

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan *stakeholder* akan informasi kinerja perusahaan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Informasi tersebut tidak hanya mencakup informasi kuantitatif, melainkan juga informasi-informasi kualitatif. Kualitas suatu perusahaan dapat terlihat dari luas tidaknya pengungkapan informasi tersebut. Perusahaan dalam menjalankan operasional usahanya di tengah-tengah lingkungan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma dalam pencapaian tujuannya. Dalam perspektif yang masih konvensional, orientasi pada laba merupakan ukuran mutlak atas kinerja perusahaan, sehingga tentunya tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan ukuran keberhasilan perusahaan tersebut. Sementara dalam perspektif yang lebih modern, tujuan perusahaan mengalami perluasan, selain mengupayakan laba maksimal (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan sosial (*people*) dan lingkungan sekitarnya (*planet*). Komponen-komponen tersebut harus dipandang sebagai suatu keseluruhan bukan pencapaian parsial dari salah satu komponen saja (Lako, 2011).

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) muncul sebagai alat untuk mengartikulasikan kinerja sosial, lingkungan dan ekonomi perusahaan dalam bentuk laporan. Konsep ini memiliki perhatian yang signifikan sehubungan dengan keberhasilan dan kecukupannya sebagai alat untuk melaporkan sejauh mana

sebuah organisasi telah memenuhi tanggung jawab sosialnya. Parapendukung TBL berpendapat bahwa kelangsungan hidup jangka panjang organisasi tergantung pada mempertahankan "profitabilitas" atas ketiga dimensi tambahan ini, maka hal tersebut harus diukur, dilaporkan, dan dinilai secara periodik, dengan cara konseptual yang mirip dengan model pelaporan keuangan saat ini (Brown et al, 2006).

Dengan berkembangnya waktu dan semakin beragamnya kebutuhan akan informasi, *stakeholder* menginginkan transparansi perusahaan yang lebih baik lagi. Sehingga muncul adanya laporan keberlanjutan atau lebih dikenal dengan *sustainability report*. Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal (*Global Reporting Initiative, 2006*). Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun negatif (*Global Reporting Initiative, 2006*). Gambaran yang dimaksud bisa berupa *narrative text*, foto, tabel, dan grafik.

Hal yang menarik dan perlu diamati adalah *narrative text* (teks naratif). Teks merupakan pengganti ucapan dan pembakuan semua artikulasi yang sudah diungkapkan secara lisan dalam naskah yang linear (Ricoeur, 2009). Teks naratif merupakan bagian yang memainkan peranan penting bagi perusahaan dalam mengkomunikasikan dan mewartakan berbagai kepentingan yang ada.

Teks naratif yang ada dalam *sustainability report* antara lain meliputi diskusi dan analisis manajemen dan sambutan yang disampaikan direktur dan komisaris (Chariri dan Nugroho, 2009). Melalui teks naratif, manajemen perusahaan secara aktif berusaha mengkomunikasikan bentuk kinerjanya selama ini (Finch, 2005) kepada *stakeholders*. Melalui teks naratif tersebut, perusahaan secara aktif berusaha membentuk *image* positif dan menghindari *image* negatif dan cara ini merupakan salah satu strategi perusahaan dalam membangun kepercayaan publik (Chariri dan Nugroho, 2009). Hal ini tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil oleh *stakeholder*.

Anderson dan Epstein (1995) dalam Chariri (2006) menyatakan bahwa penelitian di dalam *sustainability report* cenderung dimaksudkan untuk meneliti manfaat laporan keberlanjutan dalam membuat keputusan ekonomi. Hal ini didukung oleh Azam, et al (2011) yang meneliti tentang manfaat pelaporan TBL untuk meningkatkan transparansi di dalam operasi perusahaan. Di dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa dengan meningkatnya transparansi akan meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Hal ini terjadi karena *stakeholder* dapat melihat kinerja perusahaan dalam segala aspek sehingga mempermudah dalam pengambilan keputusan bisnis dan menilai risiko yang akan dihadapi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaporan TBL dalam *sustainability report* memegang peranan dalam mewujudkan suatu pengambilan keputusan ekonomi. Namun demikian, penelitian tersebut mengabaikan aspek semiotik yang berhubungan dengan cara-cara yang digunakan oleh perusahaan dalam mendesain format dan isi *sustainability report*.

Semiotik adalah model penelitian kualitatif yang dilakukan untuk memahami makna yang muncul dari simbol, tanda, angka atau kata (teks naratif) yang disampaikan pihak pemberi pesan melalui media komunikasi tertentu (Hoed, 2007). Penelitian tentang semiotik diantaranya yaitu dilakukan oleh Yusoff dan Glen (2009) tentang motif dibalik pelaporan pengungkapan lingkungan perusahaan di Malaysia dan Australia dengan perspektif semiotik. Tinjauan dibuat atas *annual report* 50 perusahaan publik terkemuka di kedua negara, dan penggunaan bahasa bisnis dalam laporan tersebut diselidiki. Pengungkapan lingkungan perusahaan yang dibuat oleh perusahaan publik di Malaysia dan Australia menandakan bentuk yang serupa yaitu berupa motif. Nada, orientasi dan pola pengungkapan menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan merupakan mekanisme strategi yang digunakan untuk meningkatkan reputasi perusahaan yang baik.

Penelitian lainnya yang berkaitan dengan semiotik atas teks naratif dalam laporan kinerja perusahaan antara lain Taurigana dan Chong (2004) meneliti tentang netralitas dari diskusi naratif atas kinerja dan posisi keuangan yang dibuktikan pada 179 *annual report* perusahaan yang *listed* di Inggris. Netralitas diskusi naratif ditentukan dengan membandingkan proporsi rata-rata kabar baik dan buruk yang terkandung dalam teks naratif dengan bagian wajib dari laporan tahunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi kabar baik dibandingkan dengan berita buruk pada bagian naratif secara signifikan lebih tinggi daripada proporsi kabar baik dibandingkan berita buruk di bagian rekening wajib. Hasil ini

konsisten dengansaran bahwa manajemen perusahaan menyoroiti kabar baik dalam diskusi naratif.

Balata dan Breton (2005) melakukan *content analysis* terhadap pernyataan *chairman* dan membangun index tingkat optimisme yang terkandung di dalamnya. Index tersebut kemudian dibandingkan dengan perubahan rasio pada laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan tingkat moderat antara bagian naratif dengan data akuntansi. Namun, tingkat ini cukup untuk memunculkan pertanyaan mengenai perlunya mengatur wacana atas laporan keuangan.

Clatworthy dan Michael (2006) meneliti pengaruh kinerja keuangan pada karakteristik tekstual pernyataan *chairman*. Pernyataan penelitian diselidiki dengan memeriksa berbagai karakteristik tekstual dalam laporan *chairman* terhadap seratus perusahaan yang *listed* di Inggris. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pernyataan *chairman* dijadikan sebagai subjek pada teknik manajemen kesan (*impression management*) sebagai kecenderungan manajer untuk mengasosiasikan dirinya dengan hasil keuangan perusahaan yang dikaitkan dengan kinerja yang mendasari keuangan perusahaan. Selain itu, ada juga beberapa bukti yang menunjukkan bahwa perusahaan yang *unprofitable*, lebih berfokus pada masa depan, bukan pada kinerja masa lalu.

Chatterjee, et al (2010) meneliti apakah bagian naratif pada *annual report* perusahaan di Iran memenuhi persyaratan informasi analisis keuangan (yaitu *stakeholder*). Mengambil sekelompok *stakeholder* sebagai sampel, survey kuesioner dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi mereka

daribagian naratif laporan tahunan pada tiga kategori informasi, yaitu *present, analytical* dan *prospective*. Setelah dilakukan survey, *checklist* disiapkan untuk menganalisis apakah perusahaan di Iran mengungkapkan informasi tersebut yang dibutuhkan para analis keuangan. Secara keseluruhan, sebagian hasil mendukung teori *stakeholder* karena kurangnya arus informasi perusahaan Iran yang *listed* dalam memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder*.

Yeoh (2010) meneliti kualitas pelaporan naratif perusahaan yang *listed* di Inggris. Penelitian ini menyoroti bahwa kegunaan umum, relevansi dan keterbatasan pelaporan naratif tidak hanya bagi para pengambil keputusan perusahaan, tetapi juga bagi investor, pemasok, karyawan dan berbagai *stakeholder* lainnya. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa pelaporan naratif di Inggris pada umumnya transparan dari beberapa kelemahan di beberapa daerah pelaporan dan beberapa bukti pelaporan kreatif lainnya.

Jonnal dan Rimmel (2010) meneliti pernyataan CEO dalam laporan tahunan tiga perusahaan multinasional di Swedia. Fokus dari penelitian ini yaitu pada pernyataan CEO atas prinsip dan peraturan akuntansi, keputusan dan tindakan perusahaan, serta kejadian eksternal. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pernyataan CEO pada dua perusahaan tidak menekankan pada angka dan teks. Sementara pada pernyataan CEO perusahaan ketiga, angka merupakan bagian penting dan seimbang dengan teks. Selain itu, ditemukan bahwa penjelasan format pernyataan CEO merupakan harapan CEO pada pembaca atas legitimasi perusahaan, keunggulan dan kelangsungan hidup masa depan.

Fitriani (2009) melakukan penelitian tentang retorika dalam *annual report* perusahaan yang mengalami kerugian. Hasil dari penelitian ini yaitu pada saat perusahaan mengalami kerugian, manajemen menyajikan informasinya dengan menggunakan *narrative text* dan menjustifikasi bahwa kerugian tersebut bukan disebabkan oleh kesalahan strategi manajemen tetapi dipengaruhi oleh faktor eksternal. Jadi, penyajian *narrative text* pada dasarnya merupakan cerita retorik untuk membentuk image positif dan untuk mempengaruhi *stakeholder* terutama pemegang saham.

Dari contoh penelitian di atas ditemukan bahwa kebanyakan penelitian tentang *narrative text* membahas masalah pengungkapan dan penyajian dari teks naratif tersebut. Beberapa penelitian juga melakukan analisis dengan pendekatan semiotik. Selain itu, disebutkan pula alasan pentingnya penyajian teks naratif yaitu untuk membentuk image, memperoleh legitimasi dan meningkatkan reputasi perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut kebanyakan menganalisis *annual report* seolah-olah hanya itu satu-satunya laporan kinerja perusahaan, padahal akhir-akhir ini banyak perusahaan selain membuat *annual report*, juga membuat *sustainability report* dalam suatu laporan yang terpisah. Penelitian mengenai teks naratif pelaporan TBL dalam *sustainability report* dengan menggunakan perspektif bahasa dapat dikatakan masih sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba untuk memahami dan menganalisis pelaporan TBL dalam *sustainability report* dengan perspektif bahasa.

Perusahaan manufaktur adalah salah satu perusahaan yang *concern* dalam menerapkan TBL. Kebanyakan perusahaan manufaktur menerapkan TBL agar

operasional perusahaan terus berjalan dengan baik dan mampu mengamankan investasi jangka panjang karena dalam kesehariannya, perusahaan bersinggungan langsung dengan lingkungan. Oleh karena itu perusahaan manufaktur mayoritas sudah mulai menerbitkan *sustainability report*, terlebih perusahaan manufaktur yang berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sejak tahun 2009 PT Semen Indonesia (Persero) Tbk yang dahulu PT Semen Gresik (Persero) Tbk melaporkan tanggungjawab sosial dengan menerbitkan *sustainability report*. Bahkan perusahaan tersebut merupakan pemenang dalam *Indonesia Sustainability Reporting Award 2013* sebagai *the Best CSR Report in the Infrastructure category* yang diselenggarakan oleh *National Center for Sustainability Reporting (NCSR)*.

Penjelasan diatas, menjadi salah satu alasan peneliti tertarik untuk menjadikan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk sebagai objek penelitian. Selain itu, pengalaman dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kemungkinan menjadi penentu pemilihan kata dalam *sustainabilityreport*. Sebagai salah satu media komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder*, sangat memungkinkan sekali perusahaan menerbitkan *sustainability report* dengan membentuk cerita retorik (*rhetorical story*) yang melebih-lebihkan informasi dengan harapan diterima dan mampu meningkatkan *prestise* perusahaan yang tercermin dari pujian maupun sekedar pengakuan dari berbagai pihak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, praktik pelaporan TBL dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*) bukanlah praktik yang bersifat statis

tetapi praktik yang bersifat dinamis yang melibatkan aspek sosial, kultur, bahasa dan penyusun serta pihak yang mengkonsumsi laporan yang dihasilkan. Dari sisi semiotika, format dan isi dari suatu laporan memiliki tujuan dan makna tertentu yang harus diinterpretasikan oleh penerima pesan (pemakai). Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk memahami dan menganalisis retorika yang digunakan manajemen dengan analisis semiotik atas *narrative text* yang ada dalam *sustainability report*. Untuk itu, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana retorika bahasa yang digunakan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dalam *sustainability report*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menjawab, memahami dan menganalisis retorika yang digunakan manajemen dalam pelaksanaan *sustainability report* dan berusaha menjawab pertanyaan bagaimana dan mengapa suatu perusahaan mengungkapkan informasi *triple bottom line* dalam laporan tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai perkembangan dalam praktik pelaporan *triple bottom line* yang diterapkan di Indonesia.

2. Bagi masyarakat umum, pemegang saham dan calon investor, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan mengenai bagaimana memahami kinerja perusahaan dari sisi *narrative text* yang dituangkan dalam *sustainability report*.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori akuntansi sebagai bahasa bisnis, mengenal semiotika atas teks naratif, memahami makna retorika, konsep TBL, *sustainability report* dan pengungkapannya, teori legitimasi serta teori stakeholders kemudian diakhiri dengan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang pendekatan penelitian, desain penelitian, metode pengumpulan data baik itu jenis, sumber data dan prosedur serta teknik analisis.

BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi deskripsi implementasi konsep *triple bottom line*, penyajian *sustainability report*, analisis retorika dalam pelaporan *triple bottom line* dan alasan pengungkapan dalam *sustainability report*.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

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

