

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* pertama kali dicetuskan dalam teori *Strategic Management: A Stakeholder Approach* oleh Freeman pada tahun 1984 yang menyatakan bahwa kemakmuran dan kesuksesan perusahaan sangat bergantung terhadap kemampuan perusahaan untuk meyelaraskan dengan berbagai kepentingan *stakeholder*.¹ *Stakeholder* sendiri terbagi atas *primary stakeholder* dan *secondary stakeholder*. *Primary stakeholder* kelompok penting yang secara berkelanjutan perlu dilibatkan untuk menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka yang lama, seperti pemegang saham, manajer, pekerja, pengguna, distributor dan *stakeholder* publik (pemerintah dan komunitas penyedia infrastruktur perusahaan). Sementara *secondary stakeholder* adalah kelompok yang secara tidak langsung memiliki hubungan terhadap aktivitas perusahaan, sehingga keberadaannya mampu memberikan dampak bagi perusahaan, baik positif maupun negatif, misalnya media.²

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi hanya untuk kepentingannya sendiri tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Oleh karena itu, keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. Teori *stakeholder* adalah teori yang menjelaskan kepada pihak mana (*stakeholder*) sebuah perusahaan dimintai pertanggungjawaban kembali. Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sosial dan *company management* diharapkan dapat melaksanakan kegiatan yang

¹ Heni Yanuar Puspitaningrum dan Astiwi Indriani, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai Variabel Kontrol," *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 3 (2021): 3, diakses pada 15 Juli, 2021, <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/dbr>

² Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 39.

dinilai penting bagi *stakeholder* dan mengungkapkan kegiatan tersebut kepada *stakeholder*.³

Deegan memaparkan bahwa teori *stakeholder* memiliki dua sudut pandang, yaitu sudut pandang etik dan sudut pandang manajerial. Dalam sudut pandang etik, setiap *stakeholder* berhak diperlakukan secara adil dan wajar oleh perusahaan, sehingga pihak manajemen wajib untuk mengelola perusahaan dan mendistribusikannya kepada seluruh *stakeholder*. Sementara sudut pandang positif menganggap bahwa seluruh *stakeholder* memiliki *power* dan *position* yang secara tidak langsung yaitu melalui *information disclosure* dapat mengontrol setiap sumber daya yang dikelola oleh perusahaan.⁴

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa akuntabilitas organisasi tidak terbatas hanya pada kinerja ekonomi atau keuangan, sehingga perusahaan perlu secara sukarela mengungkapkan aktivitas sosialnya dan informasi pengeluaran terkait dengan aktivitas lingkungannya yang diwajibkan oleh otoritas. Keterbukaan informasi, baik *financial*, *social* maupun *environmental* menjadi komunikasi perusahaan kepada *stakeholder*. Pengungkapan berbagai informasi tersebut dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* akan informasi dan memperoleh *support* dari *stakeholder* untuk kelangsungan usaha.⁵

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi untuk pertama kalinya dicetuskan oleh Dowling pada tahun 1975 di mana memiliki fokus terhadap adanya interaksi di antara perusahaan dan masyarakat.⁶

³ Imaduuddin Murdifin, “*Environmental Disclosure as Corporate Social Responsibility: Evidence from the Biggest Nickel Mining in Indonesia*,” *International Journal of Energy Economics and Policy* no. 1 (2019): 116, diakses pada 29 Juni, 2021, <https://www.econjournals.com/index.php/ijeep/article/view/7048>

⁴ Nazaruddin Malik, dkk., *Membangun Ekonomi Nasional yang Kokoh*, (Malang: UMM Press, 2015), 121.

⁵ Imaduuddin Murdifin, “*Environmental Disclosure as Corporate Social Responsibility: Evidence from the Biggest Nickel Mining in Indonesia*,” *International Journal of Energy Economics and Policy* no. 1 (2019): 116, diakses pada 29 Juni, 2021, <https://www.econjournals.com/index.php/ijeep/article/view/7048>

⁶ Heni Yanuar Puspitaningrum dan Astiwi Indriani, “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai

Legitimasi merupakan keberpihakan orang dan kelompok orang yang peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan mengemukakan bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi menjadi sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usaha (*going concern*), yang bersumber dari masyarakat.⁷

Teori legitimasi yang berfokus pada hubungan dua arah antara perusahaan dan masyarakat didasarkan pada pandangan yang menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha menciptakan keharmonisan dan keselarasan antara nilai sosial dalam aktivitasnya dan norma yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus secara berkelanjutan meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas yang dilakukan sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi.⁸

Teori ini telah menawarkan sudut pandang nyata tentang pengakuan sukarela masyarakat terhadap sebuah perusahaan. *Legitimacy theory* didasarkan pada kontrak sosial tersirat antara *social institution* dengan masyarakat. Teori legitimasi menyarankan perusahaan untuk memastikan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Teori legitimasi terkait erat dengan *stakeholder theory*. Legitimasi akan bergeser seiring dengan perubahan sosial dan lingkungan di mana perusahaan berada. Perusahaan akan terus berupaya untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi di bawah norma-norma yang berlaku di masyarakat atau lingkungan tempat perusahaan berada.⁹

Variabel Kontrol,” *Diponegoro Journal of Management* 10, no. 3 (2021): 3, diakses pada 15 Juli, 2021, <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/dbr>

⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 139.

⁸ Yusi Mandaika dan Hasan Salim, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Tipe Industri dan *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013,” *Jurnal Akuntansi* 8, no. 2 (2015): 186, diakses pada 15 November, 2021, <http://mx2.atmajaya.ac.id/index.php/JARA/article/view/18>

⁹ Imaduuddin Murdifin, “*Environmental Disclosure as Corporate Social Responsibility: Evidence from the Biggest Nickel Mining in Indonesia*,”

Legitimacy theory menjadi landasan bagi *company* untuk memperhatikan harapan masyarakat serta mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku di tempat perusahaan beroperasi. Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Laporan pertanggungjawaban lingkungan dan sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan maupun *sustainability report* dapat digunakan oleh perusahaan untuk membuktikan bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawabnya. Hal tersebut adalah upaya agar keberadaan dan aktivitas perusahaan dapat diterima atau dapat dikatakan terlegitimasi oleh masyarakat.¹⁰

3. *Corporate Social Responsibility*

a. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Darwin, *Corporate Social Responsibility* merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.¹¹

Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menurut Richard Farmer dan Dickerson Hogue merupakan keberpihakan terhadap *stakeholder*, meliputi keberpihakan terhadap *manager, employee, stockholders, creditors, traders* dan *consumers*. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kepentingan dalam meningkatkan laba, tetapi juga memperhitungkan kepentingan dan kebutuhan kelompok masyarakat baik internal maupun eksternal. Karena terdapat keterkaitan antara upaya peningkatan laba perusahaan dengan legitimasi

International Journal of Energy Economics and Policy no. 1 (2019): 116-117, diakses 29 Juni, 2021, <https://www.econjournals.com/index.php/ijeep/article/view/7048>

¹⁰ Rosa Linda Cahya Utami dan Muslichah, "Pengaruh Pengungkapan Ekonomi, Lingkungan dan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Antara," *Perspektif Akuntansi* 2, no. 3 (2019): 260, diakses pada 27 November, 2020, <https://ejournal.uksw.edu/persi/article/view/2566>

¹¹ Rahmawati, *Teori Akuntansi Keuangan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 180.

perusahaan melalui peningkatan *corporate social responsibility*.¹²

The Organization for Economic Cooperation and Development memandang CSR sebagai *business's contribution to sustainable development and that cooperate behavior must not only ensure returns to shareholders, wages to employees, and products and services to consumers, but they must respond to societal and environmental concern value*.¹³ Definisi di atas menunjukkan *Corporate Social Responsibility* sebagai kontribusi bisnis terhadap pembangunan berkelanjutan dan perilaku perusahaan yang tidak hanya memastikan *return* kepada *shareholder*, upah kepada karyawan, produk dan layanan kepada konsumen, tetapi harus menanggapi nilai kepedulian sosial dan lingkungan.

Adapun yang dimaksud dengan *sustainable development* adalah *development that meet the needs of the present without compromising the ability of future generation to meet their own needs*.¹⁴ Definisi tersebut menunjukkan *sustainable development* sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengurangi kemampuan memenuhi kebutuhan untuk generasi masa depan dengan memperhatikan *Triple P*, yaitu *Profit, People* dan *Planet*.

The Worth Business Council for Sustainable atau yang saat ini dinamakan *Business Action for Sustainable Development* memandang CSR sebagai: *the continuing commitment by business to behave ethically and contribute the economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as the local*

¹² Nor Hadi, “*Social Responsibility: Kajian Theoretical Framework dan Perannya dalam Riset di Bidang Akuntansi*,” *Akses* 4, no. 8 (2009): 91, diakses pada 27 Desember, 2020, <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/AKSES/article/view/517>

¹³ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, (Bandung: Refika Aditama, 2020), 3.

¹⁴ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, (Bandung: Refika Aditama, 2020), 2-3.

community and society at large.¹⁵ Definisi tersebut menunjukkan *corporate social responsibility* merupakan komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan serta keluarganya, berikutnya melibatkan komunitas sekitarnya dan masyarakat secara keseluruhan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan.¹⁶

Berangkat dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan generasi masa kini dan masa mendatang dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.¹⁷

b. Prinsip-Prinsip *Social Responsibility*

Crowther David mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yaitu *sustainability*, *accountability* dan *transparency*.¹⁸

1) *Sustainability*

Prinsip *sustainability* adalah prinsip pelaksanaan CSR yang memperhatikan dan menjaga ketersediaan dan keberlanjutan sumber daya yang tersedia.¹⁹ *Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan

¹⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 69.

¹⁶ Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, *Corporate Social Responsibility Dipandang dari Perspektif Komunikasi Organisasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 9.

¹⁷ Gasali dan Syafrizal Thaher, "Analisa Keselarasan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan yang Beroperasi di Kabupaten Indragiri Hilir dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs)," *Selodang Mayang* 4, no. 3 (2018): 118, diakses pada 9 Desember, 2020, <https://ojs.selodangmayang.com/index.php/bappeda/article/view/102>

¹⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 79.

¹⁹ Julia Agnetha Agnetha Barus dkk, "Pengaruh Prinsip *Corporate Social Responsibility* Terkait dengan Iklim Investasi Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Tahun 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas," *Transparency: Jurnal Hukum Ekonomi* 1, no. 2 (2013): 8, diakses pada 8 Februari, 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/14698-ID-pengaruh-prinsip-corporate-social-responsibility-terkait-dengan-iklim-investasi.pdf>

dalam melakukan aktivitasnya tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya untuk generasi masa depan. Keberlanjutan perusahaan mengisyaratkan bagaimana masyarakat menggunakan sumber daya tidak lebih dari pada dapat digenerasikan. Definisi tersebut ditujukan untuk menjaga daya dukung ekosistem.²⁰

2) *Accountability*

Accountability merupakan upaya perusahaan bersikap terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Nor Hadi menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.²¹

Kasali Reinald menyatakan bahwa keterbukaan perusahaan atas aktivitas tanggung jawab sosial menentukan respon masyarakat bagi perusahaan. Namun, informasi yang bersifat negatif justru menjadi bumerang bagi perusahaan dan cenderung memunculkan *image* negatif. Growth David menyatakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam mendukung pengambilan keputusan. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan. Agar informasi dalam laporan perusahaan sebagai wujud akuntabilitas memenuhi kualifikasi, maka akuntabilitas seharusnya mencerminkan kualifikasi, antara lain *understandability to all parties concerned; relevance to the users of the information provided; reliability and terms of accuracy*

²⁰ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 79-80.

²¹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 80.

*of measurement, representation of impact and freedom from bias; comparability, which implies consistency, both over time and between different organizations.*²²

3) *Transparency*

Prinsip *transparency* adalah suatu prinsip yang sangat penting dijalankan oleh perusahaan karena prinsip ini identik dengan informasi dan *financial report* yang wajib diungkapkan kepada semua pihak, baik itu *shareholder* maupun *stakeholder*.²³ *Transparency* berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan disertai dampaknya terhadap pihak eksternal. *Transparency* bagi pihak eksternal berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.²⁴

Post membagi tanggung jawab perusahaan dalam tiga dimensi, yaitu *economic responsibility*, *legal responsibility* dan *social responsibility*.

a) *Economic Responsibility*

Dalam *economic responsibility*, keberadaan perusahaan ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi *shareholder*, seperti meningkatkan keuntungan (laba), harga saham, pembayaran dividend dan jenis lainnya. Di samping itu, perusahaan juga perlu meningkatkan nilai bagi para kreditur, yaitu kepastian perusahaan mampu mengembalikan pinjaman berikut bunga yang dikenakan.²⁵

²² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 80-81.

²³ Julia Agnetha Agnesta Barus dkk, “Pengaruh Prinsip *Corporate Social Responsibility* Terkait dengan Iklim Investasi Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Tahun 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas,” *Transparency: Jurnal Hukum Ekonomi* 1, no. 2 (2013): 8, diakses pada 8 Februari, 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/14698-ID-pengaruh-prinsip-corporate-social-responsibility-terkait-dengan-iklim-investasi.pdf>

²⁴ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 81.

²⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 81.

b) *Legal Responsibility*

Perusahaan, sebagai bagian dari anggota masyarakat, memiliki tanggung jawab untuk mematuhi peraturan perundangan yang berlaku. Termasuk pada saat perusahaan menjalankan aktivitas operasi, harus bisa dipertanggung jawabkan secara hukum dan perundangan.²⁶ Perusahaan harus mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku yang dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.²⁷

c) *Social Responsibility*

Social responsibility, adalah tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* dan lingkungan. *Social responsibility* menjadi satu tuntutan pada saat operasional perusahaan mempengaruhi pihak eksternal, terutama ketika terjadi *externalities dis-economic*. Hal itu memunculkan resistensi sosial dan dapat memunculkan konflik sosial.²⁸

c. Dimensi *Social Responsibility*

Pada umumnya, terdapat tiga dimensi *Social Responsibility*, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Ketiga dimensi *Social Responsibility* tersebut dijelaskan dalam sub bab berikut ini:

1) Dimensi Ekonomi

Menurut Chahal dan Sharma, dimensi ekonomi dalam *corporate social responsibility* meliputi dampak ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan.²⁹ Jika berangkat dari filosofi awal eksistensi operasional perusahaan maka tanggung jawab sosial menjadi kurang relevan. Tanggung jawab sosial yang di dalamnya mengandung biaya sosial (*social cost*) dapat menggeser profitabilitas yang akan dicapai perusahaan, dengan begitu sesungguhnya *social responsibility* menjadi kurang relevan terhadap pencapaian

²⁶ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 81.

²⁷ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, 14.

²⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 81-82.

