



## Sustainability reports disclosures: Siapakah *stakeholder* yang paling penting?

Binti Shofiatul Jannah<sup>1</sup>, Hans Wakhida Rakhmatullah<sup>2</sup>, Yohan Bakhtiar<sup>3</sup>

<sup>1</sup>UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

<sup>3</sup>Politeknik Negeri Malang, Indonesia

### Email Penulis :

bintishofiatul@gmail.com<sup>1</sup>

hanswakhida@gmail.com<sup>2</sup>

yohan\_bakhtiar@yahoo.co.id<sup>3</sup>

### Abstract

*This study aims to analyze the most important stakeholders in Indonesian companies. One of the main reporting principles in GRI 101 is stakeholder inclusiveness. Content analysis was used to identify stakeholders in 38 companies that participated in the 2017 Sustainability Reporting Awards. The first step taken is coding the stakeholders. The next step is to record the symbols and interpret the results according to the typology of stakeholder Mitchell et al (1997). The findings of the study show that shareholders and government are the most important stakeholders, regardless of industry differences in the sample.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *stakeholder* yang paling penting di perusahaan Indonesia. Salah satu prinsip pelaporan utama dalam GRI 101 adalah inklusivitas *stakeholder*. Analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi *stakeholder* di 38 perusahaan yang mengikuti *Sustainability Reporting Awards* 2017. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan coding terhadap *stakeholder*. Langkah selanjutnya adalah merekam simbol dan menafsirkan hasilnya sesuai kerangka *typology stakeholder* Mitchell et al (1997). Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemegang saham dan pemerintah menjadi pemangku kepentingan yang paling penting, terlepas dari perbedaan industri dalam sampel.

### Article Info

#### Article history:

Received: 2021-03-02

Accepted: 2021-08-18

Published: 2021-08-21

Kata Kunci: Analisis Konten, Sustainability Reports, Tipologi *Stakeholder*

### Cara Mengutip :

Jannah, B.S., Rakhmatullah, H.W., & Bakhtiar, Y. (2021). Sustainability reports disclosures: Siapakah *stakeholder* yang paling penting?. *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 53-62  
doi: <http://dx.doi.org/10.32493/keberlanjutan.v6i1.y2021.p53-62>

## PENDAHULUAN

*Sustainability Report* (SR) merupakan laporan pertanggungjawaban perusahaan yang menyediakan informasi melampaui aspek keuangan, yaitu termasuk aspek lingkungan dan aspek sosial. Pengembangan model SR didasarkan pada teori *triple bottom-line of business* (teori 3-P) dari Elkington (1997). SR menjadi tuntutan publik tatkala pemangku kepentingan (*stakeholder*) mulai membutuhkan informasi non keuangan, karena laporan keuangan saja tidak cukup memberikan informasi untuk pengambilan keputusan ekonomi. Namun, SR *disclosure* (pengungkapan) di Indonesia masih terbatas bersifat sukarela (*voluntary*). Meskipun demikian, hampir 9% perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) telah menerbitkan SR ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)). Di samping itu, SR selalu dinilai kesesuaiannya berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) dalam *event Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT) yang diselenggarakan setiap tahun oleh *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR) bekerjasama dengan *Institute of Certified Sustainability Practitioners* (ICSP).

