

PENILAIAN KELENGKAPAN PENGUNGKAPAN ASPEK SOSIAL BERDASARKAN GRI STANDARD 400 ATAS LAPORAN BERKELANJUTAN PT. UNILEVER INDONESIA TBK. TAHUN 2019-2023

Joya,

¹*Mahasiswa, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan
Bandung*

Atty Yuniawati, S.E.,MBA.,CMA

*Lecturer, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan
Bandung*

ABSTRACT

As a company, regulations mandate reporting in the form of sustainability reports. Unilever Indonesia is required to report on Economic, Social, and Environmental components as part of its sustainability reporting. The company is obligated to report on social components within the GRI 400 framework since 2016. GRI 400 comprises four components: labor practices and decent work, human rights, society, and product responsibility. The research method employed in this study is qualitative research, specifically document analysis. The data used are secondary data obtained directly from Unilever's officially published sustainability reports annually from 2019 to 2023. In measurement, these aspects are evaluated using the GRI 400 scoring system, assigning points based on criteria, and subsequently analyzed using the Sustainability Disclosure Report Index (SRDI). From the research findings, it was discovered that PT. Unilever Indonesia demonstrated improvement in reporting GRI 400 from 2019 to 2023. The Labor Practices and Decent Work component had the highest average reporting at 38.43%. Human Rights (HR) had the lowest average reporting at 15.03%, while Product Responsibility averaged 15.64%, and Society averaged 16.67%. It is recommended that PT. Unilever Indonesia enhance its Human Rights (HR) aspect and maintain it.

Keywords: *Social Aspect Disclosure; GRI Standard 400; Sustainability Reports; Unilever*

ABSTRAK

Unilever Indonesia wajib melaporkan komponen Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan hidup sebagai bagian dari laporan keberlanjutan. Perusahaan berkewajiban melaporkan komponen sosial dalam kerangka GRI 400 tahun 2016. GRI 400 memiliki empat komponen, yaitu ketenagakerjaan, HAM, tanggung jawab produk, dan kemasyarakatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi dokumen. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh langsung dari laporan keberlanjutan Unilever yang telah dipublikasikan secara resmi setiap tahun dari tahun 2019-2023. Dalam pengukurannya, aspek ini dinilai dengan menggunakan skoring GRI 400, dengan pemberian poin sesuai kriteria, dan kemudian dianalisis dengan *Sustainability Disclosure Report Index* (SRDI). Dari hasil penelitian, komponen Ketenagakerjaan merupakan komponen dengan rerata pelaporan tertinggi, yaitu sebesar 38,43%, rerata pelaporan komponen Masyarakat sebesar 16,67%, rerata Komponen Tanggung Jawab Produk rerata sebesar 15,64%, rerata komponen Hak Asasi Manusia (HAM) sebesar 15,03%. Dengan demikian, komponen dengan pelaporan terlengkap adalah ketenagakerjaan, dan yang paling tidak lengkap adalah Hak Asasi Manusia (HAM). Disarankan untuk dapat mempertahankan praktek SDM karyawan yang baik saat ini, bekerja sama dengan masyarakat untuk aktivitas CSR berkelanjutan, menciptakan produk inovatif yang ramah lingkungan, dan memperbaiki praktek HAM sehingga menjadi lebih baik di kemudian hari.

Kata kunci: Aspek Sosial;GRI Standard 400;Laporan Keberlanjutan;Unilever

Klasifikasi JEL:

1. PENDAHULUAN

Industri pengolahan memegang peranan vital dalam aktivitas ekonomi suatu negara. Selain menciptakan nilai tambah melalui proses produksi dari bahan mentah menjadi produk jadi, industri ini juga memberikan dampak yang luas dalam memenuhi beragam kebutuhan masyarakat. Industri pengolahan juga meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menjadi cerminan kewajiban perusahaan untuk memberikan dampak sosial positif, dalam bentuk aktivitas kemasyarakatan dan kepedulian terhadap karyawan dan HAM.

Salah satu sektor yang termasuk dalam industri pengolahan adalah sektor Fast Moving Consumer Goods (FMCG), yang terdiri dari produk-produk konsumen sehari-hari seperti makanan, minuman, produk kebersihan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya (Salsabila, 2023). Industri FMCG menjadi salah satu industri strategis karena berperan dalam menyediakan barang dan layanan yang esensial bagi kehidupan sehari-hari (Putlia, 2021).

Sektor FMCG relatif lebih tahan terhadap krisis ekonomi dan dampak pelambatan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19. Hal ini disebabkan oleh sifat konsumsi yang fundamental dari produk-produk FMCG, yang cenderung stabil meskipun dalam kondisi ekonomi yang sulit sekalipun (Susanty dan Pangesuty, 2022). Produk-produk FMCG merupakan kebutuhan pokok dan rutin dalam kehidupan sehari-hari, seperti makanan, minuman, produk kebersihan, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Oleh karena itu, permintaan terhadap produk-produk ini cenderung stabil atau bahkan meningkat di tengah-tengah krisis ekonomi, karena kebutuhan dasar masyarakat tetap harus dipenuhi.

