



Analisis Konten Terhadap Pengungkapan Etika dan Integritas Pada *Sustainability Reporting*

Kurnia Ekasari, Nurafni Eltivia, Elvyra Handayani Soedarso

kurnia.es@yahoo.com.au

Politeknik Negeri Malang

doi.org/10.18382/jraam.v4i1.008

Informasi Artikel

Tanggal masuk
Tanggal revisi
Tanggal diterima

Keywords:

Ethics
Integrity
Sustainability Reporting
Transparency
Responsibility

Abstract

The purpose of this paper is to provide the ethics and integrity disclosure in sustainability reporting of state-owned enterprises in Indonesia. The research method is content analysis, this method used symbol as coding from 22 Sustainability Report of state-owned enterprises listing in Indonesia Stock Exchange in 2017. The next step is recording the symbol or message systematically, then interpreting the results. The research findings show that all the companies in this research are committed to disclose ethics and integrity. The ethics values that is mostly disclosed is integrity, following by professionalism, excellent, costumers focus, responsibility, trust, honest, accountability, sincere and transparency. Since this research is qualitative research, it is recommended for the future research to expand the research by using quantitative research.

Kata kunci:

Etika
Integritas
Sustainability Reporting
Transparansi
Tanggungjawab

Abstrak

Tujuan dari artikel ini adalah untuk meneliti pengungkapan etika dan integritas dalam pelaporan keberlanjutan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia. Metode penelitian adalah analisis konten. metode ini dilakukan melalui pengkodean simbol pada Pelaporan Keberlanjutan dari 22 perusahaan BUMN yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017. Langkah selanjutnya adalah merekam simbol atau pesan secara sistematis, kemudian menafsirkan hasilnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa semua perusahaan dalam penelitian ini berkomitmen untuk mengungkapkan etika dan integritas. Nilai-nilai etika yang paling banyak diungkapkan adalah integritas, diikuti oleh profesionalisme, keunggulan, fokus pelanggan, tanggung jawab, kepercayaan, jujur, akuntabilitas, ketulusan dan transparansi. Karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka disarankan agar penelitian berikutnya dapat memperluas penelitian dengan menggunakan penelitian kuantitatif.



1. Pendahuluan

Pelaporan keberlanjutan atau yang lebih populer disebut *Sustainability Reporting* (SR) telah menjadi tren pelaporan global [1]. Di beberapa negara, pelaporan keberlanjutan diwajibkan hanya untuk perusahaan publik, sementara di beberapa negara yang lain pelaporan sebagian besar bersifat sukarela [2], [3]. Format dan isi laporan keberlanjutan sangat berbeda di antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, namun konten penulisan laporan keberlanjutan tersebut harus memenuhi kriteria atau standar yang telah ditentukan.

Pengungkapan kegiatan sosial dan lingkungan suatu perusahaan harus memenuhi standar yang telah ditentukan atau berterima umum, salah satunya adalah standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar pelaporan keberlanjutan yang paling sering digunakan oleh perusahaan adalah yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan organisasi independen yang awalnya dibentuk oleh Koalisi berbasis Ekonomi Bertanggung Jawab terhadap Lingkungan (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) dan Institut Tellus di AS [4]. Pada tahun 2000, untuk pertama kalinya GRI menciptakan panduan pelaporan keberlanjutan. Misi GRI adalah membuat praktik standar pelaporan keberlanjutan dengan memberikan panduan dan dukungan kepada organisasi [5]. Namun kenyataannya, banyak perusahaan memilih untuk melaporkan informasi hanya pada isu-isu lingkungan dan sosial tertentu yang dianggap penting saja, terutama yang berkaitan dengan informasi yang bersifat kualitatif.

GRI melakukan revisi pedoman laporan keberlanjutan dari waktu ke waktu dengan memberikan penamaan atau pengkodean khusus. GRI G2 atau versi 2 diterbitkan pada tahun 2002, kemudian GRI G3, GRI G3.1, GRI G4 diluncurkan secara berurutan pada tahun 2006, 2011 dan 2013. Transformasi GRI

G3.1 ke GRI G4 merupakan perubahan yang paling signifikan dalam hal pembuatan laporan keberlanjutan. Selanjutnya, pada 2015, GRI membentuk Dewan Standar Keberlanjutan Global (GSSB) yang bertugas untuk melakukan pengembangan standar pelaporan keberlanjutan. Mendekati akhir tahun 2016, GRI GSSB mulai memperkenalkan Standar GRI, dan diluncurkan di Indonesia pada tahun 2017. Standar ini berlaku untuk laporan atau bahan lain yang diterbitkan pada atau setelah 1 Juli 2018, dan dianjurkan untuk menerapkan lebih dini.

Saat ini, hampir semua perusahaan diharapkan dapat meningkatkan pelaporan mereka tentang isu-isu keberlanjutan. Perusahaan perusahaan tersebut juga mengalami tekanan melalui peraturan yang ditegakkan oleh lembaga atau pemerintah, serta tekanan dari pemegang saham agar membuat laporan keberlanjutan [6]. Konsekuensinya, beberapa perusahaan dan pemangku kepentingan harus memiliki pemahaman yang lebih baik bahwa tujuan operasi perusahaan adalah untuk menuju keberlanjutan jangka panjang yang mempertimbangkan faktor ekonomi, sosial dan lingkungan [7].

Di Indonesia, pelaporan non keuangan secara umum telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Dalam PSAK No. 1 tentang penyajian laporan keuangan diungkapkan bahwa perusahaan dapat menyajikan laporan tambahan, terutama bagi perusahaan yang operasionalnya sangat berkaitan dengan lingkungan hidup [8]. Sehingga sudah sewajarnya perusahaan melaporkan semua aspek yang mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat.

Sementara itu, Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) menyatakan berbagai ketentuan tentang pendirian PT, di mana pada pasal 74 dijelaskan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan

maksud membentuk pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk menaikkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi PT itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya [9]. Dalam pasal 66 UUPA disebutkan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut harus dimuat dalam laporan tahunan PT. Apabila PT tidak melaksanakannya maka PT yang bersangkutan dapat dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan [9]. Untuk melaksanakan kewajiban tersebut, PT dalam menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus menganggarkan dan memperhitungkan biaya dengan memperhatikan asas kepatuhan dan kewajaran sehingga dengan adanya alokasi pendanaan dapat mendukung kewajiban dalam membuat laporan keberlanjutan.

Secara umum, laporan keberlanjutan dapat dipahami sebagai laporan yang dipublikasikan oleh sebuah perusahaan untuk mengungkapkan (*disclose*) kinerja perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Tujuan perusahaan mengungkapkan laporan keberlanjutan, selain untuk memenuhi regulasi, adalah untuk menginformasikan komitmen dan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan serta masyarakat luas secara transparan.

Laporan keberlanjutan harus memenuhi prinsip ketepatan (*accuracy*), menyeluruh (*completeness*) serta reliabilitas (*reliability*) yang diperlukan untuk menampilkan informasi dalam laporan keberlanjutan [10]. Proses pembuatan laporan keberlanjutan ini dilakukan secara berjenjang mulai dari penyediaan data, proses penulisan, *editing*, pengecekan akurasi data audit hingga didapat draf final untuk kemudian disajikan dalam bentuk laporan akhir. Laporan Keberlanjutan dapat diterbitkan sebagai satu kesatuan yang tak terpisah

dengan Laporan Tahunan sebuah perusahaan.

Terdapat dua opsi untuk menyiapkan laporan keberlanjutan sesuai dengan Standar GRI: inti (*core*) dan komprehensif (*comprehensive*). Opsi inti menunjukkan laporan yang berisi informasi minimum yang diperlukan untuk memahami sifatnya organisasi, topik materialnya dan dampak terkait, dan bagaimana hal ini dikelola. Sementara opsi komprehensif dibangun di atas opsi ini dengan mensyaratkan pengungkapan tambahan pada strategi organisasi, etika dan integritas, dan tata kelola. Selain itu, organisasi diminta untuk melaporkannya secara lebih luas dampak dengan melaporkan semua pengungkapan topik-spesifik untuk setiap topik materi yang dicakup oleh Standar GRI.

Untuk diketahui, opsi-opsi ini tidak terkait dengan kualitas informasi dalam laporan atau besarnya dampak organisasi. Sebaliknya, mereka mencerminkan sejauh mana Standar GRI telah diterapkan. Suatu organisasi tidak dituntut untuk meningkatkan penerapan standar dari inti ke komprehensif, tapi dapat memilih opsi yang paling memenuhi kebutuhan pelaporan dan kebutuhan informasi para pemangku kepentingannya.

Untuk mematuhi Undang-Undang itu para akuntan profesional dituntut untuk dapat memberikan dukungan penting dalam pelaporan keberlanjutan, meskipun dalam menyiapkan pelaporan tersebut akan menghadapi dilema etika. Peran akuntan profesional sangat penting dalam membuat pertimbangan profesional (*professional judgement*), yaitu memastikan kepatuhan untuk menggunakan norma dan standar profesi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan pada saat penyelesaian dilema etika. Di samping itu, perusahaan harus mengingat bahwa untuk menerapkan keberlanjutan salah satu aspek yang sangat penting adalah beroperasi dengan integritas dan tanpa korupsi [11].

Dalam GRI, pengungkapan etika dan integritas ini dituangkan dalam *disclosure* 102-16, di mana perusahaan harus melaporkan informasi tentang nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku yang dapat mencakup kode etik dan etika. Etika dan integritas merupakan bagian penting dari bisnis pada saat ini, penerapan etika dalam bisnis akan menambah nilai pada transparansi pelaporan tentang masalah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Koneksi antara kegiatan CSR, etika dan integritas adalah bahwa keduanya merupakan masalah tanggung jawab moral yang harus dilaporkan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pendekatan terpadu terhadap etika bisnis di semua sektor masyarakat [12].

Nilai merupakan suatu hal yang menarik, dicari, disenangi, disukai dan diinginkan, yang dapat diartikan sebagai sesuatu yang baik [13]. Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa nilai adalah keyakinan umum tentang cara berperilaku yang diinginkan atau tidak diinginkan dan tentang tujuan yang diinginkan atau tidak diinginkan. Dalam dunia bisnis, nilai merupakan suatu ukuran yang harus dijunjung tinggi oleh pelaku bisnis agar roda kehidupan bisnis dapat berjalan selaras dengan norma-norma masyarakat. Hal ini tertuang dalam kode etik perusahaan yang akan dijadikan dasar bagi para karyawannya dalam berperilaku yang baik sesuai dengan kaidah etika yang telah ditetapkan.

Sedangkan yang dimaksud dengan integritas dalam hal ini adalah integritas sebagai tindakan yang menunjukkan standar moral dan etika yang tinggi [14]. Hal ini akan menempatkan implikasi moral integritas ke dalam profil yang lebih tajam dan menetapkan tolok ukur untuk bisnis yang selaras secara sosial dan bertanggung jawab.

Lebih lanjut tentang GRI, mekanisme untuk saran dan masalah tentang etika diatur dalam GRI 102-17. Oleh karena itu, perusahaan dalam laporan

keberlanjutannya harus medeskripsi mekanisme internal dan eksternal untuk: (1) mencari nasihat tentang perilaku etis dan sah, dan integritas organisasi; (2) melaporkan kekhawatiran tentang perilaku yang tidak etis atau melanggar hukum, dan integritas organisasi [10].

Persyaratan pelaporan untuk semua pengungkapan dari GRI 102 harus dipatuhi, namun perusahaan diijinkan untuk tidak melakukan pengungkapan umum terhadap Pengungkapan 102-17 (mekanisme untuk saran dan masalah tentang etika), dan Pengungkapan 102-19 hingga 102-39 (Tata Kelola) [10]. Dengan demikian Pengungkapan tentang etika dan integritas dalam GRI 102 -16 dapat dinyatakan sebagai suatu hal tidak bisa dihindari. Etika sosial cenderung memengaruhi keputusan etis atau tidak etis anggotanya [15]. Karena itu, pengungkapan tentang komitmen etika dan integritas ini sangat penting, mengingat banyak dari krisis keuangan berakar dari perilaku tidak etis dari manajemen puncak yang memberikan informasi yang kurang tepat.

Kode etik telah menjadi sarana tradisional yang digunakan seorang profesional untuk meyakinkan masyarakat dan kliennya akan tanggung jawabnya dan dengan demikian menjaga integritas dan reputasinya karena kode etik memberikan jaminan kualitas untuk klien mereka [16]. Dengan demikian, kesadaran etika dinyatakan sebagai kepatuhan terhadap pedoman etika dan kode etik profesional yang akan memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan untuk menyelesaikan dilema etika dalam pengambilan keputusan. Keputusan antara benar dan salah umumnya berkembang dari perkembangan moral kognitif seseorang. Selain itu, para pemimpin bisnis kadang-kadang dihadapkan dengan situasi etika yang tidak ada pedoman eksplisit dalam kebijakan lembaga, sehingga harus berpedoman pada pedoman etika dan kode etik profesional dalam bertindak.

Untuk mengetahui bagaimana pengungkapan etika dan integritas dalam laporan keberlanjutan, peneliti mengamati laporan keberlanjutan perusahaan perusahaan yang dikategorikan sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), di mana BUMN ini kepemilikan saham nya lebih banyak dimiliki oleh pemerintah. Hal ini dilakukan untuk mengeksplorasi apakah perusahaan perusahaan yang tergabung dalam BUMN yang diamati telah mematuhi standar yang ditentukan. Seharusnya perusahaan-perusahaan yang dikategorikan sebagai BUMN tersebut lebih transparan dalam membuat pelaporan keberlanjutan karena mendapatkan sorotan dari masyarakat.

Dalam penelitian ini perusahaan BUMN dipilih karena telah menunjukkan peningkatan yang stabil dalam praktik akuntansi dan pelaporan keberlanjutan dalam beberapa tahun terakhir dibandingkan dengan perusahaan non BUMN. Sebagai perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki pemerintah, sewajarnya BUMN menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam menerapkan kepatuhan terhadap regulasi maupun standar.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan analisis konten (*content analysis*) sebagai metode penelitian. Analisis konten merupakan penelitian yang melakukan pembahasan secara mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Teknik analisis konten dilakukan melalui simbol *coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian dilakukan interpretasi atas hasilnya [17]. Analisis konten dapat juga diartikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks, tetapi di sisi lain analisis konten juga digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan analisis yang khusus.

Menurut Krippendorff (2004), metode analisis konten adalah suatu

teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis [18]. Objektif dalam hal ini berarti menurut aturan atau prosedur yang apabila dilaksanakan oleh peneliti lain dapat menghasilkan kesimpulan yang serupa. Sistematis artinya penetapan isi atau kategori dilakukan menurut aturan yang diterapkan secara konsisten, meliputi penjaminan seleksi dan pengkodean data agar tidak bias. Generalis artinya penemuan harus memiliki referensi teoritis. Informasi yang didapat dari analisis isi dapat dihubungkan dengan atribut lain dari dokumen dan mempunyai relevansi teoritis yang tinggi.

Penelitian ini memfokuskan pada GRI 102, khususnya GRI 102-16 dan GRI 102-17 tentang etika dan integritas. GRI 102 membahas tentang Pengungkapan Umum untuk melaporkan informasi kontekstual tentang organisasi [10]. Dalam bagian ini disyaratkan untuk mematuhi semua persyaratan pelaporan untuk pengungkapan yang meliputi: Pengungkapan Umum: Pengungkapan 102-1 hingga 102-13 (Profesi organisasi); Pengungkapan 102-14 (Strategi); Pengungkapan 102-16 (Etika dan integritas); Pengungkapan 102-18 (Tata Kelola); Pengungkapan 102-40 hingga 102-44 (Keterlibatan pemangku kepentingan); Pengungkapan 102-45 hingga 102-56 (Praktik pelaporan) [10].

Analisis konten dalam penelitian ini dilakukan pada *sustainability reporting* perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan data berdasarkan kriteria perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI pada tahun 2017 dan memublikasikan Laporan Tahunan selama periode pengamatan, mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan GRI, dan G4 bagi perusahaan yang belum menerapkan GRI. Perusahaan yang diamati harus mempunyai laporan keberlanjutan

(*responsibility report*) baik yang tergabung dalam laporan keuangan ataupun terpisah selama tahun pengamatan. Perusahaan yang diamati juga harus mengungkapkan etika dan integritas dalam pelaporannya (GRI 102-16, GRI 102-17 bagi yang menggunakan GRI, dan G-56 dan G-57 bagi yang menggunakan G4). Sumber yang dipakai untuk mendapatkan data-data penelitian dengan melakukan pengunduhan melalui situs www.idx.co.id, www.sahamok.com dan ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*).

Tahapan analisis konten dalam penelitian ini mengikuti alur pemikiran [17]. Pertama, peneliti melakukan *coding* terhadap nilai-nilai etika dan integritas dari pengungkapan 102-16 dan pengungkapan 102-17 pada laporan keberlanjutan dari tiap-tiap perusahaan yang diamati yang menggunakan GRI, dan G4-56 dan G4 57 bagi yang menggunakan G4. Kedua, berdasarkan hasil *coding* akan didapatkan kata yang sering muncul dan selanjutnya akan diinterpretasikan. Langkah yang terakhir melakukan sintesis terhadap hasil penelitian secara keseluruhan sehingga didapatkan nilai-nilai etika dan integritas yang menjadi komitmen perusahaan untuk diungkapkan.

3. Hasil dan Pembahasan

Nilai, prinsip, standar, dan norma perusahaan sangat penting penting dalam menjalankan sebuah perusahaan, meskipun sering hanya dipandang sebagai *code of conduct* atau *code of ethics*, namun kode etik dapat digunakan sebagai alat yang dapat membantu perusahaan dalam menetapkan tujuan, mengukur kinerja dan mengelola pelaporan keuangan dan pelaporan keberlanjutan.

Hasil penelitian terhadap *sustainability reporting* dari 22 BUMN yang diamati dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua perusahaan telah memiliki kode etik dan mengungkapkannya dalam laporan

keberlanjutan mereka. Hal ini ditunjukkan dengan diungkapkannya GRI 102-16 bagi yang menggunakan standar GRI dan G4-56 bagi yang menggunakan standar G4. Dalam studi ini, pedoman GRI tentang etika dan integritas sebagai kualitas yang disyaratkan dalam organisasi, dan bukan ditinjau pada tingkat pribadi.

Dari amatan terhadap laporan keberlanjutan 22 perusahaan yang diamati, di dapatkan nilai-nilai etika seperti yang tertuang dalam tabel 1. Nilai etika yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan BUMN tersebut adalah integritas. Integritas dapat dipahami sebagai konsistensi antara kata-kata dan tindakan, juga dikenal sebagai konsistensi perilaku. Hal ini menunjukkan kesesuaian yang dirasakan antara nilai-nilai yang dianut dan diberlakukan, dan janji yang dinyatakan, karena integritas lebih merupakan sifat pribadi dan terkait erat dengan kode perilaku pribadi.

Integritas di pilih oleh 12 perusahaan BUMN dari 22 perusahaan yang diamati. Hal ini berarti 54% perusahaan yang diamati menganggap integritas sebagai nilai utama yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Integritas akan tercapai bila perusahaan dalam menjalankan perusahaannya mematuhi seperangkat prinsip yang berlaku secara umum atau sudah ditentukan, dan digunakan sebagai dasar tolak ukur kepercayaan publik. Patut dicatat, meskipun pengungkapan 102-16 tentang etika dan integritas sebagai suatu kesatuan yang harus dilaporkan, uniknya 54% perusahaan tetap menggunakan kata integritas sebagai nilai etika yang jadi komitmen perusahaan. Hal ini dapat dimengerti karena integritas dibuat pada seperangkat prinsip inti perusahaan, dengan standar etika yang tinggi dan konsisten untuk memastikan perilaku karyawan yang etis. Prinsip-prinsip integritas meliputi kualitas seperti belas kasih, ketergantungan, kejujuran, kesetiaan, rasa hormat, kepercayaan dan kebijaksanaan [19].

Terdapat tiga aspek integritas menurut Becker (2009), yaitu: (1) integritas yang berhubungan dengan kesehatan kinerja sistem, misalnya Pengakuan bahwa sistem keuangan tidak berfungsi seperti yang diperkirakan dan oleh karena itu memerlukan intervensi peraturan pemerintah; (2) Integritas terkait setidaknya dengan sistem seperti halnya dengan masalah karakter, sikap, dan kebiasaan orang dalam bisnis dan keuangan serta dalam posisi tanggung jawab lainnya, hal ini sepertiditungkapkan oleh; (3) integritas dipertaruhkan ketika motivasi mementingkan diri sendiri dan keserakahan mengesampingkan keprihatinan akan kebenaran dan kejujuran moral. Individu yang mengabaikan semua aturan bisnis yang bertanggung jawab dan mementingkan diri sendiri hanya pada keuntungan jangka pendek juga cenderung melangkahi garis tipis yang memisahkan kelihaiian dari penipuan dan penipuan [20].

Di urutan selanjutnya adalah profesionalisme, sebanyak 10 dari 22 perusahaan atau 43% mengungkapkan secara eksplisit nilai etika dalam laporan keberlanjutan mereka. Profesionalisme dapat dinyatakan sebagai komitmen dari para anggota suatu profesi untuk meningkatkan kemampuannya secara berkelanjutan.

Profesionalisme dapat juga dinyatakan sebagai bentuk komitmen dari para anggota suatu profesi untuk senantiasa mewujudkan dan meningkatkan kualitas profesionalnya melalui peningkatan ilmu pengetahuan, kompetensi, ketrampilan dengan tetap memegang tanggung jawab moral dalam menjalankan tugas dalam pencapaian tujuan organisasi. Tabel 1 memuat nilai-nilai etika yang amat diperhatikan perusahaan.

Profesionalisme dapat dilakukan dengan membuat administrasi modern yang berfokus pada penciptaan keterampilan, kemampuan, pengalaman, dan adaptasi berkelanjutan mengenai

perubahan dalam lingkungan, yang mengarah pada pencapaian tujuan organisasi [21].

Tabel 1. Nilai-nilai Etika

Nilai-nilai Etika	
integritas	komitmen
visioner	transparansi
independen	kewajaran
peduli	<i>excellence</i>
profesional	peduli lingkungan
tulus	ikhlas
tanggung jawab	kreatif
orientasi konsumen	welas asih
bertaqwa	<i>team work</i>
reputasi	antusias
terbuka	rasional
akuntabel	tanggungjawab
inspiratif	cepat tanggap
visioner	inofatif
kompeten	jujur
disiplin	konsisten
inovatif	dapat dipercaya
bersahaja	beriman
sinergi	harmonis
totalitas	<i>safely</i>

Pada urutan ketiga, nilai etika yang banyak dipilih adalah *excellence*, yaitu sebesar 7 perusahaan dari 22 perusahaan yang diamati, atau sebesar 31% dari total perusahaan yang diteliti. *Excellence* ini banyak dipilih oleh perusahaan jenis perbankan, misalnya Bank Tabungan Negara dan Bank Mandiri serta jasa konstruksi seperti PT. Wijaya Karya dan PT. Waskita Karya. Menurut PT. Wijaya Karya Memberi hasil unggul kepada pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. *Excellence* ini dapat dilakukan dengan cara membangun budaya berbasis etika bisnis yang bertanggung jawab pada sosial dan lingkungan, dengan merujuk pada konsep *triple bottom line*, yaitu *profit, people, planet*, seperti yang dilakukan oleh Bank Mandiri.

