputan isu-isu publik surat kabar-surat kabar itu hampir sama.

McCombs dan Shaw, penetapan agenda hipotesis adalah salah satu yang relatif mudah. Khusus, "*agenda-setting* adalah proses di mana media berita memimpin masyarakat dalam menetapkan kepentingan relatif untuk berbagai isu publik" (Zhu dan D Blood, 1997 dalam Rizha, 2010). Agenda media mempengaruhi agenda publik tidak dengan mengatakan "masalah ini penting" dalam sebuah cara terang-terangan, tetapi dengan memberikan lebih banyak ruang dan waktu untuk masalah itu dan dengan memberikan lebih menonjol ruang dan waktu. Artinya, jika berita utama dari koran, pers dan kisah utama tentang semua siaran televisi menyoroti sebuah penelitian yang menggembar-gemborkan yang menghafal kolesterol dalam meningkatkan penyakit jantung, masalah ini mungkin harus dilihat sebagai item penting pada agenda publik.

McCombs dan Shaw (1972) dalam Rizha (2010) investigasi fenomena ini cukup lurus ke depan. Para peneliti ini pertama melakukan analisis isi surat kabar dan liputan televisi pemilihan presiden tahun 1968. Analisis isi ini dianggap sebagai waktu dan ruang yang diberikan kepada berbagai isu (misalnya, kebijakan luar negeri, hukum dan ketertiban, kesejahteraan umum, hak-hak sipil, dan kebijakan fiskal) dan menjabat sebagai sebuah representasi dari agenda media. McCombs dan Shaw kemudian melakukan interview 100 pemilih di Chapel Hill, North Carolina, area, dan bertanya kepada mereka apa yang mereka percayai isu-isu yang paling penting.

Efek dari model agenda setting terdiri atas efek langsung dan efek lanjutan (subsequent effects). Efek langsung berkaitan dengan isu: apakah isu itu ada atau tidak ada dalam agenda publik; dari semua isu, mana yang dianggap paling penting menurut publik; sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan seperti memilih kontestan pemilu atau aksi protes (Elvinaro, dkk, 2007:77).

Studi-studi ini menunjukkan bahwa *agenda setting* oleh media massa dapat terjadi dalam beberapa kondisi. Akan tetapi, kondisi yang berlaku di negara industri dan di negara sedang berkembang mungkin berbeda. Riset tentang agenda setting oleh media di negara-negara berkembang masih perlu dilakukan, karena kebanyakan studi tentang *agenda setting* yang ada telah dilakukan di Eropa dan Amerika Serikat.

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility**

Pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan sekedar *trend social*, namun merupakan sinergi dari upaya yang berkelanjutan untuk menginformasi program-program sosial demi menciptakan ekonomi yang lebih ramah lingkungan dengan melibatkan para pelaku

pembangunan untuk bekerjasama dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.

Permasalahan lingkungan hidup merupakan salah satu subjek dan tidak bisa berdiri sendiri, namun berkaitan dengan persoalan-persoalan lain seperti kemiskinan, *good corporate governance*, ekonomi, dan sosial. Oleh karena itu, penanganannya membutuhkan kontribusi dari berbagai pihak, baik pemerintah, dunia usaha, maupun kelompok atau komunitas masyarakat yang peduli terhadap lingkungan hidup.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut *CSR Disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackson dan Milne, 1996 dalam Sembiring, 2005). Program CSR dalam jangka pendek tidak memberikan keuntungan sehingga banyak perusahaan yang enggan untuk melaksanakan program CSR. Manfaat CSR (Tanaya 2004, dalam Nurmansyah, 2008) sebagai berikut daya saing berkelanjutan, peluang bisnis, menarik investor, kerjasama dengan komunitas, menghindari krisis akibat *malpraktik* CSR, dukungan pemerintah.

Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Adanya *CSR Disclosure*, mengindikasikan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri tetapi juga bertanggung jawab kepada masyarakat dan pihak-pihak terkait atas akibat yang ditimbulkan dari

aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 revisi 1998 dalam Hapsari, 2009 paragraf kesembilan menyatakan:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana factor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Darwin (2004) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal dan Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut.:

- a. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- b. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.

- c. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
- d. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- e. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll

Menurut ISO 26000 Karakteristik dari *Social Responsibility* adalah kemauan sebuah organisasi untuk mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab atas dampak dari keputusan serta aktivitas yang mempengaruhi masyarakat dan lingkungan.

Dari penelitian yang dilakukan oleh CECT (*Center Entrepreneurship, Change and Third Sector*), Universitas Trisakti di Indonesia, CSR memiliki beberapa tingkatan berdasarkan ruang lingkup dan kompleksitasnya, yaitu :

1. Kepatuhan terhadap semua hukum yang ada
2. CSR dalam bentuk Filantropi
3. CSR dalam bentuk *Community Development*
4. CSR dimana perusahaan mengandung dampak negatif yang timbul dari bisnisnya dan meningkatkan dampak positif bisnisnya.
5. CSR sebagai suatu sistem yang terintegrasi dalam perencanaan bisnis perusahaan (Radyati, 2010 dalam Pedoman CSR KLH, 2011)

Berdasarkan tingkatan tersebut, perusahaan sangat dianjurkan melakukan kegiatan CSR yang melampaui kepatuhan terhadap semua hukum (*beyond compliance*). Dalam melaksanakan kegiatan CSR sangat dianjurkan perusahaan

melibatkan komunitas setempat, sehingga kegiatan CSR tersebut menghasilkan dampak positif tidak hanya untuk internal tetapi juga eksternal perusahaan. Kegiatan melibatkan langsung komunitas di wilayah perusahaan berada selama ini dikenal dengan nama CD atau Comdev.

#### **2.1.4 Pengungkapan Lingkungan**

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1998 dalam Saputro, 2006). Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*), yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Tujuan pengungkapan kategorikan menjadi dua yaitu:

- 1) *protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor,
- 2) *informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk *et al.*, 2006).

Akuntansi lingkungan juga bisa disebut sebagai akuntansi hijau (*green accounting*). Djogo (2006) mendefinisikan akuntansi lingkungan (*environmental accounting*) sebagai istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*environmental costs*) ke dalam praktek akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biaya lingkungan adalah dampak (*impact*) baik moneter maupun *non*

moneter yang harus dipikul sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan. Jadi, akuntansi lingkungan hidup adalah metodologi untuk menilai biaya dan manfaat dari sebuah kegiatan lingkungan untuk mengurangi dampak lingkungan. Hasil akuntansi ini digunakan oleh para pimpinan perusahaan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan perbaikan lingkungan. Tujuan dari penerapan akuntansi lingkungan ini adalah sebagai berikut :

- a. Akuntansi lingkungan merupakan sebuah alat manajemen lingkungan. Sebagai alat manajemen lingkungan akuntansi lingkungan digunakan untuk menilai keefektifan kegiatan konservasi berdasarkan ringkasan dan klasifikasi biaya konservasi lingkungan. Data akuntansi lingkungan juga digunakan untuk menentukan biaya fasilitas pengelolaan lingkungan, biaya konservasi lingkungan keseluruhan dan juga investasi yang diperlukan untuk kegiatan pengelolaan lingkungan. Selain itu akuntansi lingkungan juga digunakan untuk menilai tingkat keluaran dan capaian tiap tahun untuk menjamin perbaikan kinerja lingkungan yang harus berlangsung terus menerus.
- b. Akuntansi lingkungan sebagai alat komunikasi dengan masyarakat (publik). Sebagai alat komunikasi dengan publik, akuntansi lingkungan digunakan untuk menyampaikan dampak negatif lingkungan, kegiatan konservasi lingkungan dan hasilnya kepada publik. Tanggapan dan pandangan terhadap akuntansi lingkungan dari para pihak, pelanggan dan masyarakat digunakan sebagai umpan balik untuk merubah pendekatan perusahaan dalam pelestarian atau pengelolaan lingkungan.

Menurut *United States Environment Protection Agency* (US EPA, 1996 di dalam Putra, 2008), mengemukakan bahwa fungsi utama dari akuntansi lingkungan adalah :

*“an important function of environmental accounting is to bring environmental cost to the attention of corporate stakeholders who may be able and motivated to identify ways of reducing or avoiding those cost while at the same time improving environmental quality”.*

Akuntansi lingkungan menyediakan informasi bagi kepentingan internal dan eksternal. Bagi pihak internal akuntansi lingkungan membantu manajemen dalam pengambilan keputusan mengenai penetapan harga, pengendalian *overhead*, dan pembelanjaan, sedangkan bagi pihak eksternal akuntansi lingkungan memberikan dan mengungkapkan informasi lingkungan yang berhubungan dengan kepentingan publik dan komunitas keuangan.

Tujuan dari akuntansi lingkungan adalah untuk meningkatkan jumlah informasi relevan yang dibuat bagi mereka yang memerlukan atau dapat menggunakannya. Keberhasilan akuntansi lingkungan tidak hanya tergantung pada ketetapan dalam menggolongkan semua biaya-biaya yang dibuat perusahaan, tetapi juga pada kemampuan dan keakuratan data akuntansi perusahaan dalam menekan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktifitas perusahaan. Tujuan lain dari pentingnya pengungkapan akuntansi lingkungan berkaitan dengan kegiatan-kegiatan konservasi lingkungan oleh perusahaan maupun organisasi lainnya yaitu mencakup kepentingan organisasi publik dan perusahaan-perusahaan publik yang bersifat lokal. Pengungkapan ini penting terutama bagi para stakeholders untuk dipahami, dievaluasi

dan analisis sehingga dapat member dukungan bagi usaha mereka. Oleh karena itu, akuntansi lingkungan selanjutnya menjadi dua bagian dari suatu sistem sosial perusahaan (Haryanto, 2009).

Kehadiran akuntansi lingkungan adalah untuk menyempurnakan atau menutupi keterbatasan/kelemahan yang terjadi dalam praktek akuntansi konvensional saat ini. Dalam sistem akuntansi lingkungan, manajemen harus mengidentifikasi, mengklasifikasikan, mengukur dan mengungkapkan biaya lingkungan, serta mengevaluasi kinerja manajemen/pengelola lingkungan secara berkelanjutan untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Coopers et. al. (1998) dalam Idris (2013) mengemukakan bahwa akuntansi lingkungan dapat menjadi alat yang berguna dalam pengambilan keputusan bisnis untuk mencapai profitabilitas dan kesuksesan. Kesuksesan atau keberhasilan akuntansi lingkungan sangat tergantung pada beberapa kondisi, yaitu (1) implementasi dan integrasi akuntansi lingkungan ke dalam praktek-praktek kerja/bisnis secara rutin, dan (2) indentifikasi dan penggunaan data yang tepat dalam pengambilan keputusan-keputusan bisnis. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa akuntansi lingkungan mampu menyediakan informasi lingkungan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam bentuk kinerja lingkungan (*environmental performace*).

Ada dua sifat pengungkapan yaitu pengungkapan yang didasarkan pada ketentuan atau standar (*required/ regulated/ mandatory disclosure*) dan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Perusahaan bersedia melakukan pengungkapan sukarela, meski menambah *cost* perusahaan untuk

memenuhi keinginan *stakeholder* atau meningkatkan citra perusahaan. Manfaat dari pengungkapan sukarela yang diperoleh perusahaan antara lain meningkatkan kredibilitas perusahaan, membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen, menarik perhatian analis meningkatkan akurasi pasar, menurunkan ketidaksimetrisan informasi pasar dan menurunkan kejutan pasar (Na'im, 2006).

*Disclosure* lingkungan dalam praktik seiring dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kepedulian lingkungan dan semakin diaturnya masalah lingkungan dalam bentuk undang-undang, maka jumlah *disclosure* lingkungan dalam *annual reports* meningkat sejak 1989 (Dahlan, 2003). Sedangkan menurut survey KPMG, selama 1994-1995 perusahaan-perusahaan yang men-*disclose* lingkungan di United Kingdom semakin meningkat, tetapi kurangnya standar atau pedoman, bersamaan dengan adanya ketidakpastian kepada siapa *disclose* lingkungan tersebut ditujukan, membuat pelaporan isu lingkungan tersebut sangat bervariasi (Hackston, 1996).

Dari sisi manajemen, luasnya *disclose* kewajiban lingkungan berhubungan dengan 4 faktor, yaitu (1) peraturan, termasuk tindakan pemaksaan, (2) peradilan dan negosiasi, (3) implikasi pasar modal, dan (4) pengaruh peraturan yang lain. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa seiring dengan semakin banyaknya peraturan-peraturan dan pemaksaan hukum, jumlah *disclose* isu lingkungan semakin meningkat, tetapi karena pedomannya belum jelas dan kepada siapa *disclose* tersebut ditujukan, maka *disclose* isu lingkungan masih sangat variatif. Untuk itu perlu

pedoman yang jelas dalam pelaporan lingkungan beserta menentukan secara jelas siapa pengguna isu lingkungan yang sebenarnya (Kumalahadi, 2000).

### **2.1.5 Insiden Lingkungan dan Media Massa**

Manusia membutuhkan lingkungan untuk hidup, demikian pula lingkungan membutuhkan manusia untuk menjaga keseimbangannya. Manusia sebagai salah satu makhluk hidup yang diciptakan Tuhan dengan kesempurnaan memiliki peran besar dalam menentukan kelestarian lingkungan hidup. Manusia sebagai makhluk ciptaan Tuhan yang berakal budi mampu merubah wajah dunia dari pola kehidupan sederhana sampai ke bentuk kehidupan modern seperti sekarang ini. Namun sayang, seringkali apa yang dilakukan manusia tidak diimbangi dengan pemikiran akan masa depan kehidupan generasi berikutnya. Banyak kemajuan yang diraih oleh manusia membawa dampak buruk terhadap kelangsungan lingkungan hidup. Dampak tersebut memungkinkan terjadinya insiden lingkungan yang umumnya disebabkan oleh aktivitas operasi perusahaan yang memanfaatkan hasil alam untuk kegiatan perusahaannya. Beberapa bentuk kerusakan lingkungan hidup karena faktor manusia, antara lain:

- a. Terjadinya pencemaran (pencemaran udara, air, tanah, dan suara) sebagai dampak adanya kawasan industri.
- b. Terjadinya banjir, sebagai dampak buruknya drainase atau sistem pembuangan air dan kesalahan dalam menjaga daerah aliran sungai dan dampak pengrusakan hutan.
- c. Terjadinya tanah longsor, sebagai dampak langsung dari rusaknya hutan.

Beberapa ulah manusia yang baik secara langsung maupun tidak langsung membawa dampak pada kerusakan lingkungan hidup antara lain:

- a. Penebangan hutan secara liar (penggundulan hutan)
- b. Perburuan liar.
- c. Merusak hutan bakau.
- d. Penimbunan rawa-rawa untuk pemukiman.
- e. Pembuangan sampah di sembarang tempat.
- f. Bangunan liar di daerah aliran sungai (DAS).
- g. Pemanfaatan sumber daya alam secara berlebihan di luar batas.

Ketika terjadi persoalan lingkungan, baik yang berupa bencana alam maupun kerusakan lingkungan akibat ulah manusia, memang tidak hanya menyangkut lingkungan belaka, namun aspek lain seperti ekonomi, sosial, hukum, dan politik juga terimbas. Media dituntut untuk memiliki kejelian dalam memfokuskan diri pada akar utama penyebab bencana, tindakan mitigasi lingkungan, dan rehabilitasi yang dapat diupayakan dalam kasus tersebut.

Media harus mampu memisahkan diri dari kepentingan-kepentingan kelompok tertentu yang seringkali ikut bermain dalam kasus lingkungan, Kejahatan terhadap lingkungan dapat dilakukan oleh individu maupun korporasi, bahkan kelompok penguasa. Apabila media massa gagal dalam menjalankan jurnalisme lingkungan, maka hal tersebut menjadi bencana bagi lingkungan itu sendiri.

Praktik pelaporan lingkungan oleh media berkembang pada tahun 1980an, ketika insiden lingkungan banyak terjadi di negara-negara barat. Pada saat itu

bencana lingkungan dalam skala besar terjadi di berbagai belahan dunia, limbah merkuri di perairan Ontario, hujan asam, rusaknya habitat burung akibat penggunaan pestisida, hingga insiden nuklir di kota Chernobyl, Ukraina yang menyebabkan lebih dari lima juta orang terpapar radiasi zat radioaktif penyebab kanker.

Sejak itu, kesadaran akan pentingnya menyajikan liputan yang dapat menggugah kesadaran terhadap bahaya lingkungan mulai muncul di kalangan media massa. Dalam membuat liputan peristiwa-peristiwa di atas, media dibanjiri informasi dari seluruh aspek yang berkaitan dengan persoalan tersebut, mulai dari aspek sosial, hukum, ekonomi, maupun politik. Akan tetapi, aspek lingkungan yang menjadi akar persoalan justru tidak banyak disentuh karena ketidakmampuan jurnalis memahami persoalan lingkungan secara komprehensif (Pojok Komunika : "Praktik Jurnalisme Lingkungan oleh Harian Jawa Pos").

Menurut Anderson (Fajar, 2011 dalam Puspita, 2012), jurnalisme lingkungan merupakan jurnalisme konvensional yang harus taat etika dan menyampaikan fakta tetapi bertitik tekan pada kasus lingkungan hidup. Jurnalisme ini sadar etika lingkungan yaitu;

1. Informasi yang relevan dengan latar belakang kasus lingkungan,
2. Materi berita yang sering menjernihkan situasi atau menjadi mediasi (dalam istilah McLuhan sebagai *extension of man*) dan
3. Memperhatikan risiko pemberitaan dari kasus lingkungan hidup.

Pemahaman tentang lingkungan sangat penting untuk dihadirkan media. Pemahaman tentang lingkungan dapat terjadi ketika masyarakat tidak hanya sekedar

tahu tentang apa yang terjadi di lingkungan, fisik ataupun budaya, namun juga dapat menemukan solusi untuk isu-isu lingkungan. Sebagai salah satu sumber informasi yang dipercaya, media tidak sekedar memberitakan namun juga paham akan efek dari pemberitaannya. Keberlangsungan lingkungan, ekosistem dan masyarakat sebenarnya tidak lepas pula dari apa yang diinformasikan media. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat memperoleh informasi dan pengetahuan yang mereka butuhkan dengan liputan media massa melalui jurnalisme lingkungan.

#### **2.1.6 Laporan Berkelanjutan (*Sustainability Reporting*)**

CSR diartikan sebagai suatu tindakan etis atau tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholders. Tindakan etis atau tanggung jawab tersebut dimaksudkan agar mendapat penerimaan dari masyarakat luas. Tanggung jawab sosial meliputi aspek sosial dan lingkungan, dalam hal ini aspek ekonomi telah tercakup dalam aspek sosial. *Stakeholders* terdiri dari pihak dalam dan luar perusahaan. Tujuan utama dari tanggung jawab sosial adalah untuk meningkatkan standar hidup, tanpa mengesampingkan pencapaian keuntungan untuk semua pihak baik yang berada di dalam ataupun di luar perusahaan. Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Perusahaan dituntut oleh *stakeholders* kunci seperti karyawan, pemegang saham dan konsumen untuk transparan atas visi/misi, prinsip, tujuan dan kinerjanya dalam segala dimensi pembangunan berkelanjutan. *Sustainability reporting* adalah usaha dari suatu organisasi (perusahaan) dalam memproduksi dan mempublikasikan

*sustainability report* (SR). SR – menurut *World Business Council for Sustainable Development* – bisa didefinisikan sebagai laporan publik dimana perusahaan memberikan gambaran posisi dan aktivitas perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan dan sosial kepada *stakeholder* internal dan eksternalnya (WBCSD, 2002:7). Dengan demikian, *sustainability report* idealnya mengintegrasikan tiga bentuk laporan sebelumnya (keuangan, sosial dan lingkungan).

Laporan berkelanjutan (*sustainable reporting*) perusahaan memasukkan unsur-unsur transparansi dan akuntabilitas melalui implementasi pelaksanaan aktifitas perusahaan yang melibatkan 3 unsur, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Bahkan di Jepang, Perancis, dan Belanda, pemerintahnya sudah mewajibkan perusahaan mengeluarkan laporan berkelanjutan, khususnya perusahaan publik dan perusahaan yang dinilai punya kegiatan berdampak besar bagi lingkungan.

Jayaningrat (2012) mengungkapkan bahwa di Indonesia masih sedikit sekali yang sudah menerapkan *Sustainable Reporting* atau laporan berkelanjutan sebagai pendamping laporan keuangan. Hal ini dikarenakan belum adanya standar laporan yang diterima secara umum, meskipun di luar negeri sudah ada pedoman penyusunan laporan berkelanjutan yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) sebuah organisasi nirlaba yang mempromosikan keberlanjutan ekonomi, kinerja lingkungan, sosial dan pemerintahan. Penyusunan laporan berkelanjutan penting karena di masa datang, investor dan pembeli produk, terutama Eropa dan Amerika, meminta kelengkapan dokumen yang berpihak pada kelestarian lingkungan dan sumberdaya alam. Dengan demikian, penyusunan laporan ini akan menjadi keharusan

dan akan meningkatkan performance dari perusahaan sehingga akan meningkatkan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang, Selain itu, penyusunan laporan berkelanjutan akan menjadi sebuah panduan penilaian kinerja perusahaan.

#### **2.1.6.1 Teknik Pelaporan**

Berdasarkan ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility, sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Berdasarkan *Sustainability Reporting Guidelines* (2002:23) yang dikeluarkan oleh GRI, prinsip-prinsip yang harus dipenuhi dalam teknik pelaporan dikelompokkan dalam 4 bagian, yaitu :

- 1) Membentuk kerangka pelaporan (*transparency, inclusiveness, auditability*)
- 2) Melaporkan mengenai isi pelaporan (*completeness, relevance, sustainability context*)
- 3) Melaporkan mengenai ketersediaan dari laporan (*clarity, timeliness*)

Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*, yaitu

konsep pembangunan dimana untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sekarang tidak boleh mengganggu kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka dimasa yang akan datang.

Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line* yang terdiri atas aspek finansial (*profit*), aspek sosial (*people*), dan aspek lingkungan (*planet*) yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis yang dibangun haruslah menguntungkan tidak hanya bagi perusahaan tetapi bermanfaat juga bagi manusia/pekerja, dan lingkungannya. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya 3 dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. GRI *Guidelines* Versi 3 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standard *disclosures*. Dari ketiga dimensi tersebut diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu: ekonomi, lingkungan, praktik tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

#### **2.1.6.2 Prinsip *Global Reporting Initiative***

Dalam mengungkapkan praktik CSR-nya, perusahaan dapat memilih standar yang telah diterbitkan oleh beberapa organisasi internasional yang disebutkan di atas. Beberapa standar yang telah diterbitkan di antaranya *Global Reporting Initiative* (GRI) dan *Coalition for Environmentally Responsible Economics* (CERES) Report (Jose dan Lee, 2006). Salah satu sarana yang cukup signifikan yang dapat dimanfaatkan untuk menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan adalah dengan

menggunakan kerangka kerja pelaporan yang dihasilkan oleh *Global Reporting initiatives* (GRI). Dengan kerangka pelaporan ini, perusahaan akan merencanakan, melaksanakan, dan melaporkan kegiatan terkait tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih komprehensif dan terintegrasi dengan proses bisnis dengan cakupan yang lebih luas dari saat ini dilakukan banyak perusahaan.

Laporan keberlanjutan yang disusun berdasarkan Kerangka Pelaporan GRI mengungkapkan keluaran dan hasil yang terjadi dalam suatu periode laporan tertentu dalam konteks komitmen organisasi, strategi, dan pendekatan manajemennya (GRI *Guidelines* versi 3, 2006). Laporan dapat digunakan untuk tujuan berikut, di antaranya:

- a. Patok banding dan pengukuran kinerja keberlanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela;
- b. Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan berkelanjutan; dan
- c. Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu.

Selain itu Tampubolon (2010) menyatakan bahwa laporan yang lebih dikenal dengan *Sustainability Reporting*, melaporkan kinerja dari aspek ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Pedoman pelaporannya terdiri dari :

- 1) Prinsip dan petunjuk pelaporan GRI adalah mencakup:

- a. Pendefinisian tentang apa yang akan dilaporkan, didasarkan pada materialitas, inklusivitas pemangku kepentingan, konteks keberlanjutan, dan kelengkapan
  - b. Kualitas pelaporan yang terdiri dari aspek: keseimbangan, komparabilitas, akurasi, ketepatan waktu, kejelasan, dan keandalan
  - c. Penentuan batasan pelaporan terkait dengan batasan organisasi yang kinerjanya dilaporkan
- 2) Pengungkapan standar menyajikan hal-hal yang harus dilaporkan setelah ditetapkan isi laporan, yaitu terkait dengan:
- a. Strategi, profil organisasi, dan *governance*
  - b. Pendekatan manajemen tentang bagaimana organisasi mengatasi sesuatu topik terkait dengan kinerjanya
  - c. Indikator kinerja yang menggambarkan kinerja ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial

Indikator kinerja terdiri dari indikator kinerja inti dan tambahan yang meliputi kategori ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Indikator inti adalah indikator yang umumnya dapat diterapkan dan dipandang material oleh semua organisasi. Indikator kinerja tambahan adalah indikator yang material buat organisasi tertentu tetapi tidak penting bagi organisasi lainnya.

Indikator kinerja untuk kategori ekonomi meliputi:

- a. Kinerja ekonomi, yang menggambarkan kinerja keuangan yang dihasilkan dan dibagikan, implikasi keuangan karena perubahan iklim, cakupan benefit plan, dan bantuan pemerintah
- b. Kehadiran pasar (*Market Presence*), yang menggambarkan rasio upah standar untuk entry level per jenis kelamin terhadap upah minimum regional, proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal, dan proporsi manajer senior yang berasal dari masyarakat lokal,
- c. Dampak ekonomi tidak langsung, yang menggambarkan investasi dan layanan infrastruktur bagi publik dan penjelasan terkait dampak ekonomi tidak langsung

Indikator kinerja untuk kategori lingkungan hidup meliputi:

- a. Bahan baku, yang menggambarkan volume dan berat bahan baku yang digunakan serta prosentasi penggunaan bahan baku daur ulang
- b. Energi, yang menggambarkan konsumsi energi langsung (per energi primer), konsumsi energi tak langsung, penghematan energi dari konservasi dan efisiensi, inisiatif penggunaan produk hemat energi dan energi terbarukan, dan inisiatif pengurangan konsumsi energi tak langsung

- c. Air, yang menggambarkan pengambilan air dan pengaruhnya kepada sumber air, prosentase dan volume penggunaan air daur ulang
- d. *Biodiversity*, yang menggambarkan kinerja terkait upaya melindungi area dekat lokasi usaha yang memiliki biodiversity yang tinggi
- e. Emisi, gas buang, dan limbah yang menggambarkan kinerja perusahaan dalam menekan emisi, gas buang, dan limbah termasuk penanganan spill
- f. Ketaatan yang diukur dari besarnya denda yang dibayar perusahaan karena pelanggaran aturan terkait lingkungan hidup
- g. Transportasi yang menggambarkan dampak lingkungan hidup dari pengiriman bahan baku dan produk yang dihasilkan

Indikator kinerja untuk kategori sosial meliputi:

- a. Ketenagakerjaan, yang menggambarkan kinerja perekrutan, hubungan dengan buruh/pekerja, keselamatan dan kesehatan pekerja, pendidikan dan pelatihan, peluang yang sejajar, remunerasi wanita dan pria yang sejajar
- b. Hak asasi manusia, yang menggambarkan kinerja kontrak pengadaan/investasi yang memasukkan unsur HAM, upaya perusahaan untuk abolisi pegawai anak-anak, prosentase

petugas sekuriti yang dilatih aspek HAM, jumlah insiden dengan penduduk asli, penanganan keluhan terkait HAM

- c. Masyarakat (*society*), yang menggambarkan upaya perusahaan melibatkan masyarakat setempat dan upaya pencegahan atau mitigasi yang diterapkan pada kegiatan berdampak negatif pada masyarakat sekitar, upaya penanganan dan pencegahan tindakan korupsi, dan praktik-praktik anti monopoli/persaingan usaha yang sehat
- d. Tanggung jawab produk, yang mengukur kinerja perusahaan terkait keamanan produk dari aspek kesehatan, pelabelan produk, komunikasi pemasaran (termasuk sponsorship), dan kerahasiaan data pelanggan

### **2.1.7 Standar Pengungkapan Informasi Sosial dan Lingkungan di Indonesia**

Pada tahun 2003 dikeluarkan UU No19/2003 tentang BUMN. Pada tahun ini konsep CSR dimaknai sebagai sebuah usaha untuk peningkatan pelaku usaha kecil menengah. Sejumlah keputusan menteri memperjelas teknik pelaksanaan dari UU ini. Keputusan Menteri BUMN No Kep-236/MBU/2003 melahirkan istilah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diperkuat dengan surat edaran Menteri BUMN No SE-433/MBU/2003 yang mensyaratkan agar BUMN memiliki unit tersendiri untuk mengawal pelaksanaan PKBL.

Selain itu Pemerintah menganjurkan praktik tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sebagaimana dimuat Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang

Perseroan Terbatas Bab IV pasal 66 ayat 2b dan Bab V pasal 74. Menteri Badan Usaha Milik Negara lewat keputusan Nomor KEP-04/MBU/2007 yang merupakan penyempurnaan dari surat Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan memberikan arahan secara lebih operasional tentang praktik tanggungjawab sosial (*social responsibility*).

Dalam praktiknya, banyak perusahaan di Indonesia yang saat ini telah mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Namun, di lain pihak masih banyak juga yang belum mengungkapkannya karena Bappepam sebagai organisasi pengawas pasar modal dan IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) sebagai badan profesi Akuntansi di Indonesia belum sepenuhnya mewajibkan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan tersebut.

Ikatan Akuntan Indonesia telah menyusun suatu standar pengungkapan akuntansi lingkungan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 32 dan 33. Kedua PSAK ini mengatur tentang kewajiban perusahaan dari sektor pertambangan dan pemilik Hak Pengusaha Hutan (HPH) untuk melaporkan item-item lingkungannya dalam laporan keuangan. Selain kewajiban yang tertuang di dalam PSAK 32 (Akuntansi Kehutanan) dan 33 (Akuntansi Pertambangan Umum) tersebut, Indonesia telah memiliki suatu kerangka kerja untuk konservasi lingkungan. Peraturan ini sebagai landasan dan petunjuk dalam menyusun laporan akuntansi lingkungan (*Environment Accounting*).

Peraturan tentang Manajemen Lingkungan tahun 1982, yang kemudian direvisi tahun 1997, telah menyediakan suatu legalitas untuk mengawasi dan memaksa dipatuhinya regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah tersebut. Sejak tahun 1986 pihak pemerintah melalui BAPEDAL, yang resmi berdiri tahun 1990, telah melakukan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL). Selain itu juga, agen-agen yang bertujuan untuk mengendalikan dampak lingkungan berdiri semarak di Indonesia di bawah lembaga nonpemerintah (NGO). Tidak kurang dari 40 NGO baik yang lokal, maupun yang internasional terdaftar di KLH. Dan mereka semua adalah pihak-pihak yang memiliki atensi terhadap lingkungan.

Lebih jauh lagi, suatu nota kesepahaman (MoU) antara KLH dengan BI telah ditandatangani tahun 2005 yang lalu sebagai tindak lanjut dari Peraturan Bank Indonesia No. 7/2/PBI/2005 tentang penetapan peringkat kualitas aktiva bagi bank umum. Aspek lingkungan menjadi salah satu variabel penentu dalam pemberian kredit dan kinerja lingkungan yang dikeluarkan oleh KLH melalui PROPER adalah tolok ukur mereka. PROPER menggunakan standar pengukur kualitas limbah perusahaan dengan teknis tertentu. Dengan memiliki lima peringkat (hitam, merah, biru, hijau dan emas) perusahaan akan diperingkat berdasarkan kualitas limbah perusahaannya. Sehingga kedepannya, setiap perusahaan yang ingin mendapatkan kredit perbankan, harus memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan. Nota kesepahaman ini adalah harapan baru bagi pencerahan kondisi lingkungan hidup di Indonesia.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang pengungkapan lingkungan perusahaan kebanyakan berfokus pada hubungannya dengan CSR dan *Good Corporate Governance*. Banyak penelitian tentang pelaporan lingkungan perusahaan dilakukan oleh peneliti di luar negeri. Berikut ini adalah contoh penelitian yang berkaitan dengan inisiatif perusahaan dalam melaporkan informasi lingkungan tahunannya yang berkaitan dengan insiden lingkungan yang disebabkan oleh perusahaan tersebut.

(Hogner, 1982; Patten, 1991, 1992; Deegan et al, 2000.), meneliti apakah insiden tidak terduga sosial dan insiden lingkungan mempengaruhi perilaku pengungkapan perusahaan dalam konteks negara-negara maju. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa ancaman yang timbul secara spesifik dari insiden sosial dan lingkungan mempengaruhi praktek pengungkapan perusahaan tertentu dan perusahaan lainnya dalam industri yang sama.

Patten (1991) meneliti apakah pengungkapan sukarela sosial perusahaan yang dimasukkan dalam laporan tahunan pada 128 sampel perusahaan AS pada tahun 1985 dikarenakan oleh adanya tekanan publik atau karena kepentingan profitabilitas perusahaan. Patten (1991) menemukan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan oleh sampel perusahaan-perusahaan AS tersebut berkaitan dengan adanya tekanan kebijakan publik dan bertentangan dengan kepentingan profitabilitas. Di lain studi, Patten (1992) meneliti efek dari tumpahan minyak Exxon Valdez pada tahun 1989 terhadap praktik pengungkapan laporan lingkungan tahunannya. Sebuah peningkatan

signifikan dari pengungkapan lingkungan oleh Exxon ditemukan dalam penelitian pada waktu itu.

Walden dan Schwartz (1997) menyelidiki praktek pengungkapan lingkungan bagi perusahaan-perusahaan yang dipilih dalam empat industri, termasuk produk minyak dan kehutanan, setelah tumpahan minyak Alaskan 1989. Dari perspektif industri, hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan meningkat secara signifikan dari segi kuantitas dan kualitas 1988-1989 di seluruh empat industri. Temuan mereka pada industri minyak untuk tahun 1989 konsisten dengan studi Patten (1992).

Deegan *et al.* (2000) meneliti reaksi perusahaan Australia, dalam hal pengungkapan sosial dan lingkungan, untuk lima insiden sosial dan lingkungan terbesar. Insiden ini memiliki implikasi signifikan baik terhadap lingkungan, atau keselamatan dari kedua karyawan dan anggota masyarakat. Patten (1992) berpendapat bahwa ancaman terhadap legitimasi industri minyak tidak berhubungan secara spesifik terhadap kecelakaan itu, melainkan dampak umum dari insiden terdapat pada sikap masyarakat terhadap perusahaan minyak.

Deegan *et al.* (2000) mencatat bahwa perusahaan dapat menghadapi ancaman terhadap legitimasi mereka jika mereka gagal untuk beroperasi dalam batas-batas kontrak sosial mereka. Deegan juga berpendapat bahwa publik dapat secara cepat sadar akan insiden (mungkin diperoleh melalui liputan media) dan insiden itu menyebabkan efek yang tidak dapat diterima masyarakat (dan penerimaan

masyarakat dari sebagian efek adanya insiden akan berubah sepanjang waktu jika harapan mereka berubah).

Perhatian media dan penuntutan publik dapat dianggap sebagai *proxy* untuk terjadinya tekanan publik. Sementara tekanan publik berdampak pada perilaku pengungkapan perusahaan, bentuk tekanan publik melalui media atau keprihatinan masyarakat. Sebagian besar penelitian mengadopsi media sebagai *proxy* keprihatinan masyarakat atau tekanan publik untuk menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan (O'Donovan, 1997; Brown dan Deegan, 1998; Deegan et al, 2002; Islam dan Deegan, 2010). Faktor lain yang sering dianggap sebagai tekanan publik adalah penuntutan lingkungan yang diajukan oleh negara atau LSM pada perusahaan-perusahaan.

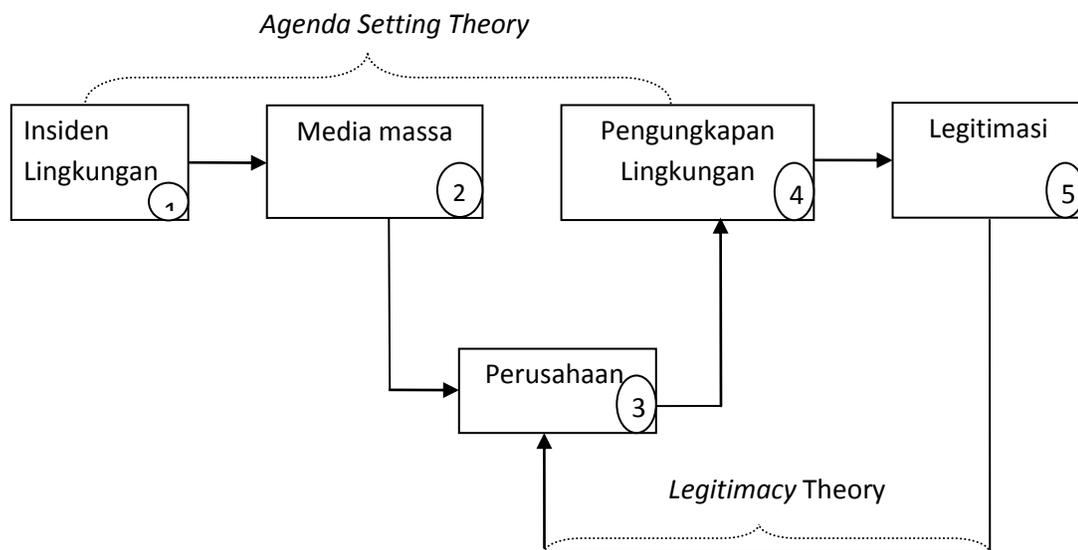
Dari contoh penelitian di atas ditemukan bahwa semakin banyak studi menunjukkan pengaruh media (sebagai *proxy* untuk masalah publik atau masyarakat) atas praktik perusahaan, termasuk pengungkapan praktik sosial. Tetapi penelitian ini belum banyak dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba memahami dan menganalisis inisiatif perusahaan dalam melaporkan informasi lingkungan setelah terjadi perusakan lingkungan yang dilaporkan oleh media di Indonesia.

### 2.3 Kerangka Teoritis

Untuk dapat lebih memahami bagaimana insiden lingkungan dan peran media memiliki dampak pada inisiatif perusahaan dalam menyajikan informasi lingkungannya, dengan melakukan analisis media dan laporan tahunan perusahaan, diperlukan suatu kerangka teoritis. Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan di atas, maka kerangka teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Teoritis**



Keterangan :

*Anak panah menunjukkan alur berpikir (bukan pengaruh)*

Sesuai dengan konsep *Sustainable development*, yaitu konsep pembangunan dimana untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sekarang tidak boleh mengganggu kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka dimasa yang akan datang. Cara yang mudah untuk mengimplementasikan pengukuran dan penganalisisan *sustainability development* yakni dengan menggunakan *sustainability reporting* dalam praktiknya. Dimana *sustainability reporting* dapat menginformasikan segala bentuk kegiatan perusahaan melalui pos-pos pembiayaan perusahaan guna lingkungan sosialnya yang tentunya berbeda seperti pengungkapan pada laporan keuangan seperti biasanya.

Dengan melihat perilaku perusahaan dalam upaya mengungkapkan pelaporan lingkungannya kepada publik melalui *sustainability report*, apakah terdapat perbedaan sebelum dan setelah adanya insiden. Dengan adanya insiden lingkungan dan tekanan publik yang disebabkan oleh media bagaimana hal itu dapat memberikan efek terhadap tingkat pelaporan perusahaan yang berakibat pada legitimasi perusahaan. Atas dasar permasalahan tersebut, maka penelitian ini menggunakan dua teori yaitu *legitimacy theory* yang berhubungan dengan legitimasi perusahaan di masyarakat ketika terjadi tekanan publik akibat adanya insiden lingkungan dan teori *agenda setting* yang berkaitan dengan analisis media yang akan dilakukan.

Dengan menerapkan program tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, hal ini dapat membawa perubahan dalam bentuk rencana strategis bagi perusahaan guna mempertahankan kelangsungan bisnisnya sampai di masa yang akan datang. Kondisi yang diciptakan perusahaan dikarenakan adanya insiden dapat mendorong tingkat

pelaporan lingkungan. Namun, jika tidak terdapat tekanan publik yang mengancam legitimasi perusahaan, mungkin perusahaan tidak terlalu memikirkan keberadaannya di masyarakat sehingga tidak perlu mengungkapkan laporan lingkungan mereka kepada publik.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitik yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang realitas pada obyek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berupa analisis siaran pers dan karakteristik pengungkapan sosial dan lingkungan pada sustainability report Asia Pulp and Paper Co., Ltd. (selanjutnya disebut APP). Pendekatan kuantitatif dirasa kurang tepat dan sesuai untuk penelitian ini. Hal ini dikarenakan penelitian ini tidak menggunakan angka-angka sebagai indikator variabel penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif dari pengamatan terhadap suatu permasalahan. Peneliti melakukan pengamatan terhadap inisiatif pengungkapan lingkungan perusahaan dan hubungannya dengan insiden lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan serta media yang melaporkan insiden tersebut. Hasil pengamatan tersebut kemudian dianalisis untuk menjelaskan dan mencari solusi terhadap permasalahan yang terjadi di lingkungan perusahaan.

#### **3.2 Setting Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan kaitan antara perhatian media dan pengungkapan sosial perusahaan dan bagaimana insiden lingkungan

berkaitan erat dengan inisiatif pengungkapan lingkungan dari sebuah perusahaan multinasional yang beroperasi di negara berkembang.

Atas dasar tersebut maka peneliti melakukan studi kasus yang merupakan pengujian secara rinci terhadap satu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu (Bogdan dan Bikien, 1982). Pendekatan studi kasus sebagai suatu pendekatan dengan memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan rinci (Surachmad, 1982). Ary, Jacobs, dan Razavieh (1985) menjelaskan bahwa dalam studi kasus peneliti berusaha menguji unit atau individu secara mendalam.

Berdasarkan batasan tersebut dapat dipahami bahwa batasan studi kasus meliputi: (1) sasaran penelitiannya dapat berupa manusia, peristiwa, latar, dan dokumen; (2) sasaran-sasaran tersebut ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing. Dalam pendekatan kualitatif, studi kasus tidaklah kaku sifatnya.

Penelitian ini menggunakan APP sebagai *setting* penelitian. APP adalah sebuah perusahaan kertas multinasional. Alasan menggunakan APP sebagai *setting* penelitian adalah karena APP merupakan salah satu perusahaan kertas multinasional terbesar di Indonesia yang memiliki daerah operasi di beberapa pulau di Indonesia. Selain itu, APP juga sudah pernah mengalami insiden lingkungan, seperti pencemaran lingkungan atau kerusakan hutan dan sebagainya yang disebabkan oleh operasi perusahaan itu sendiri, oleh karenanya hal ini menarik perhatian media dan publik..

Koran dan artikel yang berkaitan dengan APP dianalisis untuk mengidentifikasi publikasi yang relevan. Tentunya publikasi media yang berkaitan dengan inisiatif APP membuat laporan lingkungan. Laporan tersebut nantinya akan dibahas lebih lanjut serta dianalisis dengan apa yang ada pada data dari artikel di koran atau media.

### **3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang sudah ada dalam catatan perusahaan. Data tersebut berupa *Sustainability Report* APP tahun 2005-2009 yaitu perusahaan yang pernah mengalami insiden lingkungan serta beberapa data dari artikel yang dimuat dalam situs media online baik nasional maupun internasional.

Periodisasi pemberitaan lingkungan oleh media online dipilih antara tahun 2003 sampai dengan tahun 2008 dengan alasan karena penelitian ini mengaitkan hubungan pemberitaan media dengan inisiatif pengungkapan lingkungan oleh APP dimana peneliti menggunakan *sustainability report* tahun 2005-2009. Konsekuensinya, peneliti harus menggunakan data artikel media dari periode sebelum dibuatnya laporan oleh perusahaan agar dapat melihat dampaknya terhadap kualitas pengungkapan di setiap tahunnya.

*Sustainability Report* (SR) tahun 2010/2011 tidak digunakan sebagai bahan penelitian karena SR tahun 2010/2011 APP belum ada pada masa penelitian sampai dengan masa penelitian berakhir sehingga data berupa artikel media pada tahun

tersebut tidak diikutsertakan. Kriteria yang dipakai dalam menilai pengungkapan lingkungan APP adalah berdasarkan G3 GRI *Guidelines* yang merupakan standar pelaporan *sustainability* yang paling banyak diterapkan perusahaan.

### **3.3.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode dokumenter. Oleh karena itu, data dan informasi yang dibutuhkan dikumpulkan dari berbagai literatur. Pada penelitian ini, literatur yang digunakan sebagian besar dari jurnal-jurnal penelitian, makalah penelitian terdahulu dan *internet research*.

Dalam penelitian kualitatif, kualitas riset sangat tergantung pada kualitas dan kelengkapan data yang dihasilkan. Pertanyaan yang selalu diperhatikan dalam pengumpulan data adalah *apa, siapa, dimana, kapan, dan bagaimana*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 teknik pengumpulan data yaitu analisis dokumen perusahaan dan analisis media.

Dokumen perusahaan dalam penelitian ini yaitu *Sustainability Report* yang dapat diperoleh dari situs web perusahaan. Peneliti melakukan analisis tekstual pada sejumlah artikel mengenai pemberitaan lingkungan. Pengambilan sampel situs media online dilakukan secara acak dan dengan jumlah berita yang tidak terbatas. Situs media online dibedakan atas media nasional dan internasional, dimana situs media nasional yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah Detik.com, Mediaindonesia.com, Tempo.co, Kompas.com, *Thejakartapost.com*, Republika.co.id, dan Suarapembaruan.com, SIGI. Sedangkan, situs media internasional peneliti

menggunakan sampel dari situs Mongabay.com, *worldwildlife.org*, dan *Environmentalleader.com*. Situs berita online internasional tersebut dipilih atas dasar karena situs tersebut fokus terhadap berita lingkungan saja, sehingga memudahkan peneliti untuk menemukan berita lingkungan yang diinginkan.

### **3.4 Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara menganalisa/memeriksa data, mengorganisasikan data, memilih dan memilahnya menjadi sesuatu yang dapat diolah, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting berdasarkan kebutuhan dalam penelitian dan memutuskan apa yang dapat dipublikasikan.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan analisis semiotik naratif teks pada *sustainability report* dan metode analisis isi (*content analysis*). Menurut Weber (1985) dalam Smith (2003), analisis isi adalah metodologi yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang benar dari sebuah dokumen. Menurut Berelson (1952) dalam Smith (2003), analisis *content* adalah suatu teknik penelitian untuk menghasilkan deskripsi yang objektif, sistematis, dan bersifat komunikatif mengenai isi yang terungkap dalam komunikasi. Pelopor analisis isi adalah Lasswell (1926), yang mencetuskan teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi berupa isi berita yang kemudian dianalisis dan dijelaskan secara objektif, sistematis, dan bersifat kuantitatif. Studi analisis isi mengidentifikasi dan menghitung jumlah

pemberitaan media mengenai insiden lingkungan dan tema berita atau judul berita yang terdapat pada sebuah artikel selama periode tertentu. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Metode ini populer untuk digunakan dalam penelitian media massa karena metode ini merupakan cara paling efisien untuk menginvestigasi konten media (Wimmer dan Dominick, 2006 dalam Manulong, 2012).

Analisis semiotik naratif adalah suatu analisis yang menggunakan struktur kalimat sebagai dasar untuk menjelaskan suatu teks naratif. Langkah analisis data akan melalui beberapa tahap yaitu: pengumpulan data, mengelompokkannya, memilih dan memilah data, lalu kemudian menganalisisnya. Analisa data ini berupa narasi dari rangkaian hasil penelitian yang muaranya untuk menjawab rumusan masalah.

Pada umumnya, data yang dijadikan objek analisis dalam kajian semiotik adalah teks. Analisis atas teks naratif dalam *sustainability report* APP dilakukan dengan beberapa langkah analisis sebagai berikut:

1. *Sustainability report* tahun 2005 sampai dengan tahun 2009 digunakan sebagai data untuk dianalisis.
2. Kumpulan berita atau artikel dari situs media online juga sebagai data untuk dianalisis dari tahun 2003-2008

3. Gambar, kata, dan kalimat yang digunakan diidentifikasi dan dikelompokkan sesuai dengan aspek sintaktiknya dengan mengacu pada item yang ada di dalam GRI
4. Kata/kalimat dianalisis dari interpretasi semantiknya.
5. Kata/kalimat dianalisis berdasarkan pada audiens yang dituju.
6. Interpretasi atas pelaporan sustainability report dilakukan berdasarkan analisis semiotik makna kata/kalimat dengan menggunakan teori yang relevan sebagaimana dibahas dalam bab II.
7. Deskripsi dan analisis data selanjutnya dituangkan dalam cerita kontekstual dalam Bab IV.

### **3.5 Pengujian Kredibilitas Data**

Untuk menguji kredibilitas data dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan pengujian dengan beberapa teknik. Teknik yang digunakan diantaranya :

#### **1. Meningkatkan Ketekunan**

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan mendalam serta berkesinambungan untuk memperoleh kepastian data. Peneliti adalah instrumen utama dalam penelitian kualitatif. Sehingga pengujian kredibilitas dengan meningkatkan ketekunan dilakukan dengan membaca berbagai referensi baik buku maupun dokumen yang terkait dengan temuan yang diteliti sehingga berguna untuk memeriksa data apakah benar dan bisa dipercaya atau tidak. Peneliti juga memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati dalam penelitian.

## 2. *Research Reflexivity*

Dalam *research reflexivity* penelitian ini, peneliti menjelaskan aspek *ontology* dan *epistemology*. Cara ini dilakukan untuk menunjukkan kepada pembaca mengapa teori tertentu dan metode penelitian tertentu diadopsi. Aspek ini perlu diungkapkan, karena persepsi peneliti dibentuk oleh sistem nilai dan keyakinan (Chariri, 2009).

Penelitian ini didasarkan pada ontologi bahwa pengungkapan lingkungan dalam *Sustainability Report* merupakan media komunikasi yang muncul karena adanya tekanan publik melalui media masa berkaitan dengan insiden lingkungan. Sedangkan epistemologinya melihat bahwa pengetahuan tentang pengungkapan lingkungan pada *sustainability report* terbentuk karena adanya interaksi sosial berupa insiden lingkungan serta tekanan publik melalui media yang mengancam legitimasi perusahaan.

## 3. Triangulasi

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teori dan triangulasi sumber. Triangulasi teori yaitu penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memasuki syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori sudah dijelaskan pada Bab II untuk dipergunakan dan menambah pengujian. Adapun triangulasi sumber, peneliti menggali kebenaran informasi melalui beberapa metode dan sumber perolehan data. Dalam hal ini, peneliti menggunakan dokumen tertulis perusahaan berupa *sustainability report* serta beberapa artikel yang diperoleh dengan melakukan *searching* di beberapa situs media online baik nasional maupun internasional.

### 3.6 Interpretasi

Hasil interpretasi dari pemahaman hasil yang didapatkan dari pengumpulan data pada penelitian ini kemudian dikaitkan dengan teori yang ada sehingga interpretasi tidak bersifat bias tetapi dapat dijelaskan oleh teori tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori legitimasi dan teori *agenda setting*.

Dalam melakukan interpretasi, penelitian ini juga tidak terlepas dari kejadian yang ada pada *setting* penelitian. Penelitian ini juga menyertakan kutipan, narasi dan gambar untuk menggambarkan interpretasi dan pandangan perusahaan terhadap aktivitas media yang disebabkan oleh terjadinya insiden lingkungan sehingga menyebabkan tekanan publik terhadap perusahaan dan serta motif dibalik pelaksanaan dan pengungkapan lingkungan dalam *Sustainability Report*.

Interpretasi atas data yang didasarkan pada teori legitimasi dan teori *agenda setting* yang muncul pada saat pengumpulan data di lapangan, akan di jelaskan pada Bab IV yang merupakan wujud dari hasil analisis data dari lapangan.