

# TRANSPARASI INFORMASI CSR DAN PERAN PERUSAHAAN DALAM KONTRIBUSI AKTIF DI ERA COVID-19

Witantri Dwi Swandini<sup>1</sup>  
Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Sosial dan Bisnis  
Universitas Aisyah Pringsewu  
Email: [witantridwiswandini88@gmail.com](mailto:witantridwiswandini88@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan retorika dalam pengungkapan informasi corporate social responsibility yang tercantum di dalam sustainability report perusahaan dan mengidentifikasi kepedulian perusahaan terhadap isu-isu ekonomi, lingkungan, sosial dan kesehatan selama masa pandemi Covid-19 melalui pembentukan citra perusahaan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis konten (content analysis). Perusahaan sektor Engineering, Procurement, & Construction (EPC) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT. Wijaya Karya (Persero), Tbk dipilih menjadi sampel penelitian dengan tahun 2020 sebagai periode pengamatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan pustaka. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan informasi CSR WIKA terdapat retorika yang mengandung nilai positif di beberapa bagian CSR dalam Sustainability Report. WIKA mengungkapkan informasi CSR yang berbentuk cerita retorik bertujuan untuk membentuk citra positif perusahaan dalam memberikan perhatian atas isu-isu ekonomi, lingkungan, sosial dan kesehatan selama menjalankan kegiatan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan secara aktif mencari strategi pelaporan untuk mendapatkan legitimasi dari pemangku kepentingan.

**Kata kunci:** Corporate Social Responsibility, Sustainability Report, Analisis Konten, Retorika.

## I. PENDAHULUAN

Aktivitas industri yang mulai berkembang akan menjadi suatu masalah dan mendatangkan suatu kritikan serta sorotan masyarakat akibat dampak negatif yang ditimbulkan, seperti limbah industri yang dapat mengganggu kesehatan lingkungan. Masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya kesehatan lingkungan, menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan meningkatkan tujuan pembangunan keberlanjutan (sustainability development) yang lebih baik. Pandangan komitmen bisnis untuk pembangunan berkelanjutan, salah satunya berbentuk kegiatan corporate social responsibility (CSR). CSR merupakan suatu kegiatan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup pemangku kepentingan (stakeholder) dan lingkungan hidup, seperti karyawan, pemegang saham, pemerintah, masyarakat lokal, komunitas dan sebagainya. CSR dapat pula didefinisikan sebagai perilaku yang berhubungan dengan etika bisnis, artinya bahwa perusahaan berkewajiban dalam melakukan operasi usahanya untuk mementingkan masalah sosial dan masalah lingkungannya (Patari et al., 2014).

Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan CSR didasari oleh dua motivasi yang berbeda. Motivasi pertama, kebanyakan perusahaan memiliki kepercayaan dengan melakukan kegiatan CSR akan memperoleh keunggulan kompetitif dan nilai tambah perusahaan, sehingga

memungkinkan untuk perusahaan mencapai hasil ekonomi yang lebih baik (Resource Based Theory). Motivasi kedua, pemenuhan harapan oleh stakeholder perusahaan apabila terlibat dalam kegiatan CSR, sehingga dapat dijadikan sebagai alat legitimasi untuk menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap harapan tersebut (Legitimacy Theory). Manfaat yang diperoleh dalam melaksanakan aktivitas CSR yaitu mampu mendongkrak dan mempertahankan citra perusahaan. Perusahaan yang mendapatkan reputasi negatif, nantinya akan menurunkan citra perusahaan dan apabila perusahaan mendapatkan reputasi positif pasti akan meningkatkan citra perusahaan. Hal ini yang nantinya akan menjadi modal non-finansial bagi perusahaan terhadap para pemangku kepentingan untuk menjadi nilai tambah bagi perusahaan dan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Wibisono, 2007:78).

Perkembangan CSR dirasa mulai membaik dengan munculnya Standar Internasional yaitu Global Reporting Initiative (GRI) dan ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility. Kedua standar tersebut digunakan sebagai pedoman untuk membuat laporan pertanggungjawaban atas aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Beberapa perusahaan yang diwajibkan untuk melaporkan kegiatan CSRNya dikarenakan adanya pembentukan peraturan hukum (Yu & Choi, 2014). Peraturan hukum di Indonesia sendiri turut andil dalam mendukung pengungkapan kegiatan CSR perusahaan. Peraturan-peraturan tersebut berupa Undang-Undang (UU) No 25 Tahun 2007 pasal 15 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang (UU) No 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (PT), yang berisikan perintah kepada PT untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya apabila dalam menjalankan operasi usahanya melibatkan sumber daya alam. Pasal 66 ayat (2), pembuatan laporan tahunan (annual report) harus berisikan informasi tentang laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Ary et al., 2018). Bersamaan dengan itu, melalui keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor: Kep-431/b1/2012 tentang penyampaian laporan tahunan perusahaan publik, mewajibkan perusahaan untuk melaporkan atau mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan (annual report) atau laporan keberlanjutan (sustainability report) yang kemudian disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Pengungkapan informasi mengenai aktivitas CSR oleh perusahaan didasarkan pada Triple Bottom Line (TBL), meliputi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Aktivitas CSR tersebut dipertanggungjawabkan kepada seluruh stakeholder perusahaan dengan membuat laporan pertanggungjawaban, yaitu sustainability report dan annual report. Keduanya memiliki perbedaan, pada sustainability report berisikan mengenai informasi kinerja perusahaan pada ketiga aspek Triple Bottom Line, meliputi ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dilakukan selama periode satu tahun. Annual report berisikan laporan pertanggungjawaban Dewan Komisaris dan Direksi perusahaan dalam mengawasi dan mengurus perusahaan publik selama satu tahun.