²⁹ Made Aryawan dkk, "Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* (Aspek Sosial, Ekonomi dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan," *E-Journal Manajemen Unud* 6, no. 2 (2017): 610, diakses pada 8 Februari, 2021, <https://ocs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/25821/17723>

perusahaan. Namun jika dilihat dari sudut pandang lain, yaitu komitmen terhadap aspek etik yang menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis, seperti tata kelola perusahaan, pencegahan penyuapan dan korupsi serta *ethical investment* maka praktik *social responsibility* bagi perusahaan merupakan satu keniscayaan.³⁰

Social responsibility yang di dalamnya terdapat tanggung jawab konsumen dan *supplier*, yang secara berkelanjutan akan memberikan kepastian dan rasa aman kepada konsumen dan *supplier*. Hal itu, akan meningkatkan legitimasi konsumen, yang itu semua merupakan muara dari keunggulan (*competitive advantage*) perusahaan dalam memenangkan kompetisi. Perusahaan dapat terposisikan sebagai *leader market*. Dengan demikian, *economic value* perusahaan dapat dicapai dengan melakukan praktik yang bersifat komplementer antara *corporate governance*, *protection consumer's lefts* dan *ethical investment*.³¹

2) Dimensi Sosial

Menurut Chahal dan Sharma, dalam dimensi sosial perusahaan bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung.³² Keberadaan perusahaan dapat berdampak positif maupun negatif, sehingga keberadaannya membutuhkan legitimasi dari *stakeholder*. Karena itu, perusahaan wajib bertanggung jawab atas semua dampak usahanya. Perusahaan wajib untuk turut serta dalam upaya menjaga dan menjamin terwujudnya kesejahteraan bagi *stakeholder*-nya, baik internal maupun eksternal. *Stakeholder* eksternal kepada

³⁰ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 85.

³¹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 86.

³² Made Aryawan dkk, "Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* (Aspek Sosial, Ekonomi dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan," *E-Journal Manajemen Unud* 6, no. 2 (2017): 609, diakses pada 8 Februari, 2021. <https://ocs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/25821/17723>

community dan lingkungan, sementara *stakeholder* internal kepada para karyawannya.³³

Kesejahteraan bagi *stakeholder* eksternal dilakukan melalui berbagai kegiatan sosial berupa pengeluaran *social cost* untuk membantu *local communities* dan lingkungan. Kesejahteraan bagi *stakeholder* internal dilakukan melalui berbagai kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan, menjamin asuransi dan hari tua, menjaga kesehatan dan keselamatan kerja, bantuan untuk pendidikan, pelatihan, promosi serta seperangkat keberpihakan lainnya. Kesejahteraan bagi *stakeholder* internal dapat dilakukan dengan menciptakan kondisi yang bisa meningkatkan produktivitas pegawai.³⁴

3) Dimensi Lingkungan

Menurut Mardikonto, dimensi lingkungan dalam *social responsibility* merupakan kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, dan penurunan praktik yang dapat berdampak negatif serta menjamin ketersediaan sumber daya untuk generasi berikutnya.³⁵ Perusahaan merupakan pihak yang paling bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan, karena perusahaan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap penurunan kualitas lingkungan. Karenanya, perusahaan wajib mengikuti standar lingkungan yang berlaku, dan seharusnya merumuskan *environmental quality standards* untuk dipatuhi.³⁶

Main aspect dalam *environmental responsibility* bukan hanya terletak pada tanggung jawab lingkungan

³³ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 91.

³⁴ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 92.

³⁵ Made Aryawan dkk, "Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* (Aspek Sosial, Ekonomi dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan," *E-Journal Manajemen Unud* 6, no. 2 (2017): 611, diakses pada 8 Februari, 2021, <https://ocs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/25821/17723>

³⁶ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 96.

secara fisik, tetapi sampai pada elemen pendukung lainnya, yaitu perlindungan terhadap dampak negatif lingkungan. Artinya, tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan seharusnya mencakup aspek-aspek, antara lain.³⁷

a) Mengurangi Emisi

Aktivitas dan operasi perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung menghasilkan emisi di atmosfer. Emisi tersebut timbul akibat konsumsi listrik dan bahan bakar memproduksi barang dan jasa. Di antara emisi tersebut yaitu berbagai jenis polutan, seperti merkuri, timbal, senyawa organik, oksida nitrat, sulfur dioksida dan bahan lainnya yang dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan dan berefek pada *human health*.³⁸

b) Mengurangi Limbah

Perusahaan yang dalam aktivitas operasionalnya menghasilkan limbah wajib memiliki program pengurangan limbah. Program ini harus didasarkan pada pengurangan sumber, daur ulang dan revitalisasi.³⁹

c) Penggunaan Daya yang Efektif

Perusahaan yang dalam kegiatannya menggunakan listrik, harus memiliki program yang efektif untuk mengurangi konsumsi listrik, seperti dalam melakukan pemanasan, penerangan, pendinginan, pengeringan dan penggunaan bahan bakar serta mengalihkan pada bahan bakar alternatif.⁴⁰

4. *Sustainable Development Goals*

Konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*) tidak dapat lepas dari replika keberhasilan yang dicapai oleh *Millennium Development Goals* (MDGs), yang mempedomani upaya pembangunan global selama periode 2000-

³⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 98.

³⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 98.

³⁹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 98.

⁴⁰ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 98.

2015 yang kemudian dilanjutkan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) untuk periode 2016-2030. Tawaran pembangunan berkelanjutan muatannya bermuara pada pembangunan untuk memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang.⁴¹

Menurut *Broundtland Report* dari PBB, pembangunan berkelanjutan merupakan proses pembangunan yang berprinsip memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. Pemenuhan kebutuhan tersebut berkaitan erat dengan bagaimana mengkonservasi stok kapital yang ada dengan tidak mengesampingkan kelestariannya.⁴² Paradigma pembangunan tersebut telah ditegaskan lagi dalam *The World Summit on Sustainable Development* yang diselenggarakan di Johannesburg, Afrika, tahun 2002, yaitu bahwa pembangunan haruslah memuat konsep pembangunan berkelanjutan sebagai pendekatan baru berdasarkan pertimbangan keterkaitan dan saling ketergantungan antara pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan pembangunan lingkungan.⁴³

Heal menyatakan bahwa konsep keberlanjutan minimal memuat dua dimensi, yaitu dimensi waktu bahwa keberlanjutan menyangkut apa yang akan terjadi di masa mendatang, dan dimensi interaksi antara *economic system*, sistem sumber daya alam dan lingkungan. Pola integrasi pembangunan berkelanjutan bukan untuk meniadakan, melainkan bagaimana di antara dimensi tersebut saling mendukung.⁴⁴

Perman berpendapat bahwa terdapat 5 alternatif untuk menjamin keberlanjutan dalam pembangunan, yaitu:

- a. Suatu kondisi dikatakan *sustainable* jika manfaat yang didapatkan masyarakat tidak menurun sepanjang waktu dan konsumsi tidak berkurang sepanjang waktu (*non-declining consumption*).
- b. *Sustainable* merupakan kondisi di mana *natural capital stock* dikelola sedemikian rupa demi memelihara kesempatan produksi di masa mendatang.

⁴¹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 191-192.

⁴² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 192.

⁴³ Budi Santoso, *Wakaf untuk Perusahaan: Model CSR Perusahaan untuk Pembangunan Berkelanjutan*, (Malang: UB Press, 2011), 8-9.

⁴⁴ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 193.

- c. *Sustainable* merupakan kondisi di mana *natural capital stock* tidak berkurang sepanjang waktu (*non-sdeclining*).
- d. *Sustainable* merupakan kondisi di mana *natural capital stock* dikelola untuk mempertahankan produksi jasa sumber daya alam.
- e. Keberlanjutan adalah kondisi di mana minimum keseimbangan sumber daya yang tahan (*resilience*) ekosistem terpenuhi.⁴⁵

Haris berpendapat bahwa konsep keberlanjutan dapat diperinci menjadi 3 aspek pemahaman, yaitu:

a. Keberlanjutan Ekonomi

Keberlanjutan ekonomi diartikan sebagai pembangunan yang dapat menghasilkan barang dan jasa secara kontinyu untuk memelihara keberlanjutan pemerintahan dan menghindari terjadinya ketidakseimbangan sektoral yang dapat merusak produksi pertanian dan industri.⁴⁶

b. Keberlanjutan Lingkungan

Sistem keberlanjutan lingkungan harus mampu memelihara sumber daya yang stabil, menghindari eksploitasi sumber daya alam dan fungsi penyerapan lingkungan. Konsep ini juga menyangkut pemeliharaan keanekaragaman hayati, stabilitas ruang udara, dan fungsi ekosistem lainnya yang tidak termasuk kategori sumber-sumber ekonomi.⁴⁷

c. Keberlanjutan Sosial

Sebagai sistem yang mampu mencapai kesetaraan, menyediakan layanan sosial termasuk kesehatan, pendidikan, gender dan akuntabilitas politik.⁴⁸

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) merupakan upaya pembangunan yang mencoba mengambil titik moderat yaitu pertemuan (*congruence*) antara pertimbangan berkelanjutan pada aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Titik temu tersebut menciptakan suasana keseimbangan yang serasi, selaras dan seimbang sehingga tidak memunculkan eksploitasi

⁴⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 193.

⁴⁶ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 193.

⁴⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 194.

⁴⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 193-194.

yang tidak terkendali, tetap memperhatikan aspek ekonomi sebagai syarat pembangunan, serta memperhatikan aspek sosial kemanusiaan.⁴⁹

Pada 25 September 2015 yang bertempat di markas besar Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), para pemimpin dunia secara resmi mengesahkan agenda tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*) sebagai kesepakatan pembangunan global dengan prinsip “*Leave No One Behind*”. Dengan mengusung tema “Mengubah Dunia Kita: Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan”, SDGs yang berisi 17 tujuan dengan 169 target merupakan rencana aksi global yang berlaku sejak 2016 hingga 2030 guna mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan dan melindungi lingkungan.⁵⁰ Adapun 17 tujuan dalam SDGs yaitu:

Tabel 2.1 Sustainable Development Goals (SDGs) PBB

Tujuan	Definisi
Tujuan 1	Mengakhiri kemiskinan dalam bentuk apapun di seluruh penjuru dunia
Tujuan 2	Mengakhiri kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan peningkatan gizi, serta mempromosikan pertanian berkelanjutan
Tujuan 3	Menjamin kehidupan yang sehat dan mempromosikan kesejahteraan untuk masyarakat di segala usia
Tujuan 4	Menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan adil, serta mempromosikan kesempatan belajar seumur hidup untuk semua orang
Tujuan 5	Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan kaum ibu dan anak perempuan
Tujuan 6	Menjamin ketersediaan air bersih dan sanitasi yang berkelanjutan untuk semua orang
Tujuan 7	Menjamin akses terhadap sumber energi yang terjangkau, terpercaya, berkelanjutan dan modern untuk semua orang
Tujuan 8	Mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, membuka kesempatan kerja seluas-luasnya dan produktif dan menciptakan pekerjaan yang layak untuk semua

⁴⁹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 193-194.

⁵⁰ <https://www.sdg2030indonesia.org/page/8-apa-itu>

Tujuan	Definisi
Tujuan 9	Membangun infrastruktur yang tangguh, mempromosikan industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan, dan mendorong inovasi
Tujuan 10	Mengurangi kesenjangan di dalam sebuah negara maupun di antara negara-negara di dunia
Tujuan 11	Membangun kota-kota dan pemukiman manusia inklusif, aman, berkualitas, berketahanan dan berkelanjutan
Tujuan 12	Menjamin keberlangsungan konsumsi dan pola produksi
Tujuan 13	Bertindak cepat untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya
Tujuan 14	Melestarikan dan menjaga keberlangsungan laut dan sumber daya kelautan secara berkelanjutan untuk pengembangan pembangunan berkelanjutan
Tujuan 15	Melindungi, memulihkan dan mempromosikan pemanfaatan ekosistem darat berkelanjutan, mengelola hutan secara berkelanjutan, memerangi penggurunan, menghentikan dan membalikkan degradasi lahan dan menghentikan hilangnya keanekaragaman hayati
Tujuan 16	Mempromosikan masyarakat yang damai dan inklusif untuk pembangunan berkelanjutan, memberikan akses keadilan bagi semua pihak, dan membangun lembaga yang efektif, akuntabel dan inklusif di semua tingkatan
Tujuan 17	Memperkuat sarana implementasi dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan

Perusahaan sebagai *agent of development* harus mampu menciptakan daya dukung dirinya dalam pembangunan berkelanjutan. Bahkan akibat kesadaran masyarakat dan pemangku kebijakan tentang arti penting pembangunan berkelanjutan, perusahaan harus menangkap hal itu sebagai strategi baru dan dijadikan acuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. *Sustainable development* memberikan kerangka bagi perusahaan untuk tetap mampu mengantisipasi dan mengurangi munculnya ancaman yang disebabkan oleh lingkungan dan

bencana alam, serta mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan sosial masyarakat.⁵¹

5. Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan *Sustainable Development Goals*

Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*). Dengan penerapan program CSR pada konsep *Sustainable Development* dalam perusahaan, maka akan memudahkan bisnis dalam sebuah perusahaan guna mengimplementasikan program-program untuk dimasukkan sebagai bagian strategi bisnis.⁵²

ISO 26000 memberikan batasan atau *guidance* tanggung jawab sosial perusahaan yang mengandung makna bahwa perusahaan dalam operasinya ketika mengambil keputusan, khususnya yang berdampak pada masyarakat (*social*) dan lingkungan (*environment*) harus dilakukan secara transparan dan berpedoman pada etika dan memberikan kontribusi untuk *sustainable development, public health*, memperhatikan harapan *stakeholder*, serta mematuhi dengan norma dan hukum internasional yang berlaku dan bersifat terimplementasi pada setiap bagian dalam perusahaan untuk dilakukan dalam praktik secara konsisten.⁵³

International Institute for Sustainable Development berpendapat bahwa bagi perusahaan yang bergerak di bidang bisnis (*business enterprise*) jangan hanya sekedar mengejar profit melainkan operasinya harus mengadopsi konsep pembangunan berkelanjutan. Hal itu berarti, strategi bisnis perusahaan di samping untuk memperoleh atau mempertahankan kebutuhannya (*profit oriented*) juga harus memperhatikan kualitas dan keberlanjutan sumber daya manusia dan alam di masa depan.⁵⁴

Pendapat tersebut diperkuat oleh argument Robert Steele, AtKisson Group International bahwa "...if sustainable

⁵¹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 204-205.

⁵² Afdal Kurnia dkk, "Sustainable Development dan CSR," *Prosiding Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat* 6, no. 3 (2017): 231, diakses pada 8 Juli, 2021, <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/26211>

⁵³ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 198.

⁵⁴ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 199.

development is to achieve its potential, it must be integrated into the planning and measurement systems of business enterprises.”. Jika pembangunan berkelanjutan merupakan komitmen dan potensi yang harus dicapai maka pembangunan berkelanjutan harus diimplementasikan dengan perencanaan dan ukuran pencapaian kinerja perusahaan.⁵⁵

Loew memberikan *guidance* tentang titik temu antara *corporate social responsibility* dengan *sustainable development*. *Social responsibility* merupakan bentuk kesadaran perusahaan atas berbagai dampak yang muncul akibat operasional perusahaan baik secara sosial maupun lingkungan fisik. Dampak sosial dari operasional berupa kemacetan, kebisingan, pergeseran sistem nilai masyarakat, kesenjangan kesejahteraan dan sejenisnya. Sementara, dampak negatif dari operasional terhadap lingkungan sekitar seperti pencemaran air, *global warming*, emisi debu dan sejenisnya. Kegiatan ini membutuhkan biaya yang relatif besar karena itu membutuhkan *social responsiveness* (ketanggapan perusahaan) sebagai wujud *emphaty*.⁵⁶

Teori *stakeholder* memberikan gambaran tentang *social responsibility*, di mana dalam teori tersebut dijelaskan bahwa keberadaan perusahaan tidak dapat dilepas dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Keberadaan perusahaan di tengah lingkungan baik dalam artian sempit maupun dalam artian luas membutuhkan legitimasi masyarakat (*stakeholder*), karena itu perusahaan harus memiliki keberpihakan serta bertanggung jawab atas dampak yang dimunculkan akibat operasinya.⁵⁷

Perusahaan harus sadar bahwa masyarakat adalah pihak eksternal yang secara langsung maupun tidak langsung merasakan dampak negatif operasional perusahaan, seperti munculnya penyakit, emisi debu, emisi udara, kebisingan serta pergeseran-pergeseran sistem nilai. Wujud tanggung jawab perusahaan tersebut dapat dilakukan dengan seperangkat kegiatan sosial (*social responsibility*), melaksanakan produksi yang mengedepankan pemeliharaan lingkungan, pertimbangan pembangunan berkelanjutan, sadar *go green*, dan seperangkat

⁵⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 199.

⁵⁶ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 1.99-200

⁵⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 201.

aktivitas lain untuk pemeliharaan, kelestarian dan keseimbangan lingkungan.⁵⁸

Aktivitas *social responsibility* sejalan dengan kaidah dan tujuan *sustainable development* yaitu munculnya kondisi yang mencerminkan keharmonisan, tujuan sosial dan lingkungan serta pengelolaan isu-isu yang berorientasi pada sosial. Keselarasan antara *social responsibility* dengan *sustainable development* juga dapat dilihat dari kesamaan atau kesesuaian pola yang mendasari lahirnya praktik *social responsibility* dan *sustainable development*. Lahirnya *sustainable development* didasarkan keinginan dan keprihatinan persoalan lingkungan serta program penyelamatan planet. *Rio Conference* sangat jelas bagaimana *sustainable development* hadir untuk penyelamatan bumi yang secara eksponensial mengalami degradasi. Karena itu, sesungguhnya terdapat koherensi antara praktik *social responsibility* dengan *sustainable development*. Begitu juga sebaliknya, latar belakang lahirnya *social responsibility* yang berusaha untuk membantu secara preventif maupun represif atas dampak negatif yang dimunculkan dari operasional perusahaan baik kepada lingkungan fisik maupun sosial masyarakat.⁵⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan implementasi *Sustainable Development Goals* pada perusahaan akan diuraikan sebagai berikut:

1. *Connecting Business and Sustainable Development Goals in Spain* oleh Belen Lopez pada tahun 2020

Penelitian di atas menggunakan metode kuantitatif yang mengungkapkan implementasi SDGs melalui strategi CSR pada *Multinational Companies* (MNC) di Spanyol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang termasuk dalam sampel telah mengimplementasikan SDGs dalam strategi mereka, baik di situs web perusahaan maupun laporan CSR, tetapi sulit untuk menentukan kontribusi bisnis terhadap pembangunan berkelanjutan.⁶⁰ Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

⁵⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 201.

⁵⁹ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 201.

⁶⁰ Belen Lopez, "Connecting Business and Sustainable Development Goals in Spain," *Emerald Publishing*, (2020): 10, diakses pada 7 Juli, 2021,

Theresia dengan subjek anggota *Indonesia Global Compact Network* (IGCN) yang memperoleh hasil bahwa jika dilihat dari 17 Tujuan SDGs, pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan masih perlu dikembangkan. Dari 17 tujuan SDGs, terdapat 6 Tujuan yang telah diungkapkan oleh 7 perusahaan. Pengungkapan lebih dominan pada aspek sosial daripada lingkungan, seperti kesehatan dan kesejahteraan, air dan sanitasi, pendidikan, pelanggan serta kemitraan.⁶¹

Berbeda dengan kedua penelitian di atas yang menggunakan metode kuantitatif melalui skoring pada implementasi SDGs yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis bentuk dan strategi implementasi SDGs. Selain metode penelitian, perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian. Selain bentuk implementasi SDGs, penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga menganalisis strategi implementasi SDGs yang dilakukan oleh kelima perusahaan yang menjadi subjek penelitian.

2. *Business and Morals: Corporate Strategies for Sustainable Development in China* oleh Da Banik dan Ka Lin pada tahun 2019

Penelitian di atas menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis hubungan strategi CSR pada perusahaan di China terhadap pencapaian SDGs dengan sumber data yang berasal dari *CSR Report* dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa beberapa perusahaan mengimplementasikan strategi dan operasi mereka dalam kaitannya dengan SDGs. Sementara yang lain lebih tertarik untuk mempromosikan satu atau dua SDGs berdasarkan kepentingan bisnis dan bidang keahlian atau sektor operasi yang ada.⁶²

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MIP-08-2018-0367/full/html>

⁶¹ Theresia, "Analisis Penerapan *Sustainable Development Goals* (SDGs) pada Beberapa Anggota *Indonesia Global Compact Network* (IGCN)" (Presentasi, *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*), Indonesia, Universitas Bunda Mulia, 5-6 September, 2018).

⁶² Da Banik dan La Kin, "*Business and Morals: Corporate Strategies for Sustainable Development in China*," *Business and Politics* (2019): 535, diakses pada 8 Juli, 2021, <https://www.cambridge.org/core/journals/business-and->

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak subjek dan sumber data penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil subjek perusahaan pertambangan yang terdaftar di JII. Sementara untuk sumber data, penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya menggunakan *annual report* untuk menganalisis bentuk implementasi SDGs yang dilakukan oleh kelima perusahaan pertambangan yang menjadi subjek penelitian.

3. *Multinational Enterprises and The Sustainable Development Goals: An Institutional Approach to Corporate Engagement* oleh Jan Anton Van Zanten dan Rob Van Tulder pada tahun 2018

Penelitian di atas menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis implementasi SDGs pada *Multinational Enterprises* (MNE) di Eropa dan Amerika Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan multinasional terlibat dengan target SDG secara internal. Perusahaan multinasional terlibat dengan SDG untuk menghindari dampak negatif pada pembangunan berkelanjutan.⁶³

Penelitian di atas memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Tidak hanya bentuk implementasi SDGs, penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga menganalisis strategi implementasi SDGs yang dilakukan oleh subjek penelitian.

4. *Corporate Social Responsibility (CSR) Contribution to Achieve Sustainable Development Goals (SDGs) in Southeast Sulawesi* oleh Faturachman Alputra Sudirman dkk pada tahun 2021

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis bentuk implementasi SDGs pada PT Aneka Tambang Tbk untuk Unit Bisnis Pertambangan Nikel (UBPN) Sulawesi Tenggara. Penelitian dilakukan dengan menganalisis berbagai program CSR yang selaras dengan tujuan SDGs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR dapat disejajarkan dengan tujuan dalam mencapai SDGs.⁶⁴

[politics/article/business-and-morals-corporate-strategies-for-sustainable-development-in-china/F161B125E3C7AAD3A1F71D2571432556](https://doi.org/10.1057/s44214-018-0008-x)

⁶³ Jan Anton Van Zanten Dan Rob Van Tulder, “*Multinational Enterprises and the Sustainable Development Goals: an Institutional Approach to Corporate Engagement*,” *Journal of International Business Policy* (2018): 30, diakses 5 Juli, 2021, <https://doi.org/10.1057/s44214-018-0008-x>

⁶⁴ Faturachman Alputra Sudirman, dkk., “*Corporate Social Responsibility (CSR) Contribution to Achieve Sustainable Development Goals (SDGs) in Southeast Sulawesi*” (*Proceedings of the 11th Annual International Conference*

Penelitian yang di atas memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Selain subjek penelitian yang hanya mengambil satu perusahaan yaitu PT Aneka Tambang Tbk, penelitian di atas tidak menganalisis strategi yang dilakukan perusahaan dalam mengimplementasikan SDGs.

5. *Implementation of CSR Programs Toward Achievement of The SDGs Target* oleh Weni Apriliyani dan Novita pada tahun 2019

Penelitian di atas menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kegiatan CSR PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap terhadap pencapaian SDGs. Hasil pengujian *bootstrapping* menunjukkan *original sample* variabel CSR bidang ekonomi, sosial dan lingkungan masing-masing sebesar 0,435; 0,079 dan 0,029 yang berarti bahwa CSR bidang ekonomi, sosial dan lingkungan berpengaruh positif terhadap pencapaian target SDGs. Sementara jika dilihat dari *t-statistic*, hanya variabel CSR bidang ekonomi yang berpengaruh signifikan terhadap pencapaian SDGs dengan nilai 2,255. Variable CSR bidang sosial dan lingkungan dengan nilai *t-statistic* masing-masing sebesar 0,169 dan 0,673 yang menandakan tidak signifikannya pengaruh variabel CSR bidang sosial dan lingkungan terhadap pencapaian target SDGs.⁶⁵

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode penelitian, di mana penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga menganalisis strategi implementasi SDGs yang dilakukan oleh subjek penelitian.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan mengkaji lebih lanjut terkait dengan pengimplementasian *Sustainable Development Goals* pada perusahaan pertambangan di *Jakarta Islamic Index*. Pembangunan berkelanjutan merupakan proses pembangunan yang berprinsip memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. Jika perusahaan berkomitmen dan menjadikan pembangunan berkelanjutan sebagai

on Industrial Engineering and Operations Management Singapore, Indonesia, Universitas Halu Oleo Kendari, 2-11 Maret, 2021).

⁶⁵ Weni Apriliyani dan Novita, "Implementation of CSR Programs toward Achievement of the SDGs Target," *Accounting Research Journal of Sutaatmadja* 3, no. 1, (2019): 30, diakses pada 5 Juli, 2021, <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/accruals/article/view/37>

potensi yang harus dicapai maka pembangunan berkelanjutan harus diintegrasikan dengan perencanaan dan ukuran pencapaian kinerja perusahaan, terutama dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* karena keduanya memiliki keselarasan. Aktivitas CSR perusahaan yang disampaikan dalam *annual report* harus dianalisis untuk mengetahui sejauh apa perusahaan mengimplementasikan SDGs. Implementasi SDGs dapat dilihat melalui bentuk implementasi SDGs dan strategi implementasi SDGs.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