Pelaporan keberlanjutan adalah topik penelitian yang luas di negara maju, sebagaimana Gray et al (1995) mengemukakan bahwa negara tempat organisasi melaporkan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pelaporan. SR penting untuk diteliti lebih lanjut, karena laporan tersebut memberikan pemahaman kepada pemangku kepentingan utama tentang dampak keberlanjutan terhadap aktivitas bisnis utama perusahaan. Pada akhirnya, hal itu berujung pada tindakan strategis yang akan diambil oleh perusahaan dalam menanggapi dampak tersebut. Dengan demikian, SR mencerminkan akuntabilitas perusahaan dalam menjalankan bisnisnya secara bertanggung jawab agar pemangku kepentingan dapat mengevaluasi pelaksanaannya.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada pentingnya mengkaji SR dalam perspektif pemangku kepentingan, karena ia menjadi pertimbangan besar bagi perusahaan saat menentukan isi SR. Perusahaan akan mempertimbangkan ekspektasi dan kepentingan yang wajar dari pemangku kepentingan. Perusahaan diharapkan untuk mengidentifikasi suatu proses untuk mempertimbangkan pandangan tersebut ketika menentukan apakah suatu topik memang material (penting), karena SR diterbitkan terutama untuk memberi tahu para pemangku kepentingan tentang topik-topik yang ingin diberitahukan kepada mereka. Bahkan, perusahaan harus hati-hati dalam memutuskan masalah mana yang harus mereka laporkan, karena keputusan ini didasarkan pada kelompok pemangku kepentingan yang paling penting bagi keberlanjutan perusahaan. Namun, sejauh ini topik SR didominasi oleh penelitian kuantitatif, misalnya beberapa peneliti terdahulu mengaitkan pengaruh *sustainability report* terhadap kinerja keuangan (Oncioiu et al., 2020), penciptaan nilai (Adams, 2020), dan profit perusahaan (Whetman, 2018). Oleh karena itu, penelitian ini penting dan menarik untuk diteliti secara kualitatif menggunakan analisis konten sesuai tujuan penelitian.

Dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pedoman yang digunakan dalam menyusun SR, khususnya pada GRI 101 menetapkan Prinsip-Prinsip Pelaporan untuk menentukan isi dan mutu laporan. Salah satu prinsip pelaporan yang utama adalah inklusivitas pemangku kepentingan (*stakeholder*), di mana perusahaan harus mengidentifikasi para pemangku kepentingannya dan menjelaskan cara perusahaan menanggapi ekspektasi dan kepentingan yang masuk akal dari pemangku kepentingan. Lebih lanjut, (Kolk, 2004) menjelaskan pemangku kepentingan meliputi karyawan dan pekerja lainnya, pemegang saham, pemasok, kelompok rentan, masyarakat lokal, dan LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) atau organisasi masyarakat sipil lainnya. Tepatnya pemangku kepentingan merupakan entitas atau individu yang diperkirakan akan terpengaruh secara signifikan oleh kegiatan perusahaan. Sejauh mana perusahaan memberikan prioritas pada klaim pemangku kepentingan yang bersaing disebut *salience* oleh Mitchell et al., (1997), yang mana ia mengidentifikasi atribut pemangku kepentingan kekuasaan, legitimasi dan urgensi yang mungkin dimiliki oleh pemangku kepentingan yang membuat mereka lebih penting daripada

yang lain.

Dengan demikian, perusahaan menyusun SR berdasarkan pemangku kepentingan mana yang dianggap lebih penting dan dominan. Oleh karena itu, melalui SR kita menyadari bahwa SR dibuat atau ditujukan untuk pemangku kepentingan tertentu. Hal ini membuktikan bahwa sekali lagi SR tidak bebas nilai, melainkan ia penuh dengan kepentingan golongan tertentu dan untuk melayani golongan tertentu yang mana pada akhirnya bermuara pada nilai perusahaan. Artikel ini bertujuan untuk menjabarkan pemangku kepentingan mana yang paling penting bagi perusahaan dalam SR. Penelitian ini berkontribusi pada penelitian akuntansi lingkungan dan keberlanjutan terutama di Indonesia yang mana selama ini lebih fokus pada hubungan pengungkapan SR dengan laba perusahaan. Padahal, dalam GRI 101 di atas dijelaskan betapa pentingnya memberikan perhatian pada *stakeholder*.