Orientasi pelanggan yang menduduki urutan keempat sebagai nilai etika yang dinyatakan secara eksplisit dalam pelaporan keberlanjutan, yaitu 7 dari 22 perusahaan yang diamati, atau 27%. Nilai

ini lebih banyak dipilih sebagai komitmen etika oleh perusahaan perbankan dan telekomunikasi. Orientasi pelanggan dapat dilakukan dengan senantiasa menempatkan pelanggan internal dan eksternal sebagai fokus untuk membangun pengalaman positif yang saling menguntungkan dan tumbuh berkesinambungan [23].

Urutan berikutnya adalah tanggung jawab (*responsibility*), nilai etika ini dinyatakan oleh 4 perusahaan dari 22 perusahaan yang diteliti, atau sebesar 18%. Tanggung jawab ini dapat diinterpretasikan sebagai wujud penerimaan tanggung jawab perusahaan kepada publik sehingga dalam bertindak harus mengutamakan kepentingan publik, menghormati kepercayaan publik, dan menunjukkan komitmen terhadap profesionalisme.

Di urutan selanjutnya terdapat lima nilai etika yang diungkapkan oleh perusahaan dengan komposisi 13,6%, maksudnya bahwa masing-masing nilai ini dipilih oleh 3 perusahaan dari 22 perusahaan yang diteliti. Kelima nilai tersebut adalah kepercayaan (*trust*), akuntabilitas (*accountability*), transparan (*transparency*), tulus (*sincere*), disiplin (*discipline*), dan inovatif (*innovative*).

Kepercayaan diperlukan dalam melakukan penilaian profesional ketika menghadapi menyelesaikan dilema etika, serta mendukung sistem ekonomi yang kompleks. Memperbaiki transparansi dan melaporkan hal-hal yang positif merupakan dua cara terpenting untuk membangun kepercayaan publik terhadap bisnis.

Pada hakikatnya etika dan berperilaku etik ini diperlukan dalam setiap pekerjaan, apapun profesinya. Hal ini seperti apa yang diutarakan oleh Bishop (2000), “*cultural systems of trust...are directly relevant to business ethics*” [24]. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa budaya untuk saling mempercayai sangatlah relevan dengan

etika bisnis. Hal ini dapat dipahami bahwa dalam pengelolaan bisnis ada pemilik dan pihak yang mengelola. Ketika bisnis dijalankan oleh pengelola, maka satu-satunya yang dijadikan pegangan adalah kepercayaan, bahwa harta yang dimiliki oleh pemilik akan dikelola dengan jujur oleh si pengelola [25]. Membangun keyakinan dan prasangka baik dalam hubungan yang tulus dan terbuka berdasarkan kehandalan dalam mengelola perusahaan akan menjadikan perusahaan memiliki juga akan membuat reputasi yang lebih baik bagi perusahaan.

Beberapa nilai etika lain juga telah menjadi motivasi bagi perusahaan untuk memenuhi harapan para *stakeholder*. Niat Baik perusahaan-perusahaan BUMN tersebut dalam mengungkapkan nilai-nilai etika dalam laporan keberlanjutan mereka, meskipun tidak seragam, menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjaankan perusahaan dengan berlandaskan etika dan integritas. Termasuk dalam hal ini adalah keinginan perusahaan agar diterima oleh masyarakat luas karena transparansi yang dilakukannya, sehingga image yang baik akan meningkatkan nilai kompetitif perusahaan sehingga dapat mendorong terciptanya perubahan dalam perilaku pelaporan [26].

Tabel 2. Nilai-nilai Etika Utama Diungkapkan dalam pelaporan keberlanjutan BUMN

Nilai-nilai Etika Utama Diungkapkan dalam pelaporan keberlanjutan BUM
integritas
profesionalisme
<i>excellence</i>
orientasi konsumen
tanggung jawab
akuntabel
tulus
disiplin
dapat dipercaya
transparan

Meskipun nilai etika yang diusung tidak sama bagi tiap-tiap perusahaan,

namun mereka telah mengungkapkan prioritas nilai etika yang dianggap penting bagi perusahaan mereka. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa etika adalah masalah yang menyangkut semua perusahaan, bukan hanya perusahaan BUMN. Ketika suatu perusahaan dapat berperilaku secara etis, maka akan dianggap sebagai perusahaan yang mampu menjalankan praktik bisnis dengan baik. Perusahaan yang menjalankan etika dengan baik, bukan hanya sekedar mematuhi peraturan, akan menunjukkan tindakan yang berbeda seperti membuat kode etik, kode etik, komite etika dan bahkan memberikan pelatihan kepada karyawan terkait dengan etika dan integritas [27].

Etika sering disebut ketika ada sekelompok orang yang mewakili perusahaan dan itu adalah alat yang tepat untuk mengelola perilaku mereka [28]. Harapan dari masyarakat yang lebih besar adalah bahwa perusahaan tidak hanya harus menghormati hukum, tetapi juga berbagi standar etika masyarakat. Imbal baliknya seringkali bukan hanya reputasi yang baik, tetapi juga menambah keunggulan kompetitif dan laba perusahaan [27]. Ketika etika dan integritas digabungkan dalam sebuah organisasi, orientasi positif biasanya didapatkan dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, tanpa etika dan integritas, yang didapatkan perusahaan adalah citra yang buruk dan kurangnya dukungan masyarakat terhadap perusahaan [20].

Hampir semua perusahaan yang diamati dalam penelitian ini tidak mengungkapkan GRI 102-17. Hal ini karena Standar GRI mengizinkan GRI 102-17 untuk tidak dilaporkan. GRI 102-17 menyarankan agar perusahaan untuk melaporkan informasi yang berkaitan dengan mekanisme internal dan eksternal mengenai, yaitu (1) pencarian nasihat tentang perilaku etis dan sah, dan integritas perusahaan; (2) melaporkan kepedulian terhadap perilaku yang tidak

etis atau melanggar hukum, dan integritas perusahaan.

Memperbaiki transparansi dan melaporkan hal-hal yang positif merupakan dua cara terpenting untuk membangun kepercayaan publik terhadap bisnis. Pada akhirnya pengungkapan laporan keberlanjutan akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Disamping itu, dengan adanya pelaporan berkelanjutan akan meningkatkan loyalitas karyawan, karena diungkapkannya etika dan integritas serta pengungkapan komitmen perusahaan tentang pengembalian sumber daya manusia di lingkungan perusahaan dapat mendorong karyawan lebih produktif. Disamping itu pengungkapan etika dan integritas dalam laporan keberlanjutan juga menunjukkan komitmen perusahaan untuk memenuhi standar dan kode etik yang telah ditentukan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga memudahkan perusahaan dalam menambah modalnya di masa depan.

Pengungkapan etika dan integritas dalam pelaporan keberlanjutan ini juga dapat meningkatkan komitmen perusahaan untuk selalu berperilaku etis, terutama berkaitan dengan limbah yang dihasilkan oleh proses produksi. Secara tidak langsung, pengungkapan etika dan integritas dalam pelaporan keberlanjutan perusahaan akan mendorong perusahaan untuk mengumpulkan informasi tentang proses dan dampak yang mungkin tidak mereka ukur sebelumnya. Dengan data baru tersebut selain menciptakan transparansi yang lebih besar tentang kinerja perusahaan juga dapat memberi informasi yang diperlukan untuk mengurangi penggunaan sumber daya alam, meningkatkan efisiensi dan meningkatkan kinerja operasional perusahaan.

Selain itu, laporan keberlanjutan dapat mempersiapkan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi risiko lingkungan dan sosial yang mungkin berdampak keuangan pada bisnis mereka,

sehingga bisnis dapat dijalankan dengan baik sesuai dengan standar dan perundangan-undangan yang berlaku namun tetap memperhatikan aspek sosial, lingkungan dan keuangan.

4. Kesimpulan

Kebutuhan pengetahuan yang semakin meningkat membuat informasi tentang integritas, etika dan anti korupsi dalam suatu perusahaan menjadikan alasan pentingnya pelaporan keberlanjutan dikomunikasikan kepada masyarakat secara luas. Bukan hanya komunikasi yang lebih transparan akan dibutuhkan oleh investor untuk melihat peluang investasi, tetapi juga oleh masyarakat yang telah mengalihkan fokusnya dari laba jangka pendek ke keberlanjutan jangka panjang, dengan demikian memastikan bahwa sumber daya digunakan sedemikian rupa dengan mempertimbangkan asas etika.

Perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Negara sejatinya secara aktif harus berpartisipasi dalam memberikan informasi yang diperlukan terutama yang berkaitan dengan informasi yang bersifat kualitatif. Dalam penelitian ini terbukti bahwa mayoritas perusahaan komit untuk mengungkapkan etika dan integritas, sesuai yang diminta oleh G4-56 bagi yang menggunakan standar G4, dan GRI 102-16 bagi yang menggunakan standar GRI. Dan hampir semua perusahaan tidak mengungkapkan GRI 102-107 karena memang standar GRI membolehkan untuk menghilangkan hal tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan hanya akan mengungkapkan apa yang disyaratkan oleh standar saja. Namun, perusahaan-perusahaan tersebut harus menyadari perlunya informasi yang lebih transparan, sehingga sejatinya mereka mengungkapkan semua yang disarankan oleh standar.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan laporan keberlanjutan sebagai sumber data yang

sekaligus menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Ke depan akan lebih baik bila penelitian ini dilanjutkan dengan menggali lebih dalam latar belakang alasan pemilihan nilai etika yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan kepada pembuat laporan. Penelitian ini juga dapat dilanjutkan dengan menggunakan penelitian kualitatif sebagai metodenya.