Penilaian ini berfokus pada PT Unilever Tbk., salah satu pemimpin pasar di sektor FMCG dan perusahaan dengan kapitalisasi terbesar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Unilever adalah perusahaan multinasional yang beroperasi di lebih dari 190 negara, menawarkan portofolio produk yang sangat beragam. Produk-produk Unilever mencakup berbagai kategori, seperti makanan dan minuman, perawatan pribadi, perawatan rumah tangga, dan produk-produk lain yang menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan kehadirannya yang luas dan produk-produknya yang bervariasi, Unilever memainkan peran vital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Bukan hanya itu, Kedudukan Unilever sebagai salah satu pemimpin pasar FMCG tidak hanya didasarkan pada portofolio produknya yang beragam, tetapi juga pada inovasi, kualitas produk, dan strategi pemasaran yang kuat. Menurut Tamam Achada (2007) Unilever dikenal karena komitmennya terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta upayanya dalam mengintegrasikan praktik-praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan ke dalam seluruh rantai nilai perusahaannya. Selain itu, kapitalisasi besar Unilever di BEI juga mencerminkan posisinya sebagai salah satu pemain utama dalam industri FMCG di Indonesia, yang merupakan salah satu pasar berkembang terbesar di dunia dengan populasi yang besar dan pertumbuhan ekonomi yang pesat.

Penelitian ini berfokus pada pengungkapan aspek sosial dalam laporan berkelanjutan. Regulasi menuntut perusahaan untuk mengungkapkan laporan berkelanjutan sebagai bagian integral dari laporan tahunan biasanya berkaitan dengan persyaratan yang diberlakukan oleh otoritas pengatur pasar modal (OJK) mewajibkan perusahaan terdaftar di bursa efek untuk mengungkapkan informasi relevan kepada para investor (Sari dan Artinah, 2014; Tarigan dan Samuel, 2014). Berdasarkan Laporan Keberlanjutan Perusahaan yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah no. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan, pemerintah menetapkan kewajiban perusahaan untuk melaporkan Laporan Keberlanjutan Perusahaan (LKP). Selain itu, POJK 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, mewajibkan emiten

di BEI untuk melaporkan Laporan Keberlanjutan

Konsep *Triple Bottom Line* yang merupakan konsep yang digunakan untuk mengukur kinerja, kepedulian sosial, dan praktisk pelestarian lingkungan dalam suatu perusahaan dan mendorong pertumbuhan pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam 3 aspek, yaitu mengejar keuntungan (*profit*) perusahaan juga harus mementingkan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga kelestarian alam (*planet*). Konsep ini pertama kali dikenalkan oleh John Elkington pada tahun 1998 sebagai salah satu cara untuk mengevaluasi dampak perusahaan selain profitabilitas keuangan (Manisa dan Defung, 2017). Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan dan sosial, serta tuntutan dari berbagai pemangku kepentingan termasuk investor, kreditor, dan masyarakat umum, banyak negara mulai menerapkan persyaratan yang lebih ketat terkait dengan pengungkapan keberlanjutan dalam laporan tahunan perusahaan. Ini mencakup informasi tentang praktik bisnis berkelanjutan, kebijakan lingkungan, upaya sosial, dan aspek-aspek ESG lainnya (Line, 2017). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah salah satu kerangka kerja pelaporan berkelanjutan yang digunakan secara luas di seluruh dunia. Persyaratan GRI dan standar serupa lainnya mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi tentang dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi mereka.

Aspek sosial yang dilaporkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) Standards 400 merupakan salah satu bagian penting dari laporan keberlanjutan perusahaan karena mencerminkan dampak dan kontribusi sosial perusahaan terhadap masyarakat dan stakeholder lainnya. Aspek sosial ini mencakup berbagai dimensi yang relevan dengan hubungan perusahaan dengan masyarakat, karyawan, dan komunitas tempat perusahaan beroperasi. Menurut Simbolon dan Memed (2016), laporan keberlanjutan merupakan sarana publikasi informasi yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi, social dan lingkungan kepada seluruh stakeholders. Sebagai bagian dari perusahaan multinasional yang mengoperasikan berbagai merek terkemuka di sektor *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), Unilever Indonesia memiliki kesadaran yang kuat akan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat setempat dan kepada seluruh stakeholdersnya. Berbagai program CSR yang dilaksanakan oleh Unilever Indonesia mencakup beragam bidang, mulai dari pendidikan dan kesehatan hingga pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian lingkungan, melalui inisiatif-inisiatif seperti program pemberdayaan petani, program edukasi sanitasi, program akses air bersih, dan berbagai kegiatan lainnya. Program-program ini tidak hanya mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan, tetapi juga menciptakan dampak yang nyata dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat di berbagai tingkatan.

Sebagai perusahaan yang beroperasi di Indonesia, Unilever Indonesia melaporkan aspek sosial ini dalam laporan keberlanjutannya sesuai dengan Peraturan OJK Nomor 51/POJK.02/2017 menggunakan standar standar GRI 2016. Hal ini tidak hanya merupakan kepatuhan terhadap regulasi dan standar pelaporan yang berlaku, tetapi juga mencerminkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, termasuk investor, karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum (Mysaka dan Derun, 2022). Diharapkan, tidak hanya memperkuat citra perusahaan sebagai pemimpin dalam tanggung jawab sosial korporat, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan memberikan dampak positif kepada seluruh masyarakat. Bahkan pada bulan Agustus 2023, Unilever menerima ESG Award 2023 dari Yayasan Keanekaragaman Hayati (KEHATI) untuk sektor Capital Market kategori Best Emiten.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Sustainability Reporting (Laporan Keberkelanjutan)

Rankin dkk. (2012) menjelaskan bahwa laporan keberlanjutan, atau *sustainability report*, tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi mengenai kinerja ekonomi perusahaan. Laporan ini juga berperan sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam menilai dampak lingkungan dan sosial yang dihasilkan oleh perusahaan. *Global Reporting Initiative* (1999) mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik yang mencakup pengukuran, pengungkapan, dan upaya akuntabilitas perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Laporan ini tidak hanya mencantumkan data kinerja keuangan, tetapi juga informasi non-keuangan dengan prinsip bahwa tindakan yang kita lakukan saat ini tidak boleh membatasi pilihan ekonomi, sosial, dan lingkungan yang tersedia bagi generasi mendatang. Prinsip-prinsip pelaporan dan standar pengungkapan *sustainability report* dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative*, yang pertama kali menerbitkan panduan laporan keberlanjutan pada tahun 2000.