## **LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kerangka kerja konseptual *Sustainability Reporting***

Perusahaan memiliki peran sentral terhadap pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Carroll (1979) sebagai salah satu cendekiawan pertama yang meneliti tanggapan perusahaan untuk masalah yang terkait dengan keberlanjutan menyarankan bahwa tanggung jawab sosial bisnis meliputi ekspektasi ekonomi, hukum, etika dan kebijaksanaan yang dimiliki masyarakat terhadap organisasi pada titik waktu tertentu. Secara luas disepakati bahwa perusahaan, terlepas dari ukuran, kepemilikan, lokasi, dan faktor lainnya, harus berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, tetapi ada banyak konsep berbeda tentang bagaimana kontribusi dapat dilakukan. Ini menghasilkan berbagai konsep dan definisi.

Selanjutnya, teori *stakeholder* digunakan untuk menjelaskan mengapa perusahaan mengungkapkan informasi tentang keberlanjutan. Asumsi utama teori *stakeholder* adalah bahwa untuk bertahan hidup, perusahaan perlu mengelola hubungannya dengan pemangku kepentingan dengan cara yang sesuai (E. R. Freeman et al., 2004). Teori *stakeholder* berfokus pada kelompok mana yang merupakan pemangku kepentingan perusahaan dan karenanya layak mendapatkan perhatian manajerial. Banyak peneliti menunjukkan bahwa orientasi pemangku kepentingan perusahaan dapat mengarah pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Donaldson & Preston (1995), teori *stakeholder* mencakup tiga pendekatan yaitu pendekatan deskriptif, instrumental dan normatif. Para penulis mendefinisikan pendekatan deskriptif teori pemangku kepentingan sebagai deskripsi dari pemangku kepentingan yang bersaing dan bekerja sama dari sebuah perusahaan. Di sisi lain, pendekatan instrumental berfokus pada hubungan pandangan pemangku kepentingan perusahaan dengan kinerjanya. Terakhir, pendekatan normatif berdasarkan pandangan etis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kewajiban bagi para pemangku kepentingannya terlepas dari hasil tindakan ini untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham. Selanjutnya, ia mengemukakan bahwa pendekatan normatif adalah dasar fundamental dan digunakan untuk membenarkan teori pemangku kepentingan.

Selanjutnya, hubungan antara pembangunan berkelanjutan dan pemangku kepentingan juga didasarkan pada tiga perspektif sebagai normatif, deskriptif dan instrumental (Steurer, 2006). Menurutnya masalah pembangunan berkelanjutan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dan pemangku kepentingan dijelaskan oleh perspektif normatif; sedangkan isu-isu pembangunan berkelanjutan dipertimbangkan oleh perusahaan dan pemangku kepentingan dijelaskan oleh perspektif deskriptif. Selain itu, sejauh mana pembangunan berkelanjutan dapat dicapai melalui manajemen pemangku kepentingan dijelaskan oleh perspektif instrumental.

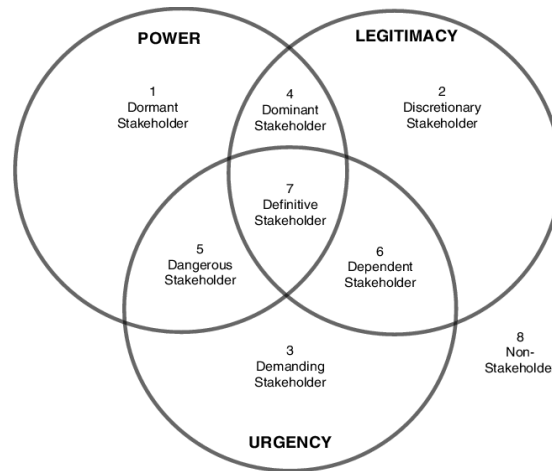
Definisi pemangku kepentingan yang paling banyak digunakan dalam literatur dilakukan oleh R. E. Freeman (1984) bahwa *stakeholder* didefinisikan sebagai 'kelompok atau

individu apa pun yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi'. Selanjutnya, ia mengemukakan bahwa jika suatu perusahaan responsif terhadap kebutuhan para pemangku kepentingannya, hubungan baik yang dikembangkan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Freeman (1984) mengidentifikasi, pemegang saham, pelanggan, pesaing, karyawan, pemasok, kelompok kepentingan khusus, pencinta lingkungan, media, advokat konsumen, pemerintah, masyarakat lokal sebagai pemangku kepentingan perusahaan. Namun, penulis lain menggunakan definisi mereka sendiri untuk pemangku kepentingan dan terdapat berbagai definisi pemangku kepentingan, oleh karena itu konsep ini kontroversial.

Selanjutnya Mitchell et al., (1997) mengemukakan bahwa jika para pemangku kepentingan didefinisikan sebagai kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, maka mengakibatkan para pemangku kepentingan adalah hampir semua orang, yang merupakan definisi yang sangat luas. Sementara beberapa peneliti menggunakan definisi yang luas, beberapa yang lain menggunakan definisi yang lebih sempit. Sebagai contoh, Cornell & Shapiro (1987) mendefinisikan sekelompok pemangku kepentingan yang sempit, hanya termasuk pemegang saham, pelanggan dan karyawan. Namun, menurut Mitchell et al., (1997) kelompok pemangku kepentingan yang sempit terdiri dari orang-orang yang secara langsung terkait dengan kepentingan ekonomi inti perusahaan. Di sisi lain, Clarkson (1995) mendefinisikan pemangku kepentingan primer dan sekunder; menunjukkan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada pemangku kepentingan utama. Meskipun ada perspektif yang berbeda dari penulis untuk mendefinisikan pemangku kepentingan, pertama-tama legitimasi itu penting. Legitimasi adalah persepsi umum bahwa tindakan suatu entitas diinginkan, pantas, atau sesuai dalam beberapa norma, nilai, dan kepercayaan yang dibangun secara sosial (Suchman, 1995). Selanjutnya, R. E. Freeman (1984) menyatakan bahwa, legitimasi pemangku kepentingan dianggap sebagai kemampuan untuk mempengaruhi arah perusahaan. Selain legitimasi, Mitchell et al., (1997) berpendapat bahwa pemangku kepentingan mungkin memiliki semacam kekuatan untuk mempengaruhi perusahaan tanpa klaim yang sah. Lebih lanjut, menurut Rob et al., (1997), kekuatan pemangku kepentingan tergantung pada faktor yang berbeda, kemampuan intrinsik dan kekuatan pemangku kepentingan tertentu, atau proses legislatif masyarakat. Dalam literatur, untuk menentukan pemangku kepentingan utama sebagian besar studi berfokus pada legitimasi dan kekuasaan. Namun, Mitchell et al., (1997) mengemukakan bahwa hanya legitimasi dan kekuasaan saja tidak cukup, tetapi juga urgensi diperlukan. Ia menekankan bahwa klaim para pemangku kepentingan sangat mendesak dalam dua kondisi, ketika itu sensitif terhadap waktu dan ketika itu penting dan kritis bagi para pemangku kepentingan.

Diyakini bahwa perusahaan sesungguhnya memberikan lebih banyak kepentingan kepada pemangku kepentingan yang lebih kuat (Gray et al., 1995) dan oleh karena itu, informasi yang diungkapkan dalam laporan didasarkan pada kebutuhan pemangku kepentingan yang paling penting. Sejauh mana manajer memprioritaskan klaim pemangku kepentingan didefinisikan sebagai 'arti-penting pemangku kepentingan' oleh Mitchell et al., (1997) yaitu pemangku kepentingan memiliki tiga atribut, yaitu kekuasaan, legitimasi dan urgensi; para pemangku kepentingan ini lebih menonjol dibandingkan yang lain.

Berikut ini adalah Tipologi *stakeholder* Mitchell et al., (1997) disajikan pada gambar sebagaimana berikut :



Gambar 1. Tipologi *Stakeholder* berdasarkan Mitchell et al., (1997).