Perkembangan jumlah perusahaan di Indonesia yang telah membuat laporan dalam bentuk sustainability report dirasa sudah cukup baik. Ali Darwin, selaku Ketua NCSR (National Center for Sustainability Reporting), mengatakan bahwa pada awal tahun 2005, hanya ada satu perusahaan yang membuat sustainability report. Saat diadakannya Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA) di setiap tahunnya, terdapat kurang lebih enam sampai sepuluh perusahaan yang membuat sustainability report. Ajang ISRA diadakan dengan tujuan untuk menilai suatu perusahaan apabila telah mampu mengatasi isu-isu keberlanjutan, seperti penghematan dan konservasi energi.

Sustainability report berisikan teks narasi, gambar, foto, tabel, dan grafik yang bertujuan untuk menjelaskan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Penyajian dalam sustainability report kebanyakan berisikan narasi. Narasi merupakan suatu bentuk wacana yang menggambarkan dengan sejelas-jelasnya kepada pembaca atas peristiwa yang telah terjadi (Keraf 2007:136). Kelebihan dalam menggunakan narasi adalah perusahaan dapat melakukan eufemisme (penghalusan bahasa), metafora (perumpamaan atau pengandaian) dan pasivisasi. Teks narasi dalam sustainability report terdiri dari diskusi dan analisis manajemen berserta sambutan yang disampaikan oleh direktur. Manajemen perusahaan dalam mendesain sustainability report nantinya akan dijadikan sebagai suatu cerita retorik untuk membuat citra positif dan membangun kepercayaan agar mendapatkan pengakuan oleh para stakeholder melalui bentuk teks narasi (Chariri & Nugroho, 2009).

Fenomena pandemi Covid-19 menjadi salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan selain dari kegiatan perusahaan yang menimbulkan kerusakan pada lingkungan hidup. Pandemi Covid-19 mulai muncul sekitar akhir tahun 2019 di Wuhan, China yang mulai menyebar hampir seluruh dunia, khususnya Indonesia juga terkena dampaknya. Meningkatnya penyebaran virus corona, mulai membuat pemerintah merasa hampir tidak mampu mengatasi situasi ini secara mandiri sehingga mendorong rasa sosial dari beberapa instansi untuk ikut turun tangan dalam menangani kasus Covid-19. Salah satu yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu memberikan donasi atau sumbangan berupa uang dan barang yang diperlukan kepada para tenaga medis serta masyarakat yang membutuhkan. Pemberian bantuan tersebut dianggap oleh perusahaan sebagai sifat altruistik, artinya bahwa perusahaan tidak dapat menikmati manfaatnya secara langsung dari pemberian donasi yang telah dikeluarkan. Dari perspektif altruistik, dijelaskan bahwa kepedulian perusahaan untuk bertanggung jawab dalam memenuhi pelaksanaan kebaikan (philantropy) yang bertujuan membantu meningkatkan kebaikan tanpa menghitung usahanya akan membawa keuntungan atau kerugian kepada perusahaan (Lantos, 2002).

Penelitian kali ini memilih perusahaan terbuka yang ada pada bidang konstruksi, yaitu PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk. Pemilihan perusahaan ini dikarenakan WIKA lebih berfokus pada aktivitas CSR untuk pengembangan masyarakat dalam menanggulangi pandemi Covid-19. Peneliti menemukan bahwa aktivitas utama CSR dalam WIKA terbagi menjadi empat pilar, yaitu WIKA Pintar, WIKA Hijau, WIKA Peduli, dan WIKA Sehat. Program CSR pertama yaitu WIKA Pintar yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas SDM berfokus pada pemberian dukungan pendidikan, kemudian program kedua yaitu WIKA Hijau yang memiliki tujuan untuk melestarikan lingkungan hidup. Program ketiga yaitu WIKA Peduli bertujuan untuk menunjang masyarakat setempat dengan memberikan bantuan berupa pembangunan sarana dan prasarana umum serta membantu dalam perbaikan infrastruktur publik. Program terakhir yaitu WIKA Sehat bertujuan untuk membantu masyarakat supaya dapat hidup sehat dan bersih (Laporan Tahunan 2020 PT Wijaya Karya). Kegiatan dari masing-masing pilar memiliki pengaruh kepada aktivitas penanggulangan Covid-19, seperti membangun RS darurat dan membagikan banyak APD untuk para tenaga medis.

Pembentukan program aktivitas CSR WIKA merupakan bentuk usaha yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan keharmonisan dengan lingkungan dan masyarakat. Akan tetapi, masih terdapat beberapa hal yang mengungkapkan informasi tidak melakukannya sesuai dengan realitanya (Arungla'bi', 2015). Padahal yang seharusnya diungkapkan pada laporan keberlanjutan

yaitu tindakan perusahaan yang secara nyata dan tidak boleh ditutup-tutupi. Bahkan ironisnya, menurut (Suparman, 2013) CSR hanyalah pemanis dan taktik perusahaan untuk menutupi berbagai kerusakan lingkungan hidup serta pelanggaran terhadap hak asasi lainnya yang dilakukan oleh perusahaan.