Sustainability report telah diwajibkan bagi lembaga keuangan dan perusahaan publik sejak tahun 2019 sesuai dengan peraturan POJK Nomor 51/POJK.03/2017. Laporan berkelanjutan organisasi menyajikan informasi terkait aspek material, yaitu aspek yang mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial organisasi.

GRI Standards

Pada tahun 2015 GRI membentuk *Global Sustainability Standard Board* dengan tujuan untuk mengembangkan laporan keberlanjutan dan diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2017 namun baru berlaku efektif pada 1 Juli 2018. GRI Standards memberikan panduan tentang cara menyusun Pengungkapan *Sustainability Report* dalam format yang mirip dengan laporan keuangan perusahaan, laporan tahunan, dan laporan terpadu. GRI Standards (2016) mencakup tiga modul standar universal: GRI 101 Foundation, GRI 102 General Disclosure, GRI 103 Management Approach, dan 33 modul topik spesifik yang tergabung dalam tiga pengkodean modul utama: GRI 200 Economy, GRI 300 Environment, GRI 400 Social.

Standar Keberlangsungan Sosial pada GRI Standards

Pelaporan Sosial merupakan pengukuran bagi aktivitas Sosial yang dilakukan perusahaan yang dalam cakupannya terbagi menjadi empat yaitu aspek ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk, sesuai GRI 400. Pengungkapan aspek sosial dilakukan melalui laporan keberlanjutan yang dimiliki perusahaan.

GRI yang berfokus pada aspek ini merupakan GRI 400 yang dapat dibagi menjadi beberapa komponen yaitu:

Ketenagakerjaan

GRI 401: Ketenagakerjaan

GRI 402: Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen

GRI 403: Keselamatan Dan Kesehatan Kerja

GRI 404: Pelatihan Dan Pendidikan

GRI 405: Keanekaragaman Dan Kesempatan Setara

GRI 406: Non-Diskriminasi

Hak Asasi Manusia

GRI 407: Kebebasan Berserikat Dan Perundingan Kolektif

GRI 408: Pekerja Anak

GRI 409: Kerja Paksa Atau Wajib Kerja
 GRI 410: Praktik Keamanan
 RI 411: Hak-Hak Masyarakat Adat
 GRI 412: Penilaian Hak Asasi Manusia

Tanggung Jawab Produk

GRI 414: Penilaian Sosial Pemasok
 GRI 415: Kebijakan Publik
 GRI 416: Kesehatan Dan Keselamatan Pelanggan
 GRI 417: Pemasaran Dan Pelabelan
 GRI 418: Privasi Pelanggan
 GRI 419: Kepatuhan Sosial Ekonomi

Masyarakat

GRI 411: Hak-Hak Masyarakat Adat
 GRI 413: Masyarakat Lokal

3. METODE DAN DATA

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang tujuannya adalah memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dan berkaitan dengan sikap, motivasi, tindakan, dan persepsi dari subjek penelitian (Moleong, 2014).

Sementara jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi dokumen. Studi dokumen merupakan salah satu cara yang dapat digunakan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010). Penelitian ini berfokus pada pengungkapan GRI 400 aspek sosial dalam laporan keberlanjutan Unilever Indonesia dari tahun 2019-2023

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh langsung dari laporan keberlanjutan Unilever yang telah dipublikasikan secara resmi setiap tahun dari tahun 2019-2023 di website resmi Unilever Indonesia www.Unilever.co.id

Dalam analisis aspek ini dinilai dengan menggunakan analisis *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI).

Dalam pelaporan SRDI menurut Dian (2015), terdapat dua tahap. Tahap pertama adalah pemberian skor pada setiap sub-indikator kinerja yang terdapat pada *sustainability report*. Pelaporan tiap komponen dan persyaratan sesuai dengan GRI Standard dan kemudian akan dibuat persentase pada setiap kode indikatornya. Penilaian terdiri dari 3 kriteria yaitu :

- Poin 0 untuk indikator yang tidak diungkapkan sama sekali
- Poin 0,5 untuk indikator yang diungkapkan namun tidak lengkap
- Point 1 untuk indikator yang diungkapkan dengan lengkap.