Daftar Rujukan

- [1] James, M. L. Voluntary Sustainability Reporting: A Case Exploring Ethical, Regulatory, and Strategic Considerations. *Journal of the International Academy for Case Studies* 2015;21(2):79-87.
- [2] Ioannou, I., & Serafeim, G. The Consequences of Mandatory Corporate Sustainability Reporting. *Harvard Business School Research Working Paper* 2017;11-100. DOI: 10.2139/ssrn.1799589
- [3] Herda, D., Taylor, M. E., & Winterbotham, G. The Effect of Country-Level Investor Protection on the Voluntary Assurance of Sustainability Reports. *Journal Of International Financial Management and Accounting* 2014;209-236. DOI: 10.1111/jifm.12018
- [4] Douppnik, & Perera. *International Accounting (Third Edition)*. New York: McGraw-Hill Irwin; 2012.
- [5] GRI. About GRI Vision and Mission. n.d. www.globalreporting.org
- [6] English, D., & Schooley, D. The Evolution of Sustainability Reporting. *The CPA Journal* 2014;84(3):26-35.
- [7] Hughen, L., Lulseged, A., & Upton, D. Improving stakeholder value through sustainability and integrated reporting. *The CPA Journal* 2014;84(3):57-81.
- [8] IAI. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba; 2018.

- [9] UUPT. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. 2007. www.hukumonline.com (accessed Date, 2019)
- [10] GSSB. Consolidated Set Of GRI Sustainability Reporting Standards. Amsterdam: GSSB; 2016.
- [11] Smit, A. M., & Bierman, E. J. An evaluation of the reporting on ethics and integrity of selected listed motor vehicle companies. *African Journal of Business Ethics* 2017;11(1):82-102. DOI: 10.15249/11-1-152
- [12] Mpinganjira, M., Roberts-Lombard, M., Wood, G., & Svensson, G. Embedding the ethos of codes of ethics into corporate South Africa. *European Business Review* 2015;28(3):333-351. DOI: 10.1108/EBR-04-2015-0039
- [13] Bertens, K. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2004.
- [14] De George, R. T. *Competing with integrity in international business*. New York: Oxford University Press; 1993.
- [15] Al-Khatib, J., Robertson, C., Stanton, A. D., & Vitell, S. Business ethics in the Arab Gulf States: a three-country study. *International Business Review* 2002;11(1):97-111. DOI: 10.1016/S0969-5931(01)00049-X
- [16] Harris, J., Sapienza, H., & Bowie, N. Ethics and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 2009;24(5):407-418. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2009.06.001
- [17] Schreier, M. *Qualitative Content Analysis in Practice*. City Road, London: Sage Publications, Inc; 2012.
- [18] Krippendorff, K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, California: Sage Publication, Inc; 2004.
- [19] Czimbala, B., & Brooks, M. *Ethics & Integrity*. 2006. www.abundancecompany.com
- [20] Becker, G. K. Integrity As Moral Ideal and Business Benchmark. *Journal of International Business Ethics* Marietta 2012;2(2):84-88.
- [21] Lee, K. J. Attitudinal dimensions of professionalism and service quality efficacy of frontline employees in hotels. *International Journal of Hospitality Management* 2014;41:140-148. DOI: 10.1016/j.ijhm.2014.05.015
- [22] Mandiri, B. *Sustainability Report 2017*. Jakarta: Bank Mandiri; 2017.
- [23] Bishop, J. D. *Ethics and Capitalism*. Toronto: University of Toronto Publishers; 2000.
- [24] Ekasari, K. [Re]Konstruksi Pendidikan Akuntansi Pada Pendidikan Tinggi Vokasi: Suatu Refleksi Kritis. Batam: Paper dipresentasikan pada Seminar Nasional Akuntansi Vokasi 6 di Politeknik Negeri Batam; 2016.
- [25] Lynch, M., Lynch, N., & Casten, D. The expanding use of sustainability reporting. *The CPA Journal* 2014;84(3):19-24.
- [26] Tinjala, D., Pantea, L., & Alexandru, B. Business Ethics and Integrity: A Case Study on 300 US Listed Companies. *Studia Universitatis "Vasile Goldis" Arad Economics Series* 2015:63-80. DOI: 10.1515/sues-2015-0013
- [27] Navratil, S. The difference between ethics and integrity. 2007. www.zoomstart.com