Melalui penelitian yang telah dilakukan oleh (Chariri & Nugroho, 2009) berjudul “Retorika dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT Aneka Tambang Tbk.”; penelitian oleh (Zalti, 2018) berjudul “Retorika Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility PT. Semen Padang”; dan penelitian oleh (Oktanti, 2016) berjudul “Retorika Pengungkapan Csr Melalui Analisis Semiotik Pada Perusahaan Pemenang Isra 2013 (PT Kaltim Prima Coal)”, pada masing-masing penelitian tersebut memberikan hasil penelitian bahwa dalam sustainability report perusahaan yang menjadi obyek penelitian yang memiliki cerita retorik dengan tujuan untuk meyakinkan stakeholder melalui pembentukan image atau citra positif bagi perusahaan. Cerita retorik pada sustainability report menjadi aspek yang menarik untuk dilakukan penelitian karena hampir seluruh isinya dijelaskan dalam bentuk cerita (narasi) dengan menggunakan penambahan foto, tabel, serta grafik.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas (Creswell, John W., Poth, 2019). Penelitian ini mencoba menginterpretasikan retorika dalam pengungkapan informasi Corporate Social Responsibility (CSR) WIKA selama masa pandemi Covid-19. Menurut Aristoteles dalam Syafi’ie (1988) retorika adalah kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain, dengan menjadikan orang lain mengetahui, memahami serta menerima maksud yang kita sampaikan sebagai pesan atau isi komunikasi. Setelah orang lain mengetahui, memahami serta menerima pesan komunikasi kemungkinan dia akan menyetujui apa yang dimaksudkan oleh penyampai pesan dalam komunikasi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu sumber data sekunder, merupakan data yang berlandaskan pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa Sustainability Report tahun 2020 PT Wijaya Karya (WIKAK), Tbk dengan cara pengumpulan data dokumentasi dan studi pustaka. Sustainability Report PT Wijaya Karya (WIKAK), Tbk berisikan pengungkapan informasi mengenai aktivitas CSR perusahaan yang disampaikan kepada publik, khususnya selama masa pandemi Covid-19. Pemilihan tahun 2020 dalam sustainability report dikarenakan di tahun 2020 SR WIKAK kebanyakan berisikan isu-isu ekonomi, lingkungan, sosial, dan kesehatan, serta pemberian bantuan-bantuan yang berkaitan dengan pandemi Covid-19. Untuk memastikan bahwa kegiatan CSR tahun 2020 yang dilakukan oleh WIKAK memang benar berkaitan dengan pandemi Covid-19, maka peneliti memilih tahun 2019 sebagai data pembanding.

### **Teknis Analisis Data**

Dalam penelitian ini tahap analisis data yang digunakan, yaitu peneliti menggunakan teknik analisis konten (content analysis). Menurut (Sakina et al., 2014), content analysis merupakan metode pengumpulan dan analisis data dengan menganalisis isi atau pesan dari suatu dokumen. Tujuannya yaitu melakukan identifikasi terhadap informasi spesifik berupa teks, foto atau gambar, grafik dan tabel yang terdapat dalam suatu dokumen dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengungkapan CSR melalui Sustainability Report PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk pada saat pandemi Covid – 19.

### **Prosedur Penelitian**

Beberapa tahap atau prosedur yang digunakan dalam menganalisis data dengan metode interpretif yaitu:

1. Membangun instrumen mengenai isu-isu utama perusahaan, seperti ekonomi, sosial, lingkungan dan kesehatan.
2. Mengumpulkan data yang berkaitan dengan pengungkapan informasi CSR perusahaan melalui Sustainability Report PT. Wijaya Karya, Tbk.
3. Informasi CSR yang diungkapkan perusahaan dibandingkan dari tahun ke tahun untuk melihat adanya perbedaan informasi yang diungkapkan untuk melihat adanya retorika dalam pengungkapan informasi CSR perusahaan yang disampaikan kepada publik.
4. Selain informasi yang diungkapkan dalam sustainability report, peneliti juga merujuk jurnal-jurnal yang membahas tentang pengungkapan informasi CSR perusahaan, agar interpretasi tidak mengalami bias.
5. Melakukan interpretasi retorika mengenai pengungkapan informasi CSR perusahaan, sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan, maka barulah dibuat kesimpulan yang sebenarnya sehingga hasil penelitian jelas maksud dan tujuannya

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aktivitas CSR oleh PT Wijaya Karya, Tbk**

Bentuk dukungan dan komitmen WIKA akan program pembangunan keberlanjutan dengan melaksanakan kegiatan corporate social responsibility (CSR). Fokus program CSR WIKA lebih menekankan kepada keberlanjutan pengembangan masyarakat, dikarenakan hal tersebut sesuai dengan butir ketiga pada misi WIKA. Lini bisnis utama WIKA yaitu pada bidang konstruksi, sehingga dalam mengerjakan suatu proyek konstruksi akan timbul potensi risiko-risiko terkait kondisi sosial di masyarakat. Hal tersebut membuat tim proyek WIKA mendekati diri secara persuasif kepada masyarakat sekitar proyek, salah satunya dengan memberikan pekerjaan dan pelatihan kepada masyarakat lokal. WIKA memiliki target kegiatan mengenai pengembangan masyarakat pada masa pandemi Covid-19, seperti melaksanakan kegiatan PKBL sesuai dengan ketentuan yang berlaku, menyalurkan dana sesuai anggaran, pengentasan kemiskinan, penyediaan air bersih dan sanitasi, menciptakan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi, menciptakan eco green dalam pembangunan, menyediakan fasilitas umum untuk menunjang perekonomian selama masa pandemi, kesadaran hidup sehat tanpa narkoba. Maka dari itu, WIKA membentuk empat

program kerja CSR dalam menangani isu-isu ekonomi, lingkungan, sosial dan kesehatan serta melakukan kegiatan untuk menanggulangi Covid-19:

### **1. Berbagi Nilai di Tengah Pandemi Covid-19**

WIKA berupaya hadir ditengah-tengah masyarakat yang membutuhkan pertolongan untuk berbagi nilai. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya kegiatan yang di laporkan oleh WIKA melalui sustainability report, sebagai berikut:

- a. Pemberdayaan UMKM saat pandemi Covid-19, WIKA bekerja sama dengan UMKM dalam proses bisnisnya, seperti pasokan makanan, material alam, material lokal, pekerja, mandor, dll. WIKA juga memiliki kontrak dengan UMKM sebanyak 375 kontrak senilai Rp 329 miliar.
- b. Aksi cepat tanggap Covid-19, seperti pembagian sembako door to door, menyalurkan tabung sprayer beserta cairan disinfektan kepada masyarakat, memberikan alat penunjang kesehatan kepada para tenaga medis, kontribusi dalam menyiapkan RS darurat Covid-19, membangun fasilitas kesehatan, dan mendorong gaya hidup bersih dan sehat.

### **2. Berbagi Nilai Bagi Sesama**

Selain berfokus pada kegiatan penanggulangan Covid-19, WIKA tetap melaksanakan empat program CSR utamanya, yaitu:

- a. WIKA Pintar  
WIKA memberikan dukungan dengan membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan berfokus pada pemberian dukungan pendidikan bagi anak bangsa. Kegiatan yang dilakukan WIKA antara lain: membangun taman bacaan WIKA, melakukan kegiatan WIKA mengajar yang dihadiri oleh jajaran direksi dan manajer serta anak perusahaan WIKA lainnya, mendukung Rumah Anak Sholeh (RAS) untuk membangun karakter anak pesisir, penyaluran program beasiswa perguruan tinggi bagi putra-putri terbaik, mengadakan pelatihan yang diberi nama NGORBIT (Ngobrol Bareng Bisnis Digital), WIKA memfasilitasi digital school di lima Provinsi.
- b. WIKA Hijau  
WIKA menyadari bahwa keberlanjutan kehidupan manusia akan selalu bergantung dengan alam, sebagai perusahaan yang menjalankan bisnisnya dalam sektor konstruksi, hal ini menyadarkan WIKA bahwa kegiatan bisnisnya secara tidak langsung akan mengubah bentang alam dan peruntukkan lahan. WIKA juga turut berkontribusi dalam pengeluaran emisi karbon yang menyebabkan polusi udara dan pemanasan global. Kontribusi yang dilakukan WIKA antara lain: revitalisasi taman kota dan Ruang Taman Hijau (RTH) di Jakarta Timur, pembangunan RTH di Bogor dan Bandung, program lingkungan berkelanjutan Desa Tanjung Burung Banten dengan kegiatan pada pengelolaan sampah organik dan anorganik. Pembangunan RTH yang dilakukan WIKA seperti pembangunan fasilitas olahraga outdoor, taman hydroponic, lapangan olahraga, pembangunan dalam upaya meningkatkan akses air bersih dan sanitasi melalui sumur, pembangunan area pengembangan UMKM warga setempat, dll.
- c. WIKA Peduli  
Salah satu bentuk kontribusi WIKA untuk menunjang kegiatan masyarakat setempat dengan memberikan bantuan pembangunan saran dan prasarana umum, selain itu juga membantu

dalam perbaikan infrastruktur publik. Upaya yang dilakukan WIKA antara lain: penyediaan air bersih untuk Desa Ropoh di Wonosobo, bantuan untuk korban banjir di Jakarta Timur, penyaluran 10.000 paket sembako kepada masyarakat wilayah DKI Jakarta, penyaluran hewan kurban di enam provinsi, bantuan 5.000 paket sembako berserta 12.500 new normal starter kit, menyalurkan gerobak UMKM bagi warga Jakarta timur, membangun kampung milenial secara berkelanjutan dengan berfokus pada aspek lingkungan, ekonomi, dan edukasi

d. **WIKA Sehat**

WIKA berkontribusi dengan harapan bahwa masyarakat dapat menerapkan kehidupan yang bersih dan sehat, khususnya dalam pandemi seperti ini. Upaya yang dilakukan WIKA antara lain: bantuan fasilitas disinfektan untuk masyarakat, penyaluran APD bagi tenaga medis di hampir seluruh RS yang ada di Jakarta, pendistribusian 1.000 masker kain bagi masyarakat, dan penyaluran bantuan Kesehatan untuk Masyarakat Kuta, Lombok, NTB

### **Retorika Program CSR WIKA dalam Sustainability Report**

Retorika dalam pengungkapan informasi kegiatan CSR dapat dilihat melalui Sustainability Report PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk. Penyajian dalam sustainability report berisikan penjelasan mengenai pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan yang berbentuk kalimat narasi, foto, grafik, dan tabel. Maka dari itu, penelitian ini melakukan analisis konten sebagai berikut:

#### **1. Cover Sustainability Report**

Desain cover dari sustainability report memberikan tampilan dengan berisikan pesan atau makna yang ingin disampaikan oleh perusahaan dan dapat pula digunakan untuk menggambarkan citra baik dari perusahaan menurut Preston et al, 1996 (Chariri & Nugroho, 2009). Cover dari beberapa Sustainability Report PT Wijaya Karya untuk setiap tahunnya memiliki gambar dan desain yang berbeda. Hal ini dikarenakan tema pada sustainability report dan kegiatan CSR yang dimiliki setiap tahunnya berbeda.

Tahun 2020 merupakan tahun yang tidak dapat diprediksi sebelumnya karena datangnya sebuah wabah Covid-19 yang hampir seluruh industri terkena dampaknya, seperti penurunan pendapatan hingga banyak yang gulung tikar. Dampak yang ditimbulkan tersebut tidak mengurangi niat perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan membuat laporan pertanggungjawaban. WIKA membuat sustainability report tahun 2020 dengan tampilan cover yang berupa gambar tangan yang mengarah ke atas dan didalam tangan tersebut berisikan beberapa foto stakeholder perusahaan, seperti karyawan dan masyarakat. Desain warna background laporan tahun 2020 memiliki perpaduan warna antara warna biru dan warna putih. Arti warna biru sendiri yaitu komunikatif, hanya saja penambahan arti dari warna putih yaitu kedamaian dan sederhana (sumber: <https://kumparan.com>, 2021). Pada tampilan cover dengan tangan berwarna biru yang mengarah ke atas, WIKA memberikan kesan bahwa perusahaan turut hadir dalam memberikan bantuan dan kekuatan lebih untuk para stakeholder ditengah-tengah masa pandemi ini. Terlihat dari salah satu potret foto punggung seorang karyawan yang mengenakan seragam bertuliskan “WIKA untuk Indonesia”, hal ini memberikan arti bahwa WIKA akan selalu mendampingi para stakeholdernya dan turut berkontribusi aktif untuk membantu pemerintah dalam menanggulangi kasus Covid-19. Dengan demikian, desain cover tahun 2020 memberikan pesan bahwa eksistensi WIKA akan selalu ada untuk berbagi nilai di tengah-tengah masyarakat dan stakeholder lainnya.

Dibuktikan dengan WIKA tidak meninggalkan empat program CSRnya dan menambahkan kegiatan CSR untuk berfokus pada penanggulangan Covid-19. Hal ini juga memiliki kecocokan pada teks bertuliskan “Melampui Tantangan Untuk Memberikan Nilai Bersama” yang merupakan bagian dari tema judul untuk laporan keberlanjutan tahun 2020.

Deskripsi di atas menunjukkan bahwa PT Wijaya Karya (WIKI), Tbk memiliki tujuan khusus yang ingin disampaikan melalui cover sustainability report. Pada tampilan coversustainability report memberikan gambaran bahwa WIKI sangat menonjolkan segala aspek dari kegiatan corporate social responsibility (CSR), yang terdiri dari empat program utama kegiatan CSR, yaitu Wika Pintar, Wika Hijau, Wika Peduli, dan Wika Sehat selama pandemi Covid-19. WIKI juga mengisyaratkan bahwa keberadaan perusahaan akan selalu berjalan berdampingan dengan para stakeholders untuk tumbuh dan berkembang. WIKI juga mendesain dengan warna dominan biru yang memiliki arti bahwa WIKI ingin bisa selalu memberikan informasi mengenai kegiatan CSRnya kepada stakeholders.

## **2. Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan**

Sustainability Report WIKI tahun 2020 terlihat perusahaan menampilkan bagian ikhtisar kinerja keberlanjutan yang di gambarkan dengan ketiga aspek dalam bentuk grafik dan tabel. Ketiga aspek tersebut dibagi menjadi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Pada bagian aspek ekonomi disajikan ke dalam bentuk tabel dan grafik. Bentuk grafik menjelaskan mengenai kinerja keuangan dan bentuk tabel menjelaskan kinerja operasi. Aspek kinerja sosial dilaporkan WIKI ke dalam bentuk tabel dengan dua pembagian kinerja yaitu kinerja internal dan kinerja sosial masyarakat yang sesuai dengan satuan unit masing-masing. Terakhir, terdapat bagian aspek lingkungan yang ditunjukkan ke dalam bentuk grafik dengan setiap tahunnya diberikan warna berbeda sebagai pembanding. Kinerja aspek lingkungan dibagi menjadi tiga bagian yaitu kegiatan pemakaian listrik di kantor pusat, volume pemakaian air, dan biaya untuk lingkungan hidup.

Terlihat pada bagian Dana Yang Disalurkan Kepada Masyarakat, terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yang memberikan arti bahwa WIKI telah ikut berkontribusi dalam kegiatan CSR yang berpijak pada people atau sosial. Hal ini juga membuktikan bahwa WIKI tetap setia dalam mendampingi para stakeholders-nya untuk menghadapi masa pandemi Covid-19. Selaras dengan banyaknya kegiatan CSR WIKI di tahun 2020 untuk membantu masyarakat, menunjukkan bahwa WIKI ikut berkontribusi aktif pada penanggulangan Covid19. Hal itu pula yang menyebabkan akan semakin banyak dana yang dikeluarkan, sehingga akan menjadi benar apabila WIKI ingin berbagi nilai (sharing value) untuk sesama. Hal ini tampaknya WIKI ingin menyampaikan bahwa dalam beroperasi, WIKI ingin menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat luas dan lingkungan.

## **3. Kaleidoskop Keberlanjutan**

Penyajian dalam kaleidoskop keberlanjutan dijelaskan melalui beberapa foto dan penjelasan narasi yang dihias semenarik mungkin. Sustainability report tahun 2020 menunjukkan beberapa penghargaan yang telah di capai oleh WIKI, seperti menerima lima penghargaan bergengsi ESG terbaik 2020, memenangkan penghargaan APEA 2020 kategori Corporate Excellent, menerima penghargaan dalam ajang Padmitra Award 2020 yang diadakan oleh forum CSR Jakarta, memenangkan dua penghargaan pada ajang Top CSR Award 2020, dan WIKI dinobatkan sebagai



The Best PKBL for Indonesia pada CSR&PKBL Award 2020 kategori perusahaan konstruksi. WIKA juga menjelaskan mengenai kegiatan penanggulangan covid-19, seperti mempersiapkan skenario dalam menerapkan protokol kesehatan di era new normal. Tidak berbeda jauh dengan tahun 2020, bagian kaleidoskop keberlanjutan dalam sustainability report tahun 2019 berisikan pencapaian dari kegiatan CSR serta menuliskan beberapa kegiatan CSR yang telah dilakukan.

### **Dukungan pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan**

PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk menjelaskan tujuan-tujuan yang di adopsi dari program Sustainable Development Goals (SDGs). Ada beberapa perbedaan dalam penyajian informasi tentang tujuan yang diadopsi WIKA antara sustainability report tahun 2020 dan 2019 yaitu terdapat penambahan dalam tujuan pembangunan keberlanjutan. Hal ini turut membuat WIKA dalam menjalankan operasi bisnisnya semakin aktif berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Nampaknya WIKA ingin memberitahukan bahwa topik material yang selama ini diambil untuk mendukung program pembangunan keberlanjutan tetap selaras dengan empat pilar program CSR. Hal ini semakin memberikan citra positif untuk WIKA dan mampu meyakinkan para pemangku kepentingan.

### **Retorika Program CSR WIKA menurut GRI Standard**

Pembuatan sustainability report yang berisikan informasi mengenai aktivitas CSR perusahaan memiliki sebuah standar dalam penyusunannya. Standar internasional yang sering digunakan untuk pedoman dalam membuat laporan pertanggungjawaban mengenai aktivitas CSR oleh perusahaan adalah GRI Standard dan ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility. Perusahaan WIKA dalam membuat sustainability report lebih condong kepada GRI Standard. Maka dari itu, peneliti juga ingin menganalisis kepatuhan WIKA dalam mengungkapkan informasi aktivitas CSR berdasarkan GRI Standard. Analisis dilakukan dengan membandingkan beberapa topik material dalam sustainability report dan poin-poin yang berhubungan pada kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial di dalam GRI Standar.

**Tabel 1.1 Analisis dari GRI Standar**

<b>Kategori</b>	<b>Hasil</b>		<b>Analisis</b>
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	
<b>Ekonomi</b>	<b>54%</b>	<b>54%</b>	Pengungkapan CSR WIKA kategori ekonomi mencapai 54% pada masing-masing tahun. Hal ini menunjukkan masih belum sepenuhnya WIKA mengungkapkan pada kategori ekonomi. WIKA hanya mengungkapkan pada aspek kinerja ekonomi, dampak ekonomi secara tidak langsung, dan anti korupsi. Perusahaan diharapkan untuk perlu meningkatkan pengungkapan pada aspek keberadaan pasar, praktik pengadaan, perilaku anti-persaingan, dan pajak.
<b>Lingkungan</b>	<b>24%</b>	<b>3%</b>	Pengungkapan CSR WIKA kategori lingkungan mencapai 24% di tahun 2019 dan 3% di tahun 2020. Hal ini juga menunjukkan masih belum sepenuhnya WIKA mengungkapkan pada kategori lingkungan. Hal

			yang diungkapkan oleh WIKA tahun 2019 pada aspek energi, emisi dan kepatuhan lingkungan. untuk tahun 2020 WIKA hanya mengungkapkan pada aspek kepatuhan lingkungan. Perusahaan perlu meningkatkan pengungkapan pada aspek material, air dan efluen, keanekaragaman hayati, air dan limbah, penilaian lingkungan pemasok.
<b>Sosial</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	Pengungkapan CSR WIKA kategori sosial mencapai 50% pada masing-masing tahun. Hal ini juga menunjukkan masih belum sepenuhnya WIKA mengungkapkan pada kategori sosial. WIKA hanya mengungkapkan pada aspek kepegawaian, keselamatan dan kesehatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keanekaragaman dan kesempatan setara, kesehatan dan keselamatan pelanggan. Perusahaan perlu meningkatkan beberapa aspek pada kategori sosialnya, khususnya pada aspek HAM dan masyarakat lokal.

Penilaian dilihat dari topik material yang diambil oleh WIKA atas dasar Triple Bottom Line (ekonomi, lingkungan, dan sosial). Topik material yang diambil oleh WIKA terbagi menjadi 5 pilar, yaitu Kinerja Ekonomi, Anti Korupsi, Human 44 Capital, QSHE (Quality, Safety, Healthy, and Environment), dan Pengembangan Kompetensi. Hal ini juga dapat dikaitkan ke dalam fokus utama CSR WIKA yaitu Wika Pintar, Wika Hijau, Wika Peduli, dan Wika Sehat. Total pengungkapan informasi CSR dalam SR WIKA tahun 2019 dan 2020 mencapai persentase sebesar 43% dan 36%. Penilaian ini didasarkan pada kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial. Keterangan pada tabel 1, menunjukkan di dalam pengungkapan informasi CSR WIKA masih dirasa rendah pada kategori lingkungan, apabila dibandingkan dengan kategori yang lainnya. Hal ini juga didukung dengan aktivitas CSR WIKA pada program Wika Hijau, karena WIKA sedikit melakukan aktivitasnya dalam memberdayakan lingkungan hidupnya.

### **Analisis Hasil Penelitian**

#### **Retorika Positif Dalam Manajemen**

Pada tahun 2010 semua kegiatan CSR WIKA tidak hanya dilaporkan dalam annual report saja tetapi lebih dijelaskan secara lebih rinci dalam sustainability report, sebagai media pelaporan tersendiri. Beberapa alasan yang mendasari pembuatan sustainability report oleh WIKA, salah satunya dengan adanya peraturan perundang-undangan yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan kegiatan CSR secara terpisah dengan annual report. Dari analisis retorika pada sustainability report, maka dapat dikatakan bahwa WIKA telah menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dengan berpijak pada Triple Bottom Line (Profit, People, and Planet) dan terdapat adanya retorika dalam pengungkapan informasi CSR WIKA pada sustainability report bagian program CSR (WIKA Pintar, Wika Hijau, Wika Peduli, dan Wika Sehat) yang dilakukan perusahaan.

Penyajian di dalam sustainability report dapat berupa kalimat narasi, foto, gambar dan grafik yang beberapa diantaranya bersifat retorik untuk menjelaskan fakta atau realita perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan dan penilaian stakeholders terhadap perusahaan. Teks narasi dalam Sustainability Report WIKA beberapa dapat dikatakan sebagai cerita retorik yang dapat mempengaruhi stakeholders dalam mendukung keberadaan perusahaan. Terbagi menjadi dua sudut pandang dalam menilai suatu retorika. Pertama, retorika dalam sudut pandang negatif menurut Thompson dalam (Chariri & Nugroho, 2009) hanya digunakan untuk memanipulasi atau membujuk yang dibungkus dengan menggunakan kata-kata manis. Kedua, menurut Young dalam (Chariri & Nugroho, 2009) retorika dalam sudut pandang positif merupakan suatu upaya untuk meyakinkan dan mempengaruhi orang lain terhadap kebenaran fakta yang ada. Pengungkapan informasi CSR WIKA dalam Sustainability Report PT. Wijaya Karya, Tbk merupakan retorika yang bernuansa positif. Penjelasan mengenai aspek retorika yang bernuansa positif bahwa sebagai bahasa, retorika dapat digunakan sebagai penjelasan fakta yang ada dan mempengaruhi stakeholders atas fakta yang ada.

### **Pembentukan Citra Positif Perusahaan**

Teks narasi merupakan bagian yang memainkan peranan penting bagi perusahaan dalam membentuk citra perusahaan, sehingga kebanyakan perusahaan menghindari citra negatif dan lebih membentuk citra positif (Gardner & Martinko, 1988). Perusahaan cenderung berusaha membentuk sebuah citra yang dirasa sesuai dengan nilai-nilai yang ditentukan oleh lingkungan sosial (Ashforth et al., 1990). Untuk melakukan hal tersebut, penerapan manajemen impresi (impression management) perusahaan yaitu pada upaya sadar atau tidak sadarnya individu atau organisasi untuk mengendalikan citra yang nyata atau yang dibayangkan dalam melakukan interaksi sosial sehingga sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Pernyataan-pernyataan dalam sustainability report yang merupakan retorika yang dapat mempengaruhi stakeholders dalam menilai kepedulian perusahaan. Cara yang dilakukan yaitu WIKA membuat program kegiatan CSR mengenai bentuk kepeduliannya akan isu-isu ekonomi, sosial, lingkungan dan kesehatan serta menyajikannya ke dalam bentuk teks narasi yang dimaksudkan supaya stakeholders percaya. Terbukti pada masa pandemi Covid-19, WIKA tetap menjalankan empat program kegiatan CSR dengan lebih berfokus pada pengembangan sosial dan masyarakat luas. Melalui tabel ikhtisar keberlanjutan membuktikan bahwa WIKA banyak melakukan kegiatan CSR dengan meningkatnya pengeluaran dana untuk masyarakat di setiap tahunnya dan banyaknya penerimaan penghargaan kepada WIKA atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Tidak hanya itu, pesan yang di sampaikan oleh direktur utama WIKA menyatakan bahwa perusahaan telah berkomitmen untuk terus berkomitmen terhadap pembangunan berkelanjutan dari adanya program CSR yang telah dilakukan oleh WIKA. WIKA juga mencantumkan dukungannya mengenai tujuan pembangunan berkelanjutan dengan menambahkan topik material dari tahun sebelumnya.

WIKA tidak terlalu banyak melakukan kegiatan CSR pada lingkungan hidup apabila dilihat dari program CSR Wika Hijau yang minim dan dalam bagian ikhtisar keberlanjutan tidak ada dana untuk lingkungan hidup. Hal ini bukan berarti WIKA mengabaikan tanggung jawabnya akan isu lingkungan, dibuktikan dengan kepedulian WIKA yang membangun Ruang Terbuka Hijau (RTH) di beberapa titik kota dan tetap melakukan proses bisnis berkelanjutan (seperti: green bulding dan

green construction). Pernyataan di atas menunjukkan bahwa keberadaan WIKA telah memberikan pengaruh positif bagi lingkungan sekitar. Dengan demikian, WIKA bermaksud ingin memperlihatkan bahwa perusahaan ikut berkontribusi aktif dalam program CSR yang tetap berkomitmen pada pembangunan berkelanjutan di setiap proses bisnisnya. Hal ini juga memberikan isyarat bahwa WIKA telah berhasil membentuk citra positif di mata masyarakat. Citra positif ini secara tidak langsung dapat diartikan sebagai pemerolehan legitimasi masyarakat

### **Legitimasi Perusahaan**

Teori legitimasi memberikan penjelasan antara organisasi dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat dikarenakan keduanya terikat dalam suatu sosial contract (Lako, 2011). Pentingnya dukungan dan pengakuan legitimasi dari seluruh stakeholders perusahaan WIKA dalam menjalankan bisnisnya. Permintaan akan dukungan legitimasi tersebut biasanya dituangkan dalam setiap tahun pembuatan sustainability report oleh Direktur Utama WIKA. Kalimat tersebut setiap tahunnya bertuliskan sebagai berikut:

“Human Capital unggul memiliki peran penting dalam menjaga sinergi aktivitas operasi. Melalui peningkatan kemampuan dan kapasitas di semua aspek, WIKA optimis untuk mencapai kinerja keberlanjutan yang optimal yang berdampak positif bagi pemangku kepentingan dan kualitas hidup” (Wijaya, 2019).

“Di tengah tantangan ketidakpastian perekonomian akibat pandemi COVID-19, WIKA mampu membuktikan dan menjaga komitmennya untuk berjalan berdampingan dengan karyawan, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas demi tujuan dan nilai-nilai perusahaan, serta memberikan nilai dan dampak positif secara berkelanjutan” (Wijaya, 2020).

Ashforth et al., (1990) memberikan pendapat mengenai dua pendekatan yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi, yaitu manajemen substantif dan manajemen simbolik. Manajemen substantif merupakan perusahaan yang secara nyata menerapkan strategi khusus untuk memperoleh legitimasi. Manajemen simbolik memiliki arti bahwa perusahaan hanya berpura-pura menerapkan strategi tertentu dengan tidak melakukan praktiknya. Maka dari itu dalam pencarian pengakuan legitimasi, dapat dikatakan bahwa WIKA lebih mementingkan manajemen substantif daripada manajemen simbolik sebagai strategi untuk memperoleh legitimasi stakeholders. WIKA menggunakan sustainability report sebagai alat (bahasa) untuk meyakinkan audiens (stakeholders) tentang kebenaran aktivitas perusahaan terkait dengan pelaksanaan kegiatan keberlanjutan WIKA. Teks narasi yang terkandung dalam sustainability report memungkinkan WIKA untuk menceritakan fakta dan realita organisasi pada masyarakat sehingga dapat melegitimasi tindakannya agar dapat diakui keberadaannya di lingkungan. WIKA juga mengambil peran sebagai perusahaan yang menyalurkan sumbangan atau donasi kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat yang berada disekitar kantor WIKA dan proyek-proyek WIKA. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk juga menerapkan manajemen substantif untuk memperoleh legitimasinya.

#### IV. PENUTUP

Berdasarkan hasil dari penelitian, dinilai mampu menjawab dari dua pertanyaan penelitian yang dirumuskan, yaitu menginterpretasikan retorika dalam pengungkapan informasi corporate social responsibility dalam Sustainability Report PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk dan perlunya perusahaan dalam mengungkapkan isu-isu ekonomi, sosial, lingkungan dan kesehatan melalui pembentukan citra perusahaan. Sustainability Report PT Wijaya Karya (WIKA), Tbk berisikan informasi dalam bentuk teks naratif, gambar dan grafik yang beberapa diantaranya bersifat retorik dalam menjelaskan fakta dan realita perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan dan penilaian stakeholders terhadap perusahaan.

Demikian dapat disimpulkan bahwa pengungkapan informasi CSR WIKA terdapat retorika yang mengandung nilai positif di beberapa bagian CSR dalam sustainability report. Aspek positif dalam retorika menunjukkan bahwa sebagai bahasa, perusahaan dapat menggunakan retorika untuk menjelaskan realita dan mempengaruhi stakeholders atas realita yang ada. Tujuan WIKA mengungkapkan informasi CSR yang berbentuk cerita retorik untuk membentuk citra positif perusahaan dalam memberikan perhatian atas isu-isu ekonomi, lingkungan, sosial dan kesehatan selama menjalankan kegiatan bisnisnya. Hal ini dilakukan untuk mengendalikan stakeholders perusahaan sekaligus untuk mendapatkan pengakuan atau legitimasi dari stakeholders perusahaan.

#### KAJIAN PUSTAKA

- Ary, K., Dewi, P., Hukum, F., & Ngurah, U. (2018). Regulasi Corporate Social Responsibility ( Csr ) Terhadap Lingkungan Hidup. 12(2), 67–75.
- Arungla'bi', R. P. (2015). Memahami Retorika Laporan Csr Pt Kaltim Prima Coal 2012 Melalui Analisis Framing. *Journal Ilmiah Mahasiswa Feb Ub*, 2(2).
- Chariri, A., & Nugroho, F. A. (2009). Retorika Dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility : Analisis Semiotik Atas Sustainability Reporting. *Simposium Nasional Akuntansi Xii*, 5, 0–23.
- Lantos, G. P. (2002). The Ethicality Of Altruistic Corporate Social Responsibility. *Journal Of Consumer Marketing*, 19(3), 205–232.
- Oktanti, A. D. (2016). Retorika Pengungkapan Csr Melalui Analisis Semiotik Pada Perusahaan Pemenang Isra 2013 (Pt Kaltim Prima Coal). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 3(2).
- Patari, S., Arminen, H., Tupura, A., & Jantunen, A. (2014). Competitive And Responsible? The Relationship Between Corporate Social And Financial Performance In The Energy Sector. *Renewable And Sustainable Energy Reviews*, 37, 142–154.
- Sakina, D. A., Wahyuni, N. I., & Mas'ud, I. (2014). Narsisme Dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility : Analisis Semiotik Atas Sustainability Reporting Pt . Kaltim Prima Coal Dan Pt . Perkebunan Nusantara Xiii ( Persero ) Of Sustainability Reporting Pt . Kaltim Prima Coal And Pt . Perkebunan Nusant. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(40), 32–41.
- Suparman. (2013). Coorporate Social Responsibility : Bentuk Tanggung Jawab Sosial Dan Suparman. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 69–81.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep Dan Aplikasi Csr*. Fascho Publishing.
- Wijaya, K. (2019). *Meningkatkan Kemampuan Untuk Kehidupan Berkualitas*.

- Wijaya, K. (2020). Melampaui Tantangan Untuk Memberikan Nilai Bersama
- Yu, Y., & Choi, Y. (2014). Corporate Social Responsibility And Firm Performance Through The Mediating Effect Of Organizational Trust In Chinese Firms. *Chinese Management Studies*, 8(4), 577–592.
- Zalti, S. E. (2018). Retorika Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Pt. Semen Padang. *E-Jurnal Akuntansi/UNP*, 6(2).