Seperti yang didefinisikan oleh Mitchell et al., (1997), pemangku kepentingan yang tidak aktif memiliki kekuatan tanpa legitimasi dan urgensi; pemegang saham bebas memiliki legitimasi tetapi tidak memiliki kekuasaan dan tuntutan mereka tidak mendesak; dan menuntut tuntutan pemangku kepentingan dari perusahaan sangat mendesak tanpa sah dan mereka tidak memiliki kekuatan. Jika pemangku kepentingan memiliki kekuatan dan legitimasi dan juga tuntutannya mendesak, pemangku kepentingan ini adalah pemangku kepentingan yang pasti. *Stakeholder* yang dominan memiliki kekuatan dan tuntutan mereka sah. Mitchell et al., (1997) mengklaim bahwa pemangku kepentingan dominan adalah pihak yang dipandang oleh banyak pihak sebagai satu-satunya pemangku kepentingan perusahaan. Tuntutan pemangku kepentingan bergantung adalah sah dan mendesak, dan ketika pemangku kepentingan memiliki kekuatan dan permintaan mendesak, pemangku kepentingan ini disebut pemangku kepentingan berbahaya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini terinspirasi dari Şener et al., (2016) yang meneliti tentang pemangku kepentingan yang paling penting (*salient*) di perusahaan Turki. Berbeda dengan Sener *et al.*, (2016), penelitian ini mengidentifikasi pemangku kepentingan yang paling penting di perusahaan Indonesia. Informasi mengenai pemangku kepentingan tercantum dalam *sustainability reporting* yang diterbitkan oleh perusahaan di *website*.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 38 perusahaan yang mengikuti *Indonesia Sustainability Reporting Award (SRA) 2017*. Alasan utamanya dijadikannya perusahaan-perusahaan dalam SRA 2017 adalah karena SRA 2017 merupakan *event* terakhir yang hanya diperuntukan bagi perusahaan Indonesia, sebelum berubah menjadi *Asia Sustainability Reporting Rating (ASRAT)* yang juga melibatkan perusahaan Internasional. Selain itu, perusahaan yang mengikuti SRA 2017 adalah perusahaan yang memiliki SR yang lengkap dan sesuai pedoman GRI.

*Sustainability report* yang diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut selanjutnya diteliti dan dianalisis dengan metode analisis konten dalam menentukan berbagai jenis pemangku kepentingan. Tahapan analisis konten mengikuti alur Schreier (2012) yaitu, *pertama*, kami melakukan *coding* ke dalam kelompok pemangku kepentingan yang berbeda dan menyepakati kode yang berbeda. *Kedua*, berdasarkan hasil *coding* selanjutnya data diinterpretasikan sesuai kerangka kerja Mitchell et al., (1997). Selain analisis konten, penelitian ini juga menyertakan analisis statistik deskriptif untuk tambahan analisis lebih lanjut.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum memaparkan hasil analisis konten, berikut gambaran hasil analisis statistik deskriptif dari sampel menurut industri :

Tabel 1. Sampel Penelitian Berdasarkan Sektor Industri

Sektor	n	%
Pertambangan	13	34%
Keuangan	8	21%
Jasa	7	18%
Manufaktur	6	16%
Pertanian	4	11%
Jumlah	38	100%

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, sebagian besar perusahaan (34%) dalam sampel beroperasi di sektor pertambangan, dan 21% memiliki aktivitas di industri keuangan, sedangkan perusahaan jasa adalah 18%. Perusahaan manufaktur sekitar 16% dari sampel. Selanjutnya, perusahaan yang beroperasi di industri pertanian memiliki pangsa terendah (11%).

Sejumlah 14 pemangku kepentingan diidentifikasi dari *sustainability reporting*, yaitu terdiri dari *customer, employee, supplier, shareholder, governments, NGO, Local Communities, media, business partner, nasabah, educations*, kontraktor, penumpang dan serikat pekerja. Di antara para pemangku kepentingan ini, kelompok *employee* dan *local community* sebagian besar ditangani oleh perusahaan dalam sampel (Tabel-2).

Tabel 2. Stakeholder yang disajikan dalam SR

	n	%
Employees	35	16%
Local community	29	13%
Governments	27	12%
Shareholders	26	12%
Customer	22	10%
Business partners	22	10%
Media	19	8%
Suppliers	12	5%
Ngo	10	4%
Serikat kerja	6	3%
Kontraktor	6	3%
Educations	6	3%
Nasabah	3	1%
Penumpang	2	1%

Selanjutnya, pada tabel 3 ketika laporan dianalisis sesuai dengan industri, diketahui bahwa lingkungan (*environment*) tidak disebutkan di dalam *sustainability reporting*. Perusahaan di sektor pertambangan dalam sampel ini sebanyak 13 perusahaan yang telah menerbitkan SR. Padahal perusahaan di sektor pertambangan termasuk perusahaan yang

merusak alam paling besar. Terlepas dari perbedaan tentang industri, lingkungan dan kelompok minat khusus digambarkan di sebagian besar perusahaan sebagai pemangku kepentingan mereka, karyawan adalah pemangku kepentingan yang paling banyak disebutkan oleh perusahaan pertambangan, keuangan, jasa dan pertanian. Pada akhirnya, pemangku kepentingan yang paling penting di perusahaan manufaktur adalah *customer*.

Tabel 3. *Stakeholder* berdasarkan sektor industri

Sektor	Pertambangan		Keuangan		Jasa		Manufaktur		Pertanian	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Customer	9	10%	2	5%	1	2%	6	19%	4	17%
Employees	12	14%	7	16%	7	17%	5	16%	4	17%
Suppliers	6	7%	2	5%	1	2%	2	6%	1	4%
Shareholders	8	9%	5	11%	6	15%	4	13%	3	13%
Governments	11	13%	6	14%	6	15%	2	6%	2	9%
NGO	6	7%	2	5%	1	2%	0	0%	1	4%
Local community	9	10%	5	11%	6	15%	5	16%	4	17%
Media	7	8%	3	7%	5	12%	3	10%	1	4%
Business partners	6	7%	5	11%	6	15%	3	10%	2	9%
Nasabah	0	0%	3	7%	0	0%	0	0%	0	0%
Penumpang	0	0%	0	0%	2	5%	0	0%	0	0%
Serikat kerja	1	1%	4	9%	0	0%	1	3%	0	0%
Kontraktor	6	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Educatations	5	6%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%

Penelitian ini menggunakan analisis konten untuk menentukan pemangku kepentingan yang paling penting dari perusahaan yang menerbitkan *Sustainability Reporting* dan mengikuti *award* Tahun 2017 di Indonesia. Sebanyak 14 pemangku kepentingan diidentifikasi berdasarkan laporan keberlanjutan mereka. Kelompok pemangku kepentingan berdasarkan tipologi Mitchell et al., (1997) diidentifikasi dengan analisis konten. Temuan ini diringkas dalam tabel 4 diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan yang tidak aktif. Para pemangku kepentingan ini memiliki kekuatan untuk memaksakan kehendak mereka pada perusahaan. Namun, dengan tidak memiliki hubungan yang sah atau tuntutan yang mendesak, kekuatan mereka tetap tidak digunakan.

Selanjutnya *employee*, *supplier*, kontraktor, dan NGO diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan diskresioner. Pengungkapan tentang kelompok-kelompok ini mengandung kolaborasi bersama dengan LSM seperti 'memberikan beasiswa untuk anak-anak kurang mampu' atau 'dukungan keuangan untuk institusi seperti sekolah atau rumah sakit'. Karyawan diungkapkan sebagai 'anggota keluarga' atau link tautan kuat antara manajer dan pelanggan 'dan pemasok diungkapkan untuk memperhitungkan' produk mereka yang lebih baik 'dalam beberapa laporan, namun, karena kelompok ini tidak memiliki kekuatan dan klaim mendesak, mereka sama sekali tidak ada tekanan pada perusahaan. *Local community* dan serikat kerja dikelompokkan sebagai pemangku kepentingan penuntut. Karena kelompok-kelompok ini kekurangan daya, mereka bergantung pada pemangku kepentingan lain di perusahaan seperti manajer untuk mengambil tindakan segera.

Di sisi lain, pemangku kepentingan yang dominan adalah manajer dan pelanggan perusahaan. Ini adalah pemangku kepentingan yang memiliki klaim kuat dan sah untuk meminta informasi dari perusahaan. Perusahaan mungkin menggambarkan manajer mereka sebagai 'sumber daya strategi' dan 'agen untuk meningkatkan keberlanjutan' dan pelanggan

diidentifikasi sebagai 'grup untuk kelangsungan profitabilitas'. Media diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan yang berbahaya karena klaim harus diperlakukan segera dan karena media dengan cakupan luas memiliki kekuatan yang kuat. Dalam laporan media mana yang diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan, perusahaan mendefinisikan media sebagai 'pemangku kepentingan terdekat' mereka. *Business partner* didefinisikan sebagai pemangku kepentingan dependen. Mereka memiliki klaim yang sah dan tanggapan mendesak harus diambil.

Akhirnya, pemegang saham dan pemerintah diidentifikasi sebagai pemangku kepentingan definitif. Mereka menunjukkan kekuatan dan legitimasi, dan klaim mereka mendesak. Dalam salah satu laporan diungkapkan bahwa 'pemerintah adalah elemen utama dari kegiatan kami; ini memberikan kontribusi kami pada ekonomi kami'. Pengungkapan ini merupakan contoh pentingnya pemerintah sebagai pemangku kepentingan. Di sisi lain, dalam sebagian besar laporan, pemegang saham didefinisikan sebagai 'pemegang saham utama', juga disebutkan bahwa 'peningkatan tabel keuangan dan kontribusi terhadap ekonomi terkait langsung dengan dukungan dari pemegang saham'.

Tabel 4. *Stakeholder Types*

<i>Stakeholder Type</i>	<i>Stakeholder Groups</i>			
Dormant (tidak aktif)	Nasabah	Penumpang	Education	-
Discretionary	Employee	Suppliers	Kontraktor	NGO
Demanding (penuntut)	Local community	Serikat kerja	-	-
Dominant	Customer	-	-	-
Dangerous	Media	-	-	-
Dependent	Business partners	-	-	-
Definitive	Shareholder	Government	-	-

Dari sejumlah tabel yang telah dijabarkan di atas, diketahui bahwa sektor pertambangan mendominasi *event* SRA 2017. Dalam perspektif kritis, ternyata sektor pertambangan menginginkan citra yang baik dari masyarakat melalui *Sustainability Reporting*. Dengan selalu mengelola hubungan yang baik dengan *employee* (karyawan) untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena *employee* merupakan barisan pertama dari perusahaan tambang yang bertugas secara langsung mengeruk bumi. Temuan ini mengkonfirmasi teori *stakeholder* bahwa perusahaan perlu mengelola hubungan dengan pemangku kepentingannya dengan cara yang sesuai.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian, semua pemangku kepentingan didefinisikan sesuai dengan tipologi pemangku kepentingan yang didefinisikan oleh Mitchell et al., (1997). Sebagian besar pemangku kepentingan (*employee*, *supplier*, kontraktor, dan NGO) didefinisikan sebagai pemangku kepentingan diskresioner, kelompok-kelompok ini hanya memiliki legitimasi tetapi tidak memiliki kekuatan dan urgensi. *Stakeholder* yang dominan yang memiliki kekuatan dan legitimasi didefinisikan sebagai manajer dan pelanggan. Nasabah, penumpang, dan *education* didefinisikan sebagai yang tidak aktif, media didefinisikan sebagai yang berbahaya dan *business partner* didefinisikan sebagai pemangku kepentingan yang tergantung. Dalam analisis konten, peneliti tidak menemukan *sustainability report* yang melaporkan tentang lingkungan (*environment*) sebagai salah satu *stakeholder*. Padahal, lingkungan dapat dianalisis menjadi pemangku kepentingan yang menuntut, memiliki urgensi tetapi kurang legitimasi dan kekuasaan pada perusahaan, terutama untuk perusahaan sektor pertambangan.



Hasil penelitian ini berimplikasi pada pada dua aspek, yaitu aspek teori dan aspek manajerial. Dalam aspek teori, hasil penelitian berkontribusi dalam menambah pengetahuan dan literature penelitian dengan topik *sustainability report*. Sebenarnya, *sustainability report* tidak kalah menarik diteliti secara kualitatif dengan lebih fokus pada pemangku kepentingan, karena selama ini topik ini sering dikaitkan dengan kinerja dan nilai perusahaan. Selanjutnya dalam aspek manajerial, khususnya bagi manajemen perusahaan, ketika menyiapkan isi *sustainability report* dapat lebih mempertimbangkan ekspektasi pemegang saham dan pemerintah. Dengan adanya penelitian ini, maka pemahaman dasar tentang para pemangku kepentingan yang paling penting dan isi laporan keberlanjutan perusahaan di Indonesia dapat dikembangkan. Untuk penelitian selanjutnya dapat membahas topik ini dengan memasukkan perusahaan Internasional menggunakan perusahaan yang mengikuti *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRAT).

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C. A. (2020). Sustainability Reporting and Value Creation. *Social and Environmental Accountability Journal*, 40(3), 191–197. <https://doi.org/10.1080/0969160X.2020.1837643>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Clarkson, M. B. E. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 20(1), 92–117. <https://doi.org/10.2307/258888>
- Cornell, B., & Shapiro, A. C. (1987). Corporate Stakeholders and Corporate Finance. *Financial Management*, 16(1), 5–14. <https://doi.org/10.2307/3665543>
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65–91. <https://doi.org/10.2307/258887>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of the 21st century Business*. Oxford: Capstone.
- Freeman, E. R., Andrew C, W., & Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory and “The Corporate Objective Revisited”: A Reply. *Organization Science*, 15(3), 364–369. <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0067>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: M.A. Pitman.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Kolk, A. (2004). A decade of sustainability reporting: Developments and significance. *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 3(1), 51–64.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853–886. <https://doi.org/10.2307/259247>
- Oncioiu, I., Petrescu, A.-G., Bîlcan, F.-R., Petrescu, M., Popescu, D.-M., & Anghel, E. (2020). Corporate Sustainability Reporting and Financial Performance. *Sustainability*, 12(10), 4297. <https://doi.org/10.3390/su12104297>
- Rob, G., Colin, D., Dave, O., Richard, E., & Simon, Z. (1997). Struggling with the praxis of social accounting: Stakeholders, accountability, audits and procedures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(3), 325–364. <https://doi.org/10.1108/09513579710178106>

- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. Sage Publications, Inc. <https://www.bookdepository.com/Qualitative-Content-Analysis-Practice-Margrit-Schreier/9781849205931>
- Şener, İ., Varoğlu, A., & Karapolatgil, A. A. (2016). Sustainability Reports Disclosures: Who are the Most Salient Stakeholders? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 84–92. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.028>
- Steurer, R. (2006). Mapping stakeholder theory anew: From the “Stakeholder Theory of the Firm” to three perspectives on business-society relations. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 55–69. <https://doi.org/10.1002/bse.467>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Whetman, L. (2018). The Impact of Sustainability Reporting on Firm Profitability. *Undergraduate Economic Review*, 14(1). <https://digitalcommons.iwu.edu/uer/vol14/iss1/4>