Tahap kedua adalah menghitung skor dari setiap item tersebut dijumlahkan untuk memperoleh total skor. Rumus untuk menghitung *Sustainability Disclosure* adalah sebagai berikut:

$$SRDI = \frac{V}{M} \times 100\%$$

Persyaratan:

Sustainability Disclosure Report Index (SRDI) = *Sustainability Report Disclosure Index* Perusahaan

V = Jumlah item yang diungkapkan Perusahaan

M = Jumlah item total

4. PEMBAHASAN

Analisis ini dilakukan pada Laporan Keberlanjutan dari PT. Unilever dari tahun 2019 sampai 2023 untuk pengungkapan komponen GRI 400. Peneliti membandingkan Indikator dengan disclosure sesuai dengan GRI 400 Standard dari tahun 2019 – 2023. Tujuannya, memberikan gambaran kelengkapan pelaporan setiap komponen, dalam bagian ini juga akan diungkapkan mengenai perbandingan antara pelaporan dengan persyaratan dari setiap sub-indikator yang selanjutnya akan direkap di dalam bentuk tabel yaitu tabel 4.1.1., 4.1.2., 4.1.3., dan 4.1.4, yang menggambarkan pelaporan dari komponen-komponen GRI 400 tersebut. Dalam bagian ini peneliti akan membagi dan mengelompokkan indikator-indikator penilaian kelengkapan pengungkapan pada laporan keberlanjutan GRI 400, sesuai pengelompokan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya yang membagi menjadi komponen Ketenagakerjaan, Hak Asasi Manusia, Tanggung Jawab Produk, dan Komponen Masyarakat

Tabel 1. pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2019-2023

Tahun	Kelengkapan pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk.			
	komponen Ketenagakerjaan	komponen Hak Asasi Manusia	komponen Tanggung Jawab	komponen Masyarakat
2019	Pada tahun 2019 Unilever Indonesia dengan kode indikator 401-1 belum mendapat nilai full. Kode indikator 403-9 belum mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-1 belum mendapatkan nilai full. Kode indikator 404-1, 404-2 dan 406-1 sudah diungkapkan sesuai Indikator GRI. Untuk kode indikator 401-2, 401-3, 402-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-10, 404-3, dan 405-2 tidak diungkapkan	Pada tahun 2019 Unilever Indonesia dengan kode indikator 412-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 407-1, 408-1, 409-1, 410-1, 411-1, 412-3 tidak diungkapkan.	Pada tahun 2019 Unilever Indonesia dengan kode indikator 417-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 414-1, 414-2, 415-1, 416-1, 416-2, 417-2, 417-3, 418-1, 419-1 tidak diungkapkan	Pada tahun 2019 Unilever Indonesia dengan kode indikator 413-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 411-1 dan 413-2 tidak diungkapkan.
2020	Pada tahun 2020 Unilever Indonesia dengan kode indikator 403-9 belum mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-1 belum mendapatkan nilai full \. Kode indikator 401-1, 404-1, 404-2, 405-1, 405-2, 406-1 sudah diungkapkan sesuai Indikator GRI. Untuk kode indikator 401-2, 401-3, 402-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-10, 404-3 tidak diungkapkan	Pada tahun 2020 Unilever Indonesia dengan kode indikator 412-1 tidak mendapatkan nilai full. Untuk kode indikator 408-1 dan 409-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 407-1, 410-1, 411-1, 412-3 tidak	Pada tahun 2020 Unilever Indonesia dengan kode indikator 417-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 418-1 telah diungkapka sesuai dengan Indikator GRI. Kode indikator 414-1, 414-2, 415-1, 416-1, 416-2, 417-2,	Pada tahun 2020 Unilever Indonesia dengan kode indikator 413-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 411-1 dan 413-2 tidak diungkapkan.

Tabel 1. pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2019-2023

Tahun	Kelengkapan pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk.			
	komponen Ketenagakerjaan	komponen Hak Asasi Manusia	komponen Tanggung Jawab	komponen Masyarakat
		diungkapkan.	417-3, 419-1 tidak diungkapkan	
2021	Pada tahun 2021 Unilever Indonesia dengan kode indikator 403-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 403-6 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 403-9 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-1 tidak mendapat nilai full dikarenakan kurangnya pengungkapan pada kriteria kelompok usia. Kode indikator 401-1, 403-2, 403-3, 403-5, 404-1, 404-2, 405-2, 406-1 sudah diungkapkan sesuai Indikator GRI. Untuk kode indikator 401-2, 401-3, 402-1, 403-4, 403-7, 403-10, 404-3 tidak diungkapkan.	Pada tahun 2021 Unilever Indonesia dengan kode indikator 412-1 tidak mendapatkan nilai full. Untuk kode indikator 408-1 dan 409-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 407-1, 410-1, 411-1, 412-3 tidak diungkapkan.	Pada tahun 2021 Unilever Indonesia dengan kode indikator 417-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 418-1 telah diungkapkan sesuai dengan Indikator GRI. Kode indikator 414-1, 414-2, 415-1, 416-1, 416-2, 417-2, 417-3, 419-1 tidak diungkapkan.	Pada tahun 2021 Unilever Indonesia dengan kode indikator 413-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 411-1 dan 413-2 tidak diungkapkan.
2022	Pada tahun 2022 Unilever Indonesia dengan kode indikator 403-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 403-2 tidak mendapatkan nilai full dikarenakan. Kode indikator 403-9 belum mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-2 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 401-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 404-1 dan 404-2 sudah diungkapkan sesuai Indikator GRI. Untuk kode indikator 401-3, 402-1, 403-8, 403-10, 404-3, 406-1 tidak diungkapkan	Pada tahun 2022 untuk kode indikator 408-1 dan 409-1 telah diungkapkan sesuai dengan Indikator GRI. Kode indikator 407-1, 410-1, 411-1, 412-1, 412-3 tidak diungkapkan.	Pada tahun 2022 Unilever Indonesia dengan kode indikator 417-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 418-1, 416-1 dan 417-2 telah diungkapkan sesuai dengan Indikator GRI. Kode indikator 414-1, 414-2, 415-1, 416-2, 417-3, 419-1 tidak diungkapkan.	Pada tahun 2022 Unilever Indonesia dengan kode indikator 413-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 411-1 dan 413-2 tidak diungkapkan.
2023	Pada tahun 2023 Unilever Indonesia dengan kode indikator 403-1 tidak mendapatkan nilai full Kode indikator 403-2 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 403-9 belum mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 405-2 tidak mendapatkan nilai full. Kode	Pada tahun 2023 untuk kode indikator 408-1 dan 409-1 telah diungkapkan sesuai dengan Indikator GRI. Kode indikator 407-1, 410-1, 411-1, 412-1, 412-3 tidak	Pada tahun 2023 Unilever Indonesia dengan kode indikator 417-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 418-1 dan 417-2 telah diungkapkan	Pada tahun 2023 Unilever Indonesia dengan kode indikator 413-1 tidak mendapatkan nilai full. Kode indikator 411-1 dan 413-2 tidak diungkapkan.

Tabel 1. pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2019-2023

Tahun	Kelengkapan pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk.			
	komponen Ketenagakerjaan	komponen Hak Asasi Manusia	komponen Tanggung Jawab	komponen Masyarakat
	indikator 401-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 404-1 dan 404-2 sudah diungkapkan sesuai Indikator GRI. Untuk kode indikator 401-3, 402-1, 403-10, 404-3, 406-1 tidak diungkapkan	diungkapkan.	sesuai dengan Indikator GRI. Kode indikator 414-1, 414-2, 415-1, 416-1, 416-2, 417-3, 419-1 tidak diungkapkan.	

Perkembangan kelengkapan pengungkapan aspek sosial PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2019-2023

Fokus utama dari komponen pertama yaitu Ketenagakerjaan adalah pada aspek kesejahteraan dan pengelolaan tenaga kerja dalam perusahaan. Ini mencakup isu-isu seperti kepegawaian, keselamatan dan kesehatan kerja, pelatihan, kesetaraan peluang, dan non-diskriminasi. Komponen ini menyoroti tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan mereka dan mencerminkan upaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman, inklusif, dan adil.

Tabel 2. Rekapitulasi Perkembangan Komponen Ketenagakerjaan

GRI	Disclosure	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 401	401-1	50,00%	100,00%	50,00%	75,00%	75,00%
	401-2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	401-3	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 402	402-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 403	403-1	0,00%	0,00%	75,00%	75,00%	75,00%
	403-2	25,00%	0,00%	63,00%	63,00%	63,00%
	403-3	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	403-4	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	75,00%
	403-5	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	403-6	0,00%	0,00%	75,00%	100,00%	100,00%
	403-7	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
	403-8	0,00%	0,00%	17,00%	0,00%	33,00%
	403-9	20,00%	33,00%	42,00%	42,00%	42,00%
	403-10	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 404	404-1	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	404-2	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
	404-3	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 405	405-1	75,00%	75,00%	50,00%	75,00%	75,00%
	405-2	0,00%	100,00%	100,00%	75,00%	100,00%
GRI 406	406-1	50,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
Komponen Ketenagakerjaan		18,50%	25,40%	43,60%	50,25%	54,40%

Perkembangan Pelaporan Komponen Hak Asasi Manusia

Komponen Hak Asasi Manusia menekankan perlindungan dan penghormatan hak asasi manusia dalam semua aspek operasi perusahaan, termasuk hak pekerja, hak masyarakat adat, dan perlindungan terhadap praktik buruh yang melanggar hak asasi manusia, seperti kerja paksa dan kerja anak. Ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk beroperasi dengan integritas dan menghormati martabat manusia.

Tabel 3. Rekapitulasi Perkembangan Komponen Hak Asasi Manusia

GRI	Disclosure	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 407	407-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 408	408-1	0,00%	17,00%	50,00%	67,00%	67,00%
GRI 409	409-1	0,00%	25,00%	50,00%	50,00%	50,00%
GRI 410	410-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 412	412-1	50,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
	412-2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	412-3	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Komponen HAM		7,14%	13,14%	21,43%	16,71%	16,71%

Perkembangan Pelaporan Komponen Tanggung Jawab Produk

Fokus utama dari komponen produk dan layanan perusahaan adalah pada dampak sosial dan lingkungan dari produk dan layanan perusahaan. Ini mencakup aspek seperti penilaian sosial pemasok, kebijakan publik, keselamatan pelanggan, pemasaran yang bertanggung jawab, privasi pelanggan, dan kepatuhan sosial ekonomi. Komponen ini mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap produk mereka dari konsep hingga pemutusan hubungan, serta dampaknya pada konsumen dan masyarakat.

Tabel 5. Rekapitulasi Perkembangan Komponen Tanggung Jawab Produk

GRI	Disclosure	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 414	414-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	414-2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 415	415-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 416	416-1	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
	416-2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%
GRI 417	417-1	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
	417-2	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
	417-3	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 418	418-1	0,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
GRI 419	419-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Komponen TJ Produk		5,00%	8,30%	8,30%	28,30%	28,30%

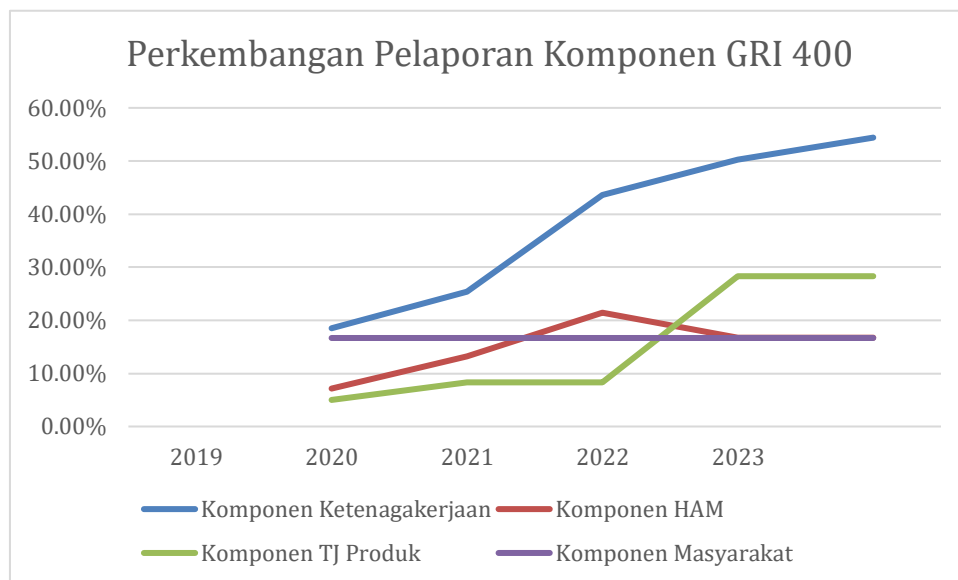
Perkembangan Pelaporan Komponen Masyarakat

Komponen Masyarakat menyoroti keterlibatan dan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat di sekitar mereka. Ini mencakup aspek seperti keterlibatan masyarakat lokal dan hak-hak masyarakat adat. Komponen ini menunjukkan pentingnya perusahaan sebagai anggota masyarakat yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Tabel 6. Rekapitulasi Perkembangan Komponen Pelaporan Komponen Masyarakat

GRI	Disclosure	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 411	411-1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
GRI 413	413-1	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
	413-2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Komponen Masyarakat		16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%

Grafik berikut akan merekapitulasi temuan-temuan yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya dalam bentuk grafik gabungan.



Grafik 1. Grafik Rerata Pelaporan per Komponen Tahun 2019-2023

Dengan mengacu pada grafik 1 diatas, PT. Unilever Indonesia memperlihatkan komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan melalui pelaporan GRI yang komprehensif. Dalam komponen Ketenagakerjaan, perusahaan menonjol dengan rerata pelaporan tertinggi, mencapai 38,43%. Fokus pada kepegawaian, keselamatan, dan kesehatan kerja menunjukkan upaya besar dalam menciptakan lingkungan kerja yang aman dan inklusif bagi karyawan. Untuk meningkatkan pelaporan pada komponen Ketenagakerjaan, perusahaan dapat mengintensifkan program keselamatan dan kesehatan kerja dengan melibatkan lebih banyak karyawan dalam proses perencanaan dan evaluasi. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kinerja keselamatan secara keseluruhan tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan responsive terhadap kebutuhan karyawan.

Dengan rerata pelaporan komponen Masyarakat 16,67%, PT. Unilever Indonesia dapat meningkatkan keterlibatan aktif mereka dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan lokal. PT. Unilever Indonesia dapat lebih

memperkuat kemitraan dan program-program pembangunan serta edukasi masyarakat lokal yang dapat berdampak positif secara sosial dan ekonomi dikomunitas pabrik dan masyarakat sekitar.

Komponen Tanggung Jawab Produk menampilkan pelaporan yang dengan rerata 15,64%, yang menunjukkan perlunya perhatian yang signifikan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan terkait produk dan layanan. Untuk meningkatkan kinerja pelaporan komponen Tanggung Jawab Produk PT. Unilever Indonesia dapat meningkatkan inisiatif mereka dalam hal inovasi produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengurangi jejak lingkungan dari siklus hidup produk, mulai dari perancangan, bahan baku, produksi, penggunaan hingga akhir kehidupan produk yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Hal ini termasuk menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, serta dampak sosial dan lingkungan dari produk mereka.

Terakhir, komponen Hak Asasi Manusia (HAM) menunjukkan pelaporan terendah dengan rerata 15,03%, menggambarkan kemungkinan tantangan dalam mengukur dan melaporkan aspek-aspek kompleks ini. Untuk memperkuat komponen HAM, perusahaan dapat memperkuat pemahaman internal tentang dasar HAM yang relevan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan terkait identifikasi risiko terkait HAM dalam rantai pasokan serta cara melaporkan secara akurat dan transparan. Hal tersebut dapat meningkatkan kualitas data Unilever Indonesia pada pelaporan HAM perusahaan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kelengkapan Pelaporan Aspek Sosial berdasarkan GRI 400, PT Unilever menampilkan tendensi pelaporan indikator sebagai berikut:
 - Pada tahun 2019, PT.Unilever Indonesia lebih banyak mengungkapkan komponen ketenagakerjaan dengan prosentase sebesar 18,50%. Terdapat 13 indikator yang belum diungkapkan sama sekali. Dan yang paling sedikit diungkapkan adalah komponen Tanggung Jawab Produk dengan prosentase 5% dan terdapat 9 indikator yang belum diungkapkan. Sedangkan komponen Hak Asasi Manusia dan komponen Masyarakat diungkapkan dengan prosentase 7,14% dan 16,67%.
 - Pada tahun 2020, PT.Unilever Indonesia lebih banyak mengungkapkan komponen Ketenagakerjaan dengan prosentase sebesar 25,40%. Terdapat 13 indikator yang belum diungkapkan sama sekali. Dan yang paling sedikit diungkapkan adalah komponen Tanggung Jawab Produk dengan prosentase 8,30% dan terdapat 8 indikator yang belum diungkapkan. Sedangkan komponen Hak Asasi Manusia dan komponen Masyarakat diungkapkan dengan prosentase 13,14% dan 16,67%.
 - Pada tahun 2021, PT.Unilever Indonesia lebih banyak mengungkapkan komponen ketenagakerjaan dengan prosentase sebesar 43,60%. Terdapat 7 indikator yang belum diungkapkan sama sekali. Dan yang paling sedikit diungkapkan adalah komponen Tanggung Jawab Produk dengan prosentase 8,30% dan terdapat 8 indikator yang belum diungkapkan. Sedangkan komponen Hak Asasi Manusia dan komponen Masyarakat diungkapkan dengan prosentase 21,43% dan 16,67%.
 - Pada tahun 2022, PT.Unilever Indonesia lebih banyak mengungkapkan komponen ketenagakerjaan dengan prosentase sebesar 50,25%. Terdapat 6 indikator yang belum diungkapkan sama sekali. Dan yang paling sedikit diungkapkan adalah komponen Masyarakat dengan prosentase 16,67% dan

terdapat 2 indikator yang belum diungkapkan. Sedangkan komponen Hak Asasi Manusia dan Tanggung Jawab Produk diungkapkan dengan prosentase 16,71% dan 28,30%.

- Pada tahun 2023, PT.Unilever Indonesia lebih banyak mengungkapkan komponen ketenagakerjaan dengan prosentase sebesar 54,40%. Terdapat 6 indikator yang belum diungkapkan sama sekali. Dan yang paling sedikit diungkapkan adalah komponen Masyarakat dengan prosentase 16,67% dan terdapat 2 indikator yang belum diungkapkan. Sedangkan komponen Hak Asasi Manusia dan Tanggung Jawab Produk diungkapkan dengan prosentase 16,71% dan 28,30%
2. Untuk perkembangan Pelaporan Aspek Sosial berdasarkan GRI 400, PT. Unilever Indonesia memperlihatkan komitmen yang kuat terhadap keberlanjutan melalui pelaporan GRI yang komprehensif.
- Dalam komponen Ketenagakerjaan, perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja pelaporan yang terbukti dari persentase peningkatan jumlah pelaporan. pada tahun 2019 sebesar 18,50%, pada tahun 2020 sebesar 25,40%, pada tahun 2021 sebesar 43,60%, pada tahun 2022 sebesar 50,25%, dan terakhir pada tahun 2023 sebesar. 54,40%. karenanya, terdapat tendensi peningkatan. Dari sub-indikator, peningkatan jumlah sub-indikator yang pada tahun 2019 hanya mengungkapkan 5 dari 20 sub-indikator menjadi 14 dari 20 sub-indikator pada tahun 2023. Peningkatan ini terjadi karena adanya peningkatan pengungkapan pada GRI 403-Keselamatan dan Kesehatan Kerja Namun terjadi penurunan pengungkapan GRI 401-1 pada tahun 2021 dan GRI 405-2 pada tahun 2022. Rerata pelaporan komponen Ketenagakerjaan adalah yang tertinggi mencapai 38,43%.
 - Dalam komponen Tanggung Jawab Produk, pada tahun 2019 sebesar 5,00%, pada tahun 2020 sebesar 8,30%, pada tahun 2021 sebesar 8,30%, pada tahun 2022 sebesar 28,30%, dan pada tahun 2023 sebesar 28,30%. Hal ini memperlihatkan terjadinya stagnasi dari pelaporan dari komponen ini pada tahun-tahun terakhir. Hal ini menggambarkan peningkatan yang terjadi karena adanya peningkatan pengungkapan pada GRI 416-Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan dan GRI 417-Pemasaran dan Pelabelan. Rerata komponen Tanggung Jawab Produk ini adalah 15,64%
 - Dalam komponen Hak Asasi Manusia (HAM) pada tahun 2019 sebesar 16,67%, pada tahun 2020 sebesar 16,67%, pada tahun 2021 sebesar 16,67%, pada tahun 2022 sebesar 16,67%, dan pada tahun 2023 sebesar 16,67% hal ini memperlihatkan bahwa komponen ini tidak pernah meningkat dari pelaporannya Hal ini menunjukkan peningkatan kinerja pelaporan yang terbukti dari peningkatan jumlah sub-indikator yang pada tahun 2019 hanya mengungkapkan 1 dari 7 sub-indikator menjadi 3 dari 7 sub-indikator pada tahun 2021. Namun pada tahun 2022 dan 2023 hanya mengungkapkan 2 dari 7 sub-indikator, hal ini terjadi karena GRI 412-Penilaian Hak Asasi Manusia tidak lagi diungkapkan. Rerata komponen HAM adalah 15.03%.
 - Dalam komponen Masyarakat, pada tahun 2019 sebesar 7,14%, pada tahun 2020 sebesar 13,14%, pada tahun 2021 sebesar 21,43%, pada tahun 2022 sebesar 16,71%, dan pada tahun 2023 sebesar 16,71%. artinya, terdapat tendensi peningkatan, namun terjadi stagnasi pada tahun-tahun terakhir. Hal ini menggambarkan perusahaan menunjukkan stagnasi kinerja pelaporan yang terbukti dari jumlah sub-indikator yang diungkapkan dari tahun 2019 sampai 2023 yaitu hanya 1 dari 3 sub-indikator. Rerata pelaporan komponen Masyarakat ini adalah 16,67%

Peneliti memberikan saran praktis sebagai rekomendasi untuk PT. Unilever Indonesia berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait Pelaporan Aspek Sosial berdasarkan GRI 400:

1. Meningkatkan Jumlah Sub-Indikator yang Dilaporkan: Untuk meningkatkan jumlah sub-indikator GRI 400 yang menggambarkan aspek Sosial, perusahaan dapat melakukan langkah-langkah berikut:
 - Perusahaan perlu memastikan bahwa semua data yang relevan terkait aspek Sosial telah tercatat dengan tepat dan sistematis. Ini dapat melibatkan direktur terkait secara rutin untuk memeriksa keakuratan data dan informasi yang dikumpulkan.
 - Unilever Indonesia dapat memperluas ruang lingkup pengungkapan dalam laporan keberlanjutan untuk mencakup lebih banyak *requirement* yang relevan. Misalnya, dalam aspek Ketenagakerjaan, lebih banyak detail mengenai program-program kesejahteraan karyawan atau inisiatif untuk meningkatkan keamanan kerja.
2. Mempertahankan dan Meningkatkan Komponen-Komponen Utama:
 - a) Ketenagakerjaan: Perusahaan telah menunjukkan keunggulan dengan rerata pelaporan tertinggi pada komponen Ketenagakerjaan. Untuk mempertahankan prestasi ini, Unilever Indonesia dapat terus meningkatkan transparansi dalam pengungkapan informasi terkait jumlah karyawan, kebijakan kesejahteraan, dan program pengembangan karir.
 - b) Hak Asasi Manusia (HAM): Meskipun pelaporan HAM menunjukkan rerata 15,03%, Unilever Indonesia perlu meningkatkan kesadaran dan komitmen terhadap isu HAM dalam seluruh rantai pasokan dan operasionalnya. Memastikan kepatuhan dengan standar internasional tentang HAM serta mengintegrasikan praktik-praktik terbaik dalam kebijakan internal perusahaan akan membantu meningkatkan pelaporan dan kinerja di bidang ini.
 - c) Tanggung Jawab Produk: Dengan rerata pelaporan 15,64% pada komponen Tanggung Jawab Produk, Unilever Indonesia dapat mengintensifkan upaya untuk memperluas informasi mengenai inovasi produk berkelanjutan, label lingkungan, dan kebijakan etika produk. Hal ini akan memperkuat citra perusahaan sebagai pemimpin dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap produk-produknya.
 - d) Kemasyarakatan: Meskipun sudah ada kemajuan dengan rerata pelaporan 16,67% pada komponen Masyarakat, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk lebih fokus pada inisiatif-inisiatif sosial yang memberikan dampak positif yang lebih besar bagi masyarakat di sekitar operasinya. Ini dapat meliputi peningkatan dalam program-program tanggung jawab sosial perusahaan dan keterlibatan lebih aktif dalam inisiatif lokal.

Peneliti memberikan saran bagi peneliti selanjutnya yaitu:

- a. Untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan memasukkan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis maupun dengan Unilever yang berada di luar negeri. Ini akan membantu dalam membandingkan praktik-praktik berkelanjutan antar perusahaan dan sektor, serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang tren dan tantangan dalam pelaporan keberlanjutan.

- b.  Mengingat penelitian ini hanya meliputi periode 2019-2023, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian jangka panjang. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perkembangan dan perubahan dalam praktik keberlanjutan dari waktu ke waktu. Studi jangka panjang juga dapat mengungkapkan dampak inisiatif keb
- c. Untuk memperkaya analisis, peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan metode analisis lain seperti analisis korelasi, regresi, atau perbandingan antar perusahaan. Metode-metode ini dapat membantu mengidentifikasi hubungan kausal antara praktik keberlanjutan dengan kinerja perusahaan, serta mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi praktik keberlanjutan.
- d. Untuk menyediakan pandangan yang lebih holistik, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel tambahan ke dalam penelitian mereka, seperti pelaporan keuangan dan tata kelola perusahaan. Ini akan membantu mengintegrasikan aspek-aspek lain dari kinerja dan transparansi perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh praktik keberlanjutan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi*, 9(23-26).

Darwin, Ali. 2006 . *Makalah dipresentasikan dalam Temu Nasional*

Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental quality management*, 8(1), 37-51.

Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Thompson. London

Global Reporting Initiative. GRI. (2017). *The GRI Standards : the global standards for sustainability reporting*

Line, S. (2020). Triple bottom line, sustainability and sustainability assessment, an overview. *Biofuels for a more sustainable future*, 47-72.

Mahasiswa Akuntansi dalam Rangka Kongres IAI X.

Manisa, D. E., Defung, F., & Kadafi, M. A. (2017, July). Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 19, No. 2, pp. 174-187).

Marwata. 2005. Hubungan Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. *Tesis. Universitas Gajahmada*.

Maygarindra, P. B., & El Maghviroh, R. (2012). Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Serta Pelaporan *Sustainability Report* Berdasarkan *Global Reporting Initiative* (Gri G3) Di Pt. Pembangkitan Jawa Bali. *The Indonesian Accounting Review*, 2(2), 173-184.

Putlia, G., & Alphin, C. A. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Industri FMCG Pada Era Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 5(1), 24-30.

- Rahmawati, Y., Anwar, N., & Utomo, C. (2014). A concept of successful collaborative design towards *sustainability* of project development. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 7(4), 1042-1048.
- Sari, N. A., Artinah, B., & Safriansyah, H. (2017). *Sustainability Report* Dan Nilai Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Keuangan*, 7(1), 21-30.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo*. (15 – 16 September).
- Simbolon, J. Memed Sued. (2016). