

## **Analisis Materialitas Laporan Keberlanjutan pada Perusahaan Go Public Consumer Goods 2020**

**Calvin Restu Junior Sungloria**

Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta, 14350, Indonesia  
calvinsangloria@gmail.com

**Carmel Meiden**

Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta, 14350, Indonesia  
cmeiden2@gmail.com

### **Abstract**

*In this industrial era, one of the industries with rapid development and closely related to society and the environment is the Consumer goods industry. The relationship between the Consumer goods sector and the community and the environment does not eliminate negative phenomena in the implementation of its activities. Several cases related to the environment were found in the company's Consumer goods. Therefore, research is needed with the aim of knowing the company's compliance with applicable and applied standards. The research method was carried out using descriptive qualitative methods with the aim of describing the results of the analysis based on theory as a reference in determining company compliance regarding the definition of materiality, the role of stakeholders, and the main material issues. The conclusion that can be drawn is that the materiality by the Consumer goods sector is quite good, but there is still a lot of room and effort to be improved in the next assessment. For issuers who have implemented materiality well, it should be maintained and for those who have not been good, it can be increased again.*

**Keywords:** *stakeholders, materiality, sustainability report*

### **Abstrak**

Pada era industri ini, salah satu industri dengan perkembangan pesat serta berkaitan erat dengan masyarakat dan lingkungan adalah industri *Consumer goods*. Ikatan hubungan antara sektor *Consumer goods* dengan masyarakat serta lingkungan tidak serta merta menghilangkan fenomena negatif pada pelaksanaan kegiatannya. Beberapa kasus berkaitan dengan lingkungan ditemukan pada perusahaan *Consumer goods*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian dengan tujuan mengetahui kepatuhan perusahaan akan standar pengungkapan yang berlaku maupun diterapkan. Metode penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan agar mendeskripsikan hasil analisis berpedoman pada teori sebagai acuan dalam penelitian untuk menentukan kepatuhan perusahaan terkait definisi materialitas, peran pemangku kepentingan, dan isu material utama. Kesimpulan yang dapat diambil adalah penilaian materialitas oleh sektor *Consumer goods* sudah cukup baik, namun masih memiliki banyak ruang maupun upaya agar dapat ditingkatkan lagi dalam penilaian berikutnya. Bagi emiten yang sudah menerapkan penilaian materialitas dengan baik agar kiranya dipertahankan dan untuk yang belum baik agar dapat ditingkatkan kembali.

**Kata Kunci:** pemangku kepentingan, materialitas, laporan keberlanjutan

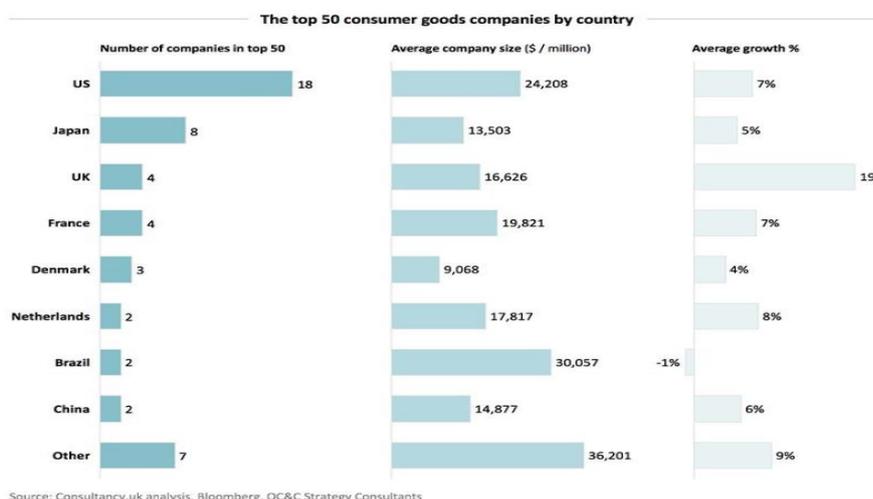
## I. PENDAHULUAN

*Corporate Social Responsibility* merupakan konsep daripada tanggung jawab perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingan dalam artian seluruh aspek dalam perusahaan (contohnya pemegang saham, direksi, manajemen, masyarakat serta lingkungan) (Irene, 2021). Dalam pengungkapannya, CSR memerlukan media sebagai perantara pengantar informasi kepada pemangku kepentingannya, salah satu sarana yang dipakai adalah laporan keberlanjutan (*Sustainability report*). Dilansir dari *esgtoday.com*, berdasarkan penuturan GRI, pada umumnya *Sustainability* pada masa kini merupakan praktik sukarela (Segal, 2020).

Dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan, perusahaan berpedoman pada *Global Report Initiative* (GRI). Dalam penerapannya, *GRI Standard* masih menjadi pedoman paling dominan diantara pedoman lainnya (Adrian et al., 2020). *Global Report Initiative* (GRI). Dilansir dari *greenco-esg.com*, GRI berguna bagi perusahaan dengan struktur laporannya yang fleksibel dan berkelanjutan serta memastikan bahwa proses dan topik akan selalu *up-to-date* (*greenco-esg.com*, 2019).

Dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, peran pemangku kepentingan sangatlah dibutuhkan. Pemangku kepentingan sangat berperan dalam mengidentifikasi, menangani, serta melaporkan isu material keberlanjutan agar sesuai dengan ekspektasi pemangku kepentingan yang terus berubah (Kaur & Lodhia, 2019).

Pada era industri saat ini, manufaktur merupakan salah satu industri terbesar di dunia. Dilansir dari *mckinsey.com*, manufaktur mencatatkan sekitar 16 % GDP dunia dan 14 % lapangan pekerjaan (Manyika et al., 2012). Salah satu industri yang perkembangannya sangat pesat adalah industri *Consumer goods*. Industri *Consumer goods* adalah sebuah sektor usaha dimana mereka memproduksi barang serta menjualnya dengan tujuan untuk digunakan langsung oleh si pembeli untuk penggunaan serta kesenangan mereka sendiri dan biasanya produk yang diproduksi adalah yang dibeli oleh individu atau rumah tangga dibandingkan perusahaan maupun industri (Hayes, 2021).



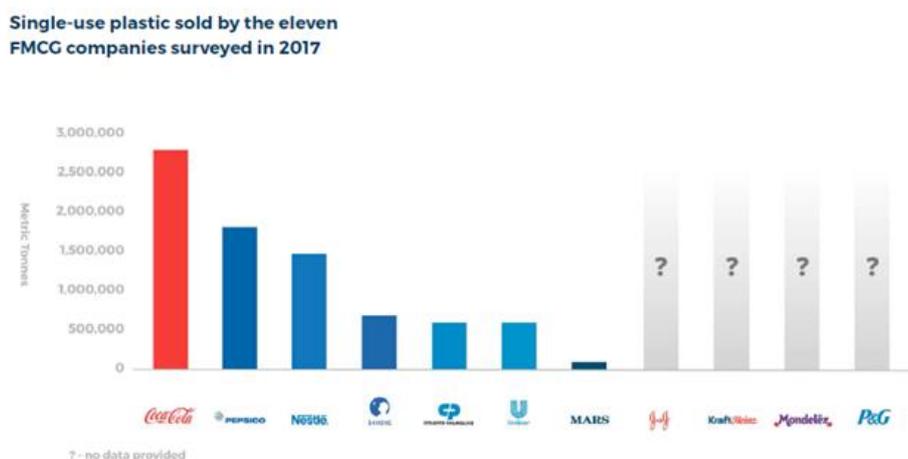
**Gambar 1. 50 Perusahaan Consumer goods Terbaik**  
Sumber: [www.consultancy.uk](http://www.consultancy.uk), 2017

Berdasarkan Gambar 1 tersebut, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017, industri *Consumer goods* di dunia sudah memiliki pasar yang sangat besar. Hal ini terbukti dengan Amerika Serikat menduduki peringkat pertama dengan jumlah perusahaan *Consumer goods* terbaik terbanyak, yaitu 18 perusahaan disusul oleh Jepang (8 perusahaan), Inggris & Prancis (4 perusahaan), Denmark (3 perusahaan), Belanda; Brazil; China (2 perusahaan), serta lainnya (7 perusahaan).

Selain itu, besarnya pasar industri *Consumer goods* di dunia dapat dilihat dengan ukuran rata-rata dari perusahaan di setiap negara di posisi \$9.068 juta USD (terendah) hingga \$ 36.201 juta USD (tertinggi) dengan pertumbuhan rata-rata antara -1% sampai dengan 19 %.

Berdasarkan hal yang telah dikemukakan sebelumnya, menunjukkan bahwa sektor *Consumer goods* memiliki pasar yang besar dan sangat erat kaitannya dengan masyarakat dan lingkungan. Dengan besarnya pasar dan eratnya hubungan antara industri sektor *Consumer goods* dengan lingkungan, manusia, serta pendapatan perusahaan (*Triple Bottom Line*) membuat peneliti akhirnya mengambil sektor ini sebagai sektor utama penelitian dengan batasan-batasan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Namun, dengan ikatan hubungan antara sektor *Consumer goods* dengan masyarakat serta lingkungan tidak serta merta menghilangkan fenomena negatif pada pelaksanaan kegiatannya. Salah satu kasus terjadi pada PT Unilever Indonesia, Tbk. Perusahaan yang bergerak dibidang *Consumer goods* ini tersandung kasus (15/08/2017), dimana berdasarkan hasil investigasi tim metrorakyat.com ditemukan saluran parit yang lokasinya tidak jauh dari perusahaan yang airnya sudah tercemar oleh limbah yang diduga sisa pembuangan dari PT Unilever Indonesia, Tbk (Metrorakyat, 2017). Selain itu, dilansir dari greenpeace.org sektor FMCG (*Fast moving Consumer goods*) adalah penyumbang dan penyebab krisis sampah plastik di dunia. Hal ini dibuktikan dengan survey dari Greenpeace US terhadap 7 perusahaan FMCG mengenai penjualan sampah plastik sekali pakai mereka pada tahun 2017.



**Gambar 2. Grafik Penjualan Plastik Sekali Pakai pada Perusahaan FMCG**

Sumber: Crisis of Convenience, 2017

Berdasarkan Gambar 2 tersebut, dapat dilihat bahwa Coca-cola menempati peringkat pertama dengan penjualan plastik sekitar 2.750.000 metrik ton, disusul oleh Pepsico, Nestle, Danone, Colgate-Palmolive & Unilever, Mars. Sedangkan untuk J&J, Kraft, Mondelez, serta P&G gagal untuk memberikan data total kuantitas penjualan plastik sekali pakai mereka di tahun 2017.

Berdasarkan beberapa permasalahan terhadap banyaknya kasus penyimpangan terhadap tanggung jawab sosial dari perusahaan, maka dibutuhkan penelitian untuk melihat serta menganalisis apakah yang menjadi topik penting material dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* suatu perusahaan, yang tertuang dalam *Sustainability report*, khususnya dalam hal ini sektor *consumer goods*. Adapun pada penelitian ini dipertimbangkan perlu adanya kejelasan terkait definisi materialitas, keterlibatan pemangku kepentingan, serta isu materialitas utama yang teridentifikasi dalam laporan keberlanjutan sektor *consumer goods*.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

*Stakeholder* atau pemangku kepentingan secara sederhana merupakan semua pihak yang dapat memberikan efek bahkan terkena imbas dari tujuan pencapaian organisasi (Parmar et al., 2014). Pada perusahaan, *sustainability report* telah digunakan oleh organisasi sebagai alat pengakuan kewenangan untuk mempengaruhi ekspektasi pemangku kepentingan terhadap perusahaan (Aryal, 2017). Oleh karena itu, topik di dalam pelaporan keberlanjutan suatu perusahaan memiliki kaitan erat dengan pemangku kepentingan sebagai penentu dalam perusahaan, khususnya isu-isu material yang menjadi topik penting tanggung jawab sosial bagi perusahaan.

### Teori Agensi (*Agency Theory*)

*Agency Theory* (Teori keagenan) merupakan suatu teori yang membahas terkait hubungan antara pemilik (*principal*) dengan pengelola (*agent*) yang terjadi di dalam organisasi. Menurut (Scott, 2015) teori agensi merupakan hasil dari pembelajaran mengenai rancangan kesepakatan yang dapat memotivasi para agen bertindak rasional atas nama *principal*. *Agency Theory* merupakan siklus dimana ketika pengelola (*agent*) diberikan delegasi atau wewenang untuk mengambil suatu keputusan dalam pengelolaan perusahaan oleh pemilik (*principal*) (Jensen & Meckling, 1976). Dalam *agency theory* dijelaskan bahwa *principal* dan *agent* memiliki agenda pribadi. Sebagai pengelola perusahaan, *Agent* tentu memiliki informasi yang lengkap dibanding *principal*. Dengan adanya perbedaan tersebut, memberi *opportunity* bagi *agent* untuk melakukan tindakan berkaitan dengan kepentingan pribadi atau menyembunyikan informasi agar tidak diketahui oleh *principal*. *Agency theory* menjadi alat bagi *principal* agar dapat memotivasi *agent* agar melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik sesuai dengan kepentingan *principal* agar perusahaannya dapat berkelanjutan.

### **Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Teori legitimasi sangat berguna untuk menganalisis perilaku organisasi perusahaan, karena di dalam teori ini dinyatakan bahwa sebuah organisasi akan bekerja secara terus menerus sesuai batasan serta nilai yang dianut oleh masyarakat disekitarnya untuk mencapai legitimasi (Maryanti et al., 2022). Sebagai upaya untuk memperoleh serta mempertahankan legitimasinya, perusahaan harus memiliki keterbukaan (*transparency*) terkait aktivitas operasionalnya yang berdampak pada lingkungan dengan melakukan pengungkapan sosial. Media yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan keterbukaannya adalah melalui *sustainability report* sebagai bukti konkrit perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan aturan dan undang-undang yang berlaku.

### **Laporan Keberlanjutan (*Sustainability report*)**

#### **1. Prinsip Pengungkapan *Sustainability report***

Pengungkapan *sustainability report* memiliki 7 keuntungan utama dalam berbisnis, yaitu dari segi kinerja keuangan; akses modal; inovasi, reduksi limbah, dan efisiensi; manajemen resiko; reputasi dan kepercayaan ; rekrutmen dan loyalitas karyawan; serta keuntungan sosial (Ernst & Young LLP, 2013). Dalam *Global Reporting Initiative* (2016) terdapat beberapa standar prinsip-prinsip pelaporan dalam menentukan isi laporan pada suatu pengungkapan yang wajib ditampilkan dalam *sustainability report*, yaitu:

- a. **Inklusivitas Pemangku Kepentingan**  
Organisasi yang melakukan pengungkapan wajib melakukan identifikasi terhadap para pemangku kepentingannya.
- b. **Konteks Keberlanjutan**  
*Sustainability report* wajib menampilkan kinerja organisasi dalam konteks keberlanjutan dalam aktivitas bisnis berpengaruh secara nyata terhadap penciptaan nilai-nilai bisnis disertai upaya dalam mengatasi masalah sosial kemanusiaan serta lingkungan.
- c. **Materialitas**  
*Sustainability report* harus mencakup aspek yang memiliki dampak pada ekonomi, sosial, serta lingkungan yang signifikan dari organisasi.
- d. **Kelengkapan**  
*Sustainability report* harus mencakup aspek material dan *Boundary* dari suatu perusahaan yang komprehensif dalam memperlihatkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang signifikan.

#### **2. Standar *Sustainability report***

Sebagai upaya dalam mengintensifkan keberlanjutannya, perusahaan wajib memperlihatkan konsep 3P, dimana perusahaan bukan mengutamakan laba (*Profit*), namun memiliki kontribusi positif untuk masyarakat (*People*) dan menjaga lingkungan serta kelestariannya (*Planet*).

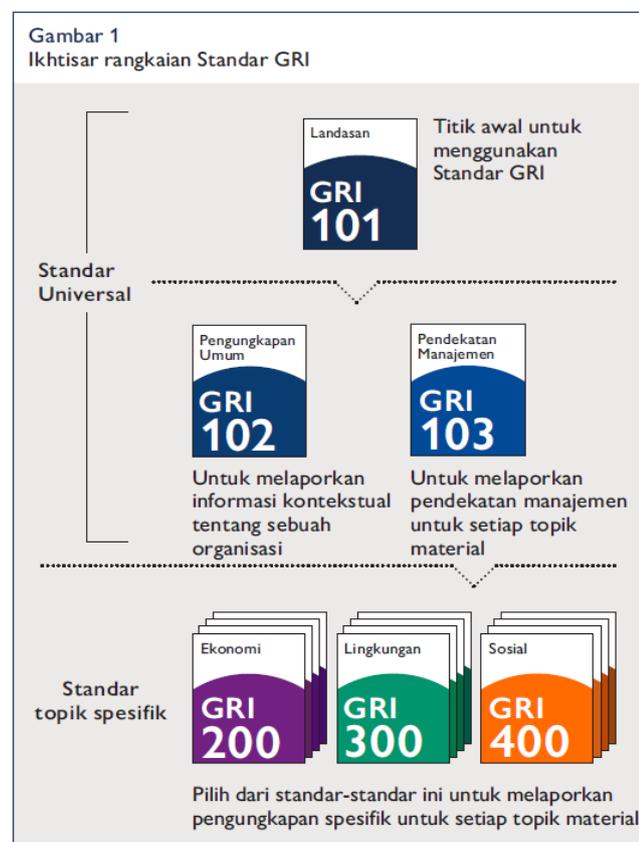
*Sustainability reporting* mengambil konsep berdasarkan *Triple Bottom Line* sebagai bentuk kelanjutan dari konsep pengembangan berkelanjutan (*sustainability development*) yang mengaitkan antara dimensi tujuan dengan tanggung jawab secara akurat, baik pemegang saham (*shareholder*) maupun pemangku kepentingan (*stakeholder*) secara akurat telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab, baik maupun *stakeholder* (Elkington, 1997).

### 3. Global Reporting Initiative (GRI)

GRI merupakan organisasi *non-profit* internasional menyebarkan pemahaman kepentingan publik visi global berkelanjutan kepada bisnis, organisasi, termasuk pemerintahan dalam upaya mengelola kinerja, dampak hak asasi manusia, serta korupsi.

### 4. GRI Standards 2016

Pembentukan GRI GSBB (*Global Sustainability Standard Board*) oleh GRI secara spesifik menangani standar *Sustainability report* pada tahun 2015. Kemudian, menjelang kuartal keempat tahun 2016, mulai berkembang GRI Standards. GRI Standards menunjukkan tata cara dalam pengungkapan laporan keberlanjutan sesuai dengan bentuk laporan keuangan perusahaan, laporan tahunan, serta laporan terpadu.



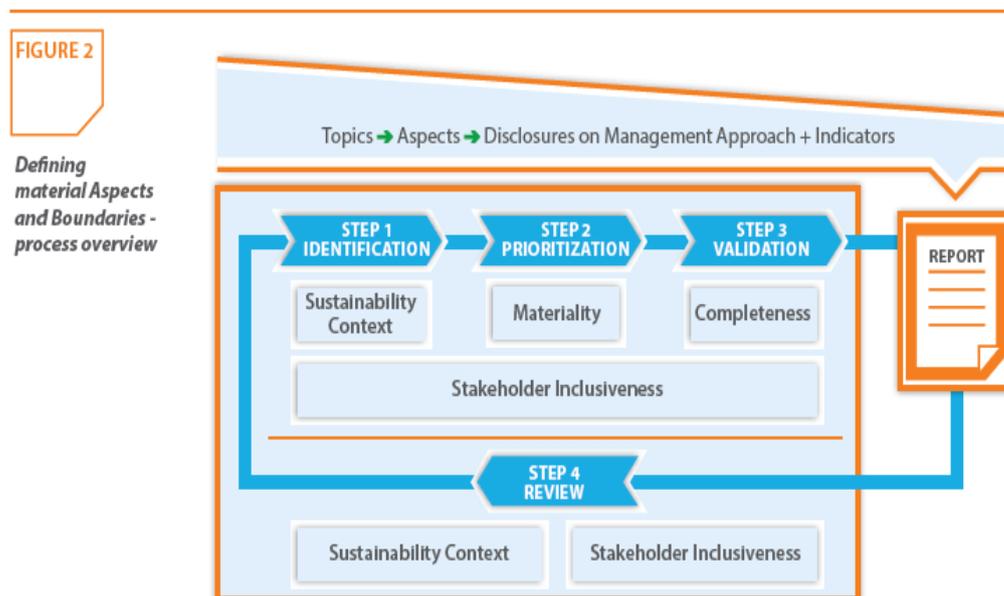
**Gambar 3. Ikhtisar Standar GRI**  
Sumber: [www.globalreporting.com](http://www.globalreporting.com), 2016

Berdasarkan Gambar 3 tersebut, GRI standards dibagi dalam tiga modul standar *universal*, yaitu GRI 101 (Landasan), GRI 102 (Pengungkapan Umum), serta GRI 103 (Pendekatan Manajemen). Kemudian, GRI standards juga terbagi atas 3 standar topik spesifik yaitu GRI 200 (Ekonomi), GRI 300 (Lingkungan), serta GRI 400 (Sosial).

### Penentuan Aspek Material dan Batasan

Berikut merupakan langkah dalam penentuan aspek material pada laporan keberlanjutan:

1. Identifikasi, yaitu identifikasi aspek dan topik relevan lainnya.
2. Prioritas, yaitu menentukan topik material untuk diungkapkan adalah prioritas berdasarkan pada prinsip materialitas dan keterlibatan pemangku kepentingan (GRI G4 *Implementation Manual*, 2013).
3. Validasi, yaitu melakukan validasi dimana prinsip utama pada langkah ini adalah prinsip kelengkapan serta keikutsertaan pemangku kepentingan dalam penyelesaian identifikasi isi dari laporan.
4. *Review*, yaitu tahap akhir yang dilakukan setelah perusahaan menerbitkan laporan serta sedang mempersiapkan pelaporan untuk periode selanjutnya.



**Gambar 4. Alur Proses Penentuan Aspek Material dan Batasan**

Sumber: GRI G4 *Implementation Manual*, 2013

### Pengungkapan *Sustainability report* dengan Pedoman *Global*

#### 1. *Reporting Initiative*

Pengungkapan laporan keberlanjutan merupakan kegiatan pengukuran, pengungkapan, meningkatkan transparansi perusahaan dan upaya akuntabilitas dari kinerja keuangan, yang dilaporkan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik untuk internal maupun eksternal (Chayandito, 2006).

## 2. Materialitas

Dalam pelaporan keuangan, secara general “Materialitas” dijadikan sebagai batasan dalam mempengaruhi keputusan ekonomi dari para pengguna laporan keuangan yang menggunakan laporan keuangan organisasi contohnya investor (Global Report Initiative, 2016). Dengan adanya materialitas ini, membuat perusahaan harus menemukan topik yang penting bagi perusahaan baik dari segi ekonomi, sosial maupun lingkungan, serta topik yang diungkapkan merupakan topik penting yang memiliki tingkat prioritas tinggi yang dapat mempengaruhi keberlanjutan perusahaan.

## III. METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang digunakan merupakan perusahaan *consumer goods go public* yang sudah terdaftar di masing-masing bursa efek tiap negara. Metode pengumpulan sampel yang dipakai dalam penelitian ini dengan pendekatan *purposive sampling* dimana perusahaan sudah terdaftar dan mempublikasikan *sustainability report* tahun 2020 dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *Consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek masing-masing negara.
2. Perusahaan menyajikan *sustainability report* dengan panduan GRI.
3. Perusahaan yang menyajikan *menu sustainability report* pada laman *website* perusahaan.

### Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat menjadi pembeda atau mengandung berbagai nilai yang berbeda antara satu dengan yang lainnya (Roger, 2016). variabel yang digunakan pada penelitian ini, yakni:

1. Definisi Materialitas mengenai cakupan atas definisi materialitas pada laporan keberlanjutan masing-masing emiten.
2. Peran pemangku kepentingan mengenai jumlah, peran, serta keterlibatan pemangku kepentingan terhadap laporan keberlanjutan pada masing-masing emiten.
3. Isu Material Utama mengenai jumlah masalah materialitas pada masing-masing emiten tingkat tinggi.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, terdapat tiga tahapan dalam melakukan analisis data, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Roger, 2016):

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dalam penelitian ini, dilakukan reduksi pada data yang terkumpul melalui pengkategorian serta memilih data penting yang dapat membantu peneliti dalam menyajikan data tersebut berupa pola, relasi antar data, serta membantu peneliti

dalam menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan mengumpulkan data perusahaan *consumer goods* pada 9 negara dengan mengunduh laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan melalui *website* resmi perusahaan. Perusahaan yang diambil mengacu pada 3 kriteria yang menjadi acuan dalam penentuan objek/ sampel penelitian yaitu berstandar GRI, mengungkapkan laporan keberlanjutan untuk tahun 2020, serta menampilkan atau mengungkapkan laporan keberlanjutannya pada *website* resmi perusahaan.

## 2. Penyajian Data (*Display Data*)

Dalam penelitian ini dengan adanya penyajian data, mempermudah dalam mendapatkan informasi serta memahami permasalahan yang terjadi. Setelah dilakukan reduksi data, selanjutnya peneliti akan melakukan penyajian data seperti grafik & tabel pada setiap batasan masalah. Dalam penelitian ini, setelah melalui tahapan reduksi data, kemudian dilakukan identifikasi standar yang digunakan oleh perusahaan serta mengidentifikasi isi laporan keberlanjutan terkait definisi materialitas, keterlibatan pemangku kepentingan, dan isu material yang penting bagi perusahaan.

## 3. Penarikan Kesimpulan (*Drawing Conclusion*)

Merupakan tahapan akhir dari analisis data kualitatif, dimana pada tahapan ini akan ditarik jawaban mengenai rumusan masalah penelitian berupa temuan baru yang belum ada sebelumnya. Temuan tersebut berupa deskripsi maupun gambaran dari objek penelitian, berdasarkan relasi interaktif dan kausal, serta teori maupun hipotesis. Dalam penelitian ini, dengan penyajian data yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yang meyakinkan (kredibel).

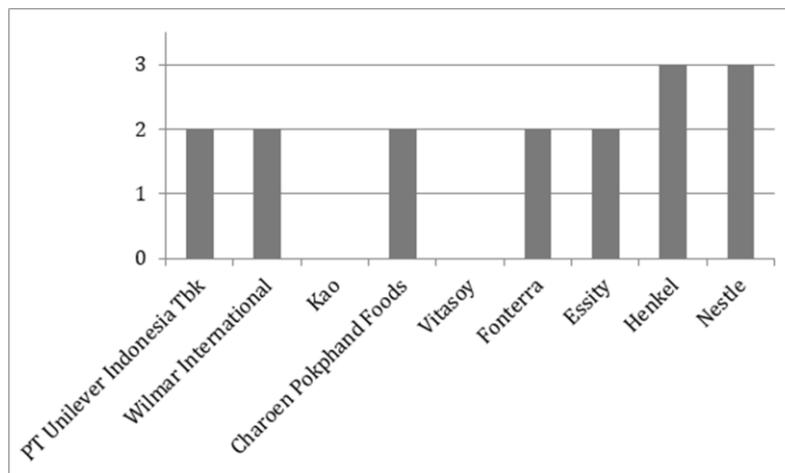
Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan untuk menemukan jawaban atas permasalahan sesuai dengan standar GRI dan AA1000AP, yakni dengan didasarkan pada kepatuhan perusahaan dalam mendefinisikan materialitas, keterlibatan pemangku kepentingan, serta isu material pada sektor *consumer goods*.

# IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## Definisi Materialitas

Terkait definisi isu materialitas yang dianalisis, mayoritas perusahaan sektor *consumer goods* yang memiliki definisi terkait materialitas bagi mereka dalam laporan keberlanjutan yang diungkapkan. Dari total 9 perusahaan yang diteliti, hanya ada 2 perusahaan yang tidak mengungkapkan definisi materialitas, yaitu Kao (Japan) dan Vitasoy (Hongkong).

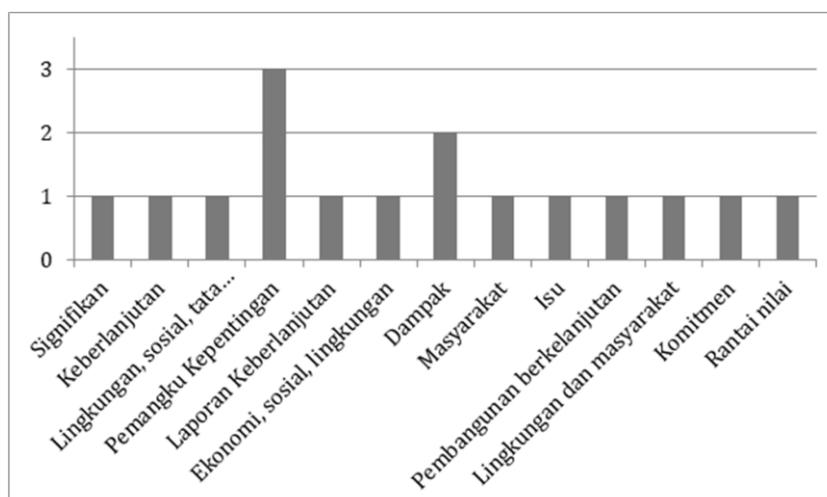
Dari tujuh perusahaan yang mengungkapkan definisi materialitasnya, ditemukan bahwa sebagian dari perusahaan mendefinisikan materialitas sebagai isu signifikan yang berdampak bagi pemangku kepentingan. Jumlah kata kunci yang terjaring pada masing-masing perusahaan dapat dilihat berdasarkan Gambar 5 berikut ini:



**Gambar 5. Jumlah Kata Kunci Definisi Materialitas**

Sumber: Data diolah kembali

Terdapat 13 kunci yang digunakan oleh 9 perusahaan dalam mendefinisikan materialitasnya. Kata kunci tersebut antara lain signifikan; keberlanjutan; lingkungan, sosial, tata kelola; pemangku kepentingan; laporan keberlanjutan; ekonomi, sosial, lingkungan; dampak; masyarakat; isu; pembangunan berkelanjutan; lingkungan dan masyarakat; komitmen; dan rantai nilai. Dari 13 kata kunci tersebut, yang paling banyak digunakan adalah pemangku kepentingan yaitu sebanyak 3 emiten. Selain itu, terdapat 2 emiten yang mendefinisikan materialitas sebagai isu yang berpengaruh juga terhadap dampak. Terkait frekuensi penggunaan kata kunci oleh perusahaan dapat dilihat berdasarkan Gambar 6 berikut ini:



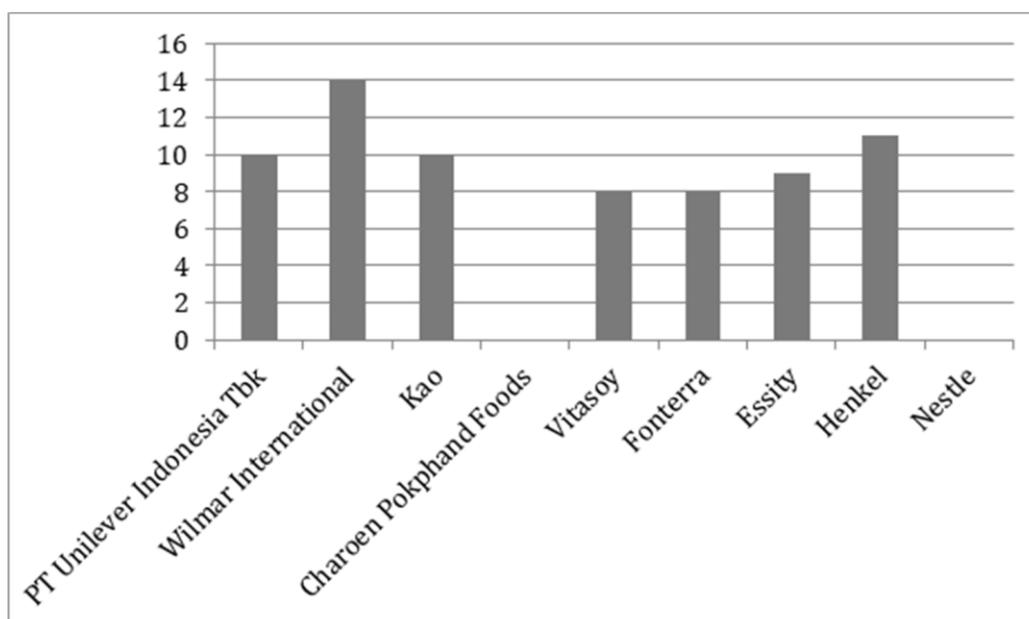
**Gambar 6. Frekuensi Penggunaan Kata Kunci dalam Definisi Materialitas**

Sumber: Data diolah kembali

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa mayoritas perusahaan *consumer goods* yang dianalisis telah mengemukakan definisi materialitas dari penilaian materialitas di dalam laporan keberlanjutan. Dari 9 perusahaan *consumer goods*, PT Unilever Indonesia Tbk, Wilmar International, Charoen Phokphand Foods, Fonterra, Essity, Henkel, dan Nestle memberikan penjelasan terkait bagaimana materialitas didefinisikan bagi perusahaan mereka, serta melakukan analisis materialitas berdasarkan standar GRI 2016. Sehingga melalui pengungkapan definisi materialitas ini, emiten dapat dilihat kesadaran akan menciptakan serta menyampaikan pemahaman secara menyeluruh kepada pemangku kepentingan yang juga sejalan dengan kriteria kepatuhan prinsip materialitas yang dikemukakan AA1000AP.

### Keterlibatan Pemangku Kepentingan

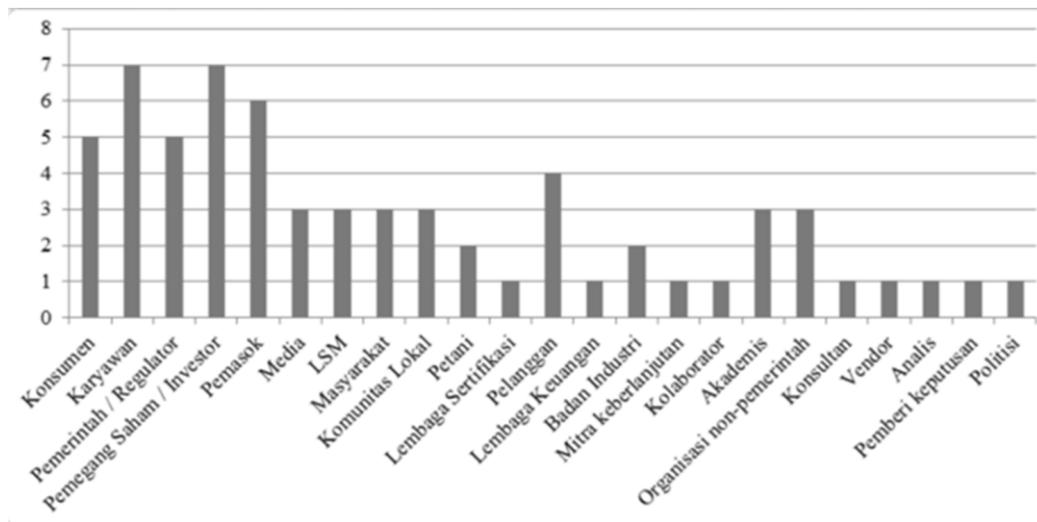
Terkait keterlibatan pemangku kepentingan yang dianalisis, mayoritas perusahaan sektor *consumer goods* yang mengungkapkan keterlibatan pemangku kepentingan mereka dalam laporan keberlanjutan yang diungkapkan. Dari total 9 perusahaan yang diteliti, hanya ada 3 perusahaan yang tidak mengungkapkan keterlibatan pemangku kepentingan, yaitu Charoen Phokpand Foods (Thailand), Essity (Sweden), dan Nestle (Switzerland). Dari tujuh perusahaan yang mengungkapkan keterlibatan pemangku kepentingan, ditemukan bahwa sebagian dari perusahaan mengungkapkan pemangku kepengentingannya dan yang paling banyak menyampaikan pemangku kepengentingannya adalah Wilmar International dengan 14 pemangku kepentingan. Berikut Gambar 7 yang menunjukkan jumlah pemangku kepentingan yang diungkapkan oleh masing-masing perusahaan *consumer goods*:



**Gambar 7. Jumlah Kata Kunci Definisi Materialitas**

Sumber: Data diolah kembali

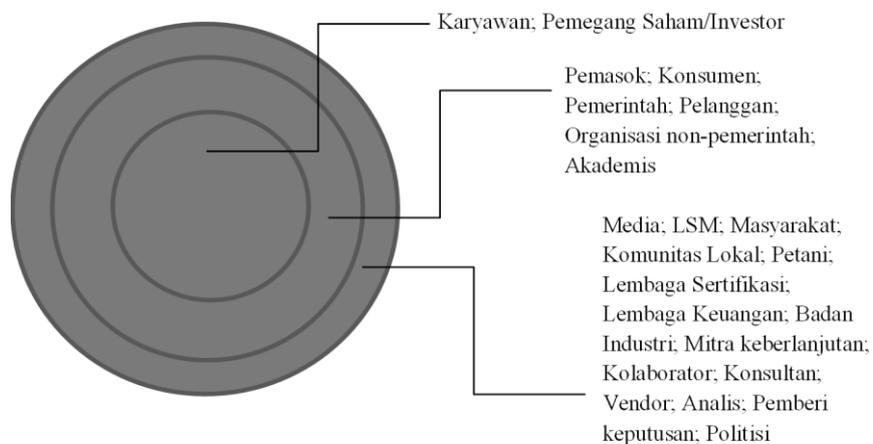
Secara umum kelompok pemangku kepentingan yang terlibat dalam penilaian materialitas laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan sama. Namun terdapat beberapa perusahaan yang menyampaikan daftar pemangku kepentingan dengan lebih rinci. Setelah melalui tahap reduksi data, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemangku kepentingan yang paling banyak diungkapkan dalam sektor *consumer goods* adalah pemegang saham/investor dan karyawan. Hal tersebut dapat dilihat melalui Gambar 8 frekuensi penggunaan pemangku kepentingan dibawah ini:



**Gambar 8. Jumlah Kata Kunci Definisi Materialitas**

Sumber: Data diolah kembali

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pemangku kepentingan dalam laporan keberlanjutan menunjukkan bahwa perusahaan *consumer goods* yang diteliti terlibat dengan para pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Berikut penjabaran (Gambar 9) pemangku kepentingan berdasarkan pada tingkat pengaruhnya bagi perusahaan:



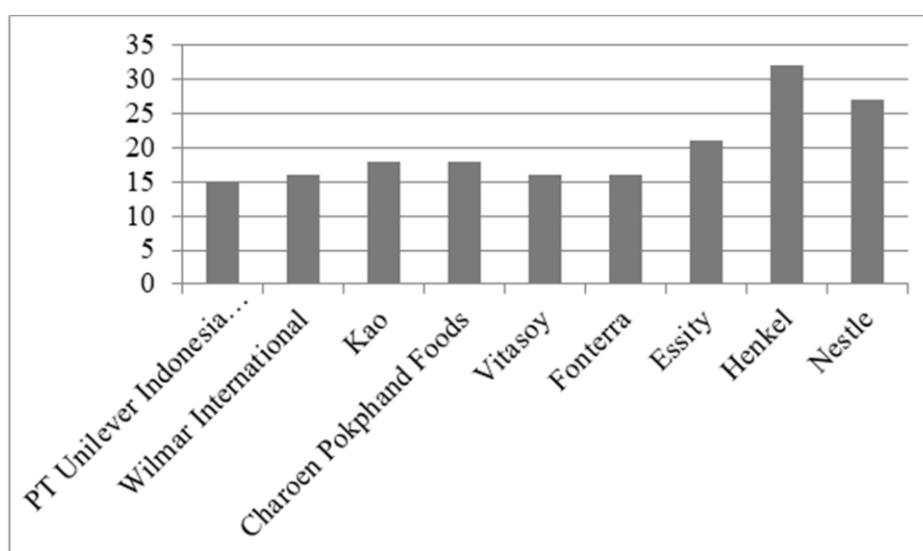
**Gambar 9. Pemangku Kepentingan Berdasarkan Tingkat Pengaruhnya**

Sumber: Data diolah kembali

Bila didasarkan pada penilaian materialitas menurut GRI G4, pemangku kepentingan dapat terlibat dalam pengidentifikasian, prioritas, validasi, serta *review*. Berdasarkan hasil analisa, sebagian besar perusahaan sudah mampu menerapkan beberapa tahapan tersebut. Akan tetapi terdapat ketidakseragaman dalam penerapan tahapan-tahapan tersebut dan beberapa malah melewatkan atau tidak menjelaskan secara rinci terkait tahapan penentuan aspek material dan batasan. Maka dalam hal ini perusahaan perlu mengungkapkan tahapan pelibatan pemangku kepentingan dengan lebih terperinci serta menerapkan pengungkapan sesuai dengan standar GRI G4 agar pelaporan lebih baik serta berkualitas. Dari hasil penelitian dapat terlihat bahwa setiap perusahaan berusaha mengungkapkan keterlibatan para pemangku kepentingan pada perusahaan mereka. Setiap perusahaan menempatkan pemangku kepentingan pada posisi yang sangat penting dimana terlihat dari banyaknya pemangku kepentingan yang terdiri dari berbagai kalangan.

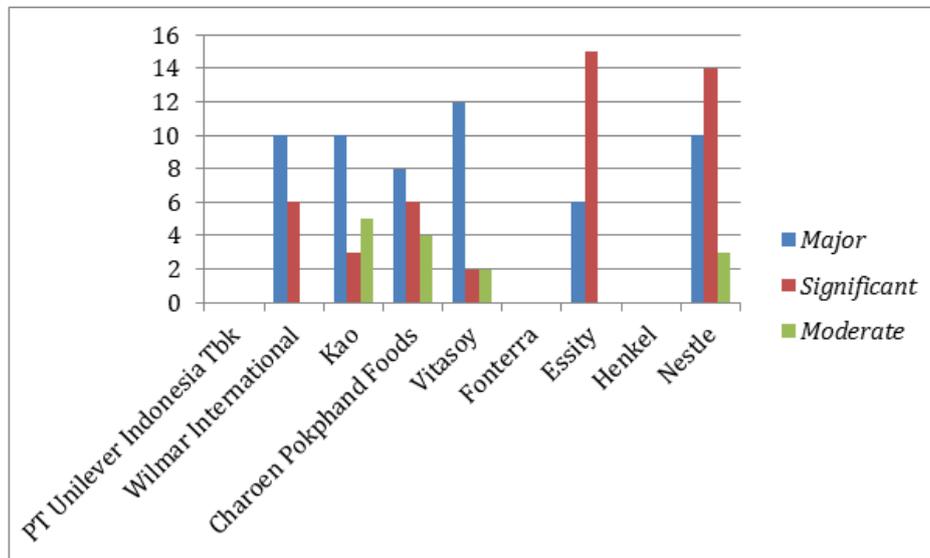
### Masalah Material Utama Teridentifikasi

Berdasarkan hasil analisis pada masalah materialitas utama yang teridentifikasi, ditemukan bahwa seluruh perusahaan sektor *consumer goods* yang dianalisa mengungkapkan isu material yang penting bagi mereka dalam berbagai bentuk yaitu bisa berupa matriks ataupun tabel. Perusahaan dengan jumlah isu material paling banyak adalah Henkel dengan isu material sebanyak 32 isu. Adapun diantara 13 masalah tersebut dibagi pada 3 tingkatan materialitas yaitu tinggi, sedang, rendah. Adapun dalam penilaian materialitasnya, perusahaan memberikan batasan 'prioritas' akan isu material yang mereka jadikan isu material utama. Tingkatan tersebut terbagi atas 3, yaitu 'Major', 'Significant', dan 'Moderate'. Berikut Gambar 10 yang menunjukkan jumlah isu serta tingkatan topik material pada masing-masing perusahaan:



**Gambar 10. Jumlah Isu Material pada Masing-Masing Perusahaan**

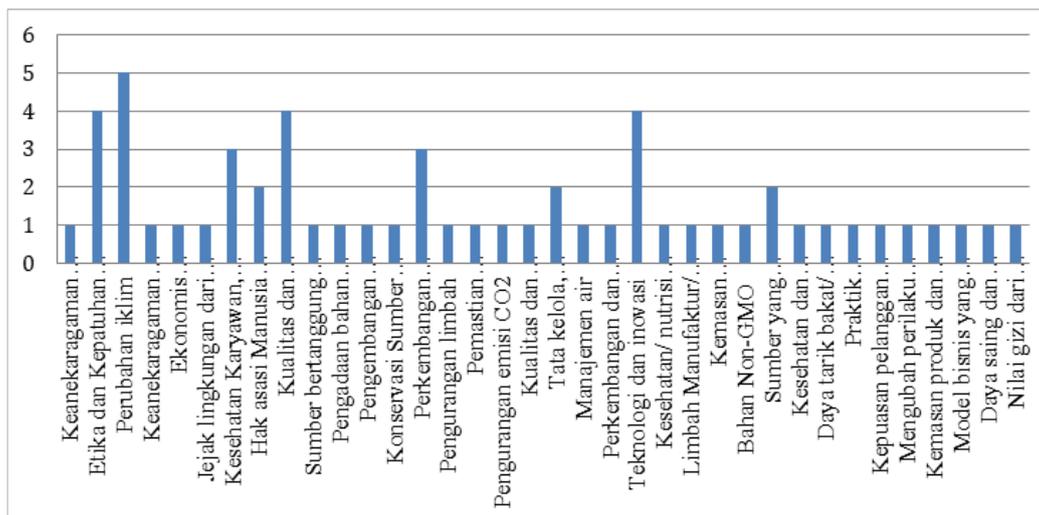
Sumber: Data diolah Kembali



**Gambar 11. Topik Material berdasarkan Tingkatan Materialitasnya**

Sumber: Data diolah kembali

Berdasarkan dari Gambar 11, terdapat tiga perusahaan yang tidak mengungkapkan tingkatan isu yang mereka ungkapkan dalam laporan keberlanjutan, yaitu PT Unilever Indonesia, Tbk, Fonterra, dan Henkel. Sedangkan enam perusahaan lainnya sudah mengungkapkan isu material mereka dalam laporan keberlanjutannya. Adapun frekuensi penggunaan atas masing-masing isu materialitas dapat dilihat melalui Gambar 12 di bawah ini:

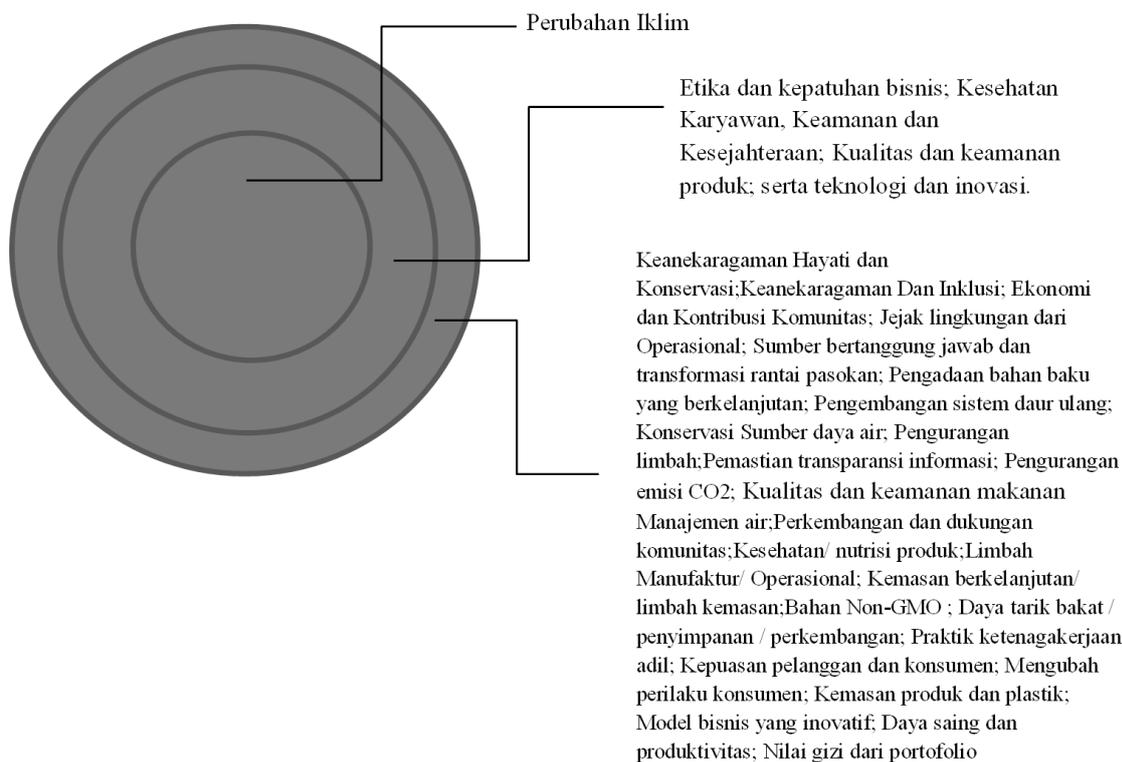


**Gambar 12. Frekuensi Isu Material Tingkat Tinggi**

Sumber: Data diolah kembali

Pada penelitian ini, 9 perusahaan yang dianalisa sudah melakukan identifikasi masalah materialitas dengan matriks materialitas ataupun tabel materialitas, sehingga hal ini sejalan dengan kriteria penilaian materialitas AA1000AP pada kriteria penentuan materialitas.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan masalah material tingkat tinggi berdasarkan dampaknya pada pemangku kepentingan, juga bagi lingkungan, sosial, dan ekonomi:



**Gambar 13. Urutan Masalah Material Tingkat Tinggi**

Sumber: Data diolah kembali

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Materialitas didefinisikan pada masing-masing laporan keberlanjutan perusahaan sektor *consumer goods* memiliki perbedaan masing-masing tergantung pada tujuan dan kepentingan perusahaan, namun dibalik itu semua tetap sesuai dengan konsep materialitas berdasarkan standar GRI diselingin pengembangan oleh perusahaan mengenai definisi materialnya se sesuai dengan kepentingan dan keadaan masing-masing perusahaan tersebut. Akan tetapi, di dalam penentuan definisi materialitasnya, perusahaan *consumer goods* memiliki 1 kata kunci yang dipakai oleh 3 dari 9 perusahaan yang dianalisa yakni pemangku kepentingan.
2. Pada perusahaan *consumer goods*, secara keseluruhan telah melakukan pelibatan pemangku kepentingan dengan sangat baik dengan berdasarkan tahapan pelibatan GRI G4 yang baik, dimana pemangku kepentingan yang dilibatkan tidak hanya berasal dari internal perusahaan saja, namun juga sampai ke pihak eksternal perusahaan.

Hal ini sangat penting bagi perusahaan karena pemangku kepentingan memiliki andil yang sangat besar dalam membantu perusahaan menentukan arah dan strategi usaha baik untuk sekarang maupun secara berkelanjutan. Namun, dari 9 perusahaan terdapat 2 perusahaan yang tidak mengungkapkan daftar pemangku kepentingan serta tahapan pelibatan pemangku kepentingan dalam laporan keberlanjutannya yaitu Charoen Phokphand Foods dan Nestle. Sedangkan untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan tahapan pelibatan pemangku kepentingan namun mengungkapkan daftar pemangku kepentingan adalah *Essity*.

3. Pada sektor *consumer goods* teridentifikasi perusahaan memperhitungkan masalah isu materialitas tingkat tinggi berdasarkan dampak luasnya terhadap aspek sosial, lingkungan serta ekonomi. Isu ekonomi berkaitan dengan kinerja ekonomi perusahaan. Sedangkan isu sosial terkait dengan bagaimana perusahaan memprioritaskan isu terkait kontribusi positif yang dapat diberikan kepada komunitas disekitar perusahaan, contoh kesehatan, kesejahteraan, dan hak asasi manusia. Kemudian, untuk isu lingkungan berkaitan kontribusi perusahaan terhadap alam dan sekitarnya sebagai hasil dari aktivitas usahanya. Dari 9 perusahaan sektor *consumer goods* terdapat 6 perusahaan yang melakukan identifikasi masalah material dalam tahapan penilaian materialitas Isu yang menjadi material tingkat tinggi pada perusahaan sektor *consumer goods*. Dari hasil penelitian analisis penilaian materialitas pada laporan keberlanjutan sektor *consumer goods* dianggap cukup baik, namun perlu ditingkatkan kepatuhan terhadap standar yang berlaku serta lebih detail dan jelas dalam pengungkapan laporan keberlanjutan.

### **Saran**

1. Diharapkan perusahaan yang belum lengkap dalam melaporkan laporan keberlanjutannya bisa melaporkan pengungkapan laporan keberlanjutannya sesuai dengan standar GRI (2016) maupun standar lainnya yang sesuai dengan kaidah.
2. Investor bisa menggunakan laporan keberlanjutan yang telah baik dan sesuai pelaporannya sebagai acuan dalam pengambilan keputusan sebagai salah satu informasi penting selain laporan keuangan.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan analisis melalui sumber wawancara, observasi serta melanjutkan penelitian terkait topik ini, sekaligus memperluas cakupan standar yang digunakan sebagai pembaharuan pedoman seperti, SASB, IIRC, SDG, dan UNGC sehingga lebih akurat dan terkini dan juga diharapkan dapat mengangkat masalah lain dalam laporan keberlanjutan sebagai upaya memperbaiki keterbatasan masalah agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryal, N. (2017). *Materiality assessment in sustainability reporting: case study of the airline industry*. 1–64. <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/54674>
- Chayandito, F. . (2006). Pembangunan Berkelanjutan, Ekonomi Dan Ekologi, Sustainability Communication Dan *Sustainability reporting*. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis LMFE, i(022)*, 1–12.
- Elkington, J. (1997). CANNIBALS WITH FORKS: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. In *Capstone Publishing Limited*.
- Ernst & Young LLP, T. C. S. of M. for C. C. at B. C. (2013). Value of *Sustainability reporting* : A Study by The Center for Corporate Citizenship and Ernst & Young LLP. *Ernst & Young*, 1–18. [www.BCCorporateCitizenship.org](http://www.BCCorporateCitizenship.org)
- greenco-esg.com. (2019). *What is GRI standard and why should we use GRI standard as a framework for the preparation of ESG reports?* <https://greenco-esg.com/what-is-gri-standard-and-why-should-we-use-gri-standard-as-a-framework-for-the-preparation-of-esg-reports/>
- Hayes, A. (2021). *Consumer goods Sector*. Investopedia.Com. <https://www.investopedia.com/terms/c/consumer-goods-sector.asp>
- Initiative, G. R. (2016). *GRI 101: Fundamental 2016*.
- Irene, M. G. (2021). *Analisis Pengungkapan Kepatuhan Sustainability report terhadap Standar GRI ( Studi Kasus pada PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Elnusa Tahun 2018)*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- James Manyika, Jeff Sinclair, Richard Dobbs, Gernot Strube, Louis Rasse, Jan Mischke, Jaana Remes, Charles Roxburgh, Katy George, David O’Halloran, S. R. (2012). *Manufacturing the future: The next era of global growth and innovation*. McKinsey Global Institute. <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/the-future-of-manufacturing>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kaur, A., & Lodhia, S. K. (2019). Key issues and challenges in stakeholder engagement in *sustainability reporting*: A study of Australian local councils. *Pacific Accounting Review*, 31(1), 2–18. <https://doi.org/10.1108/PAR-11-2017-0092>
- Manual, G. G. I. (2013). *G4 SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES*. [https://doi.org/10.9774/gleaf.978-1-907643-27-9\\_42](https://doi.org/10.9774/gleaf.978-1-907643-27-9_42)
- Maryanti, C. S., Haerani, N., Meydina, R., & ... (2022). Analisis Laporan Keberlanjutan Perusahaan di Sub Sektor Barang Baku Logam dan Mineral Lainnya Tahun 2019-2020. *Fair Value: Jurnal ...*, 4(7), 2924–2944. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1314>
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., Bidhan, L., Edward, R., Jeffrey, S., & Andrew, C. (2014). The Academy of Management Annals Stakeholder Theory : The State of the Art Stakeholder Theory : The State of the Art. *Management*, 936836193, 403–445.
- Rakyat, R. M. (2017). *Unilever diduga buang limbah sembarangan*. METRORAKYAT.COM. <https://metrorakyat.com/2017/08/pt-unilever-diduga-buang-limbah-sembarangan-di-kek-sei-mangke-kabupaten-simalungun/>

- Richard Threlfall, Adrian King, Jennifer Shulman, W. B. (2020). *The time has come! The KPMG Survey of Sustainability reporting 2020*.  
<https://doi.org/10.6004/jnccn.2019.0020>
- Roger, S. U. and B. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach / Uma Sekaran and Roger Bougie*.
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall: Toronto*.
- Segal, M. (2020). *GRI Calls for Mandatory Sustainability reporting*. Esgtoday.Com.  
<https://www.esgtoday.com/gri-calls-for-mandatory-sustainability-reporting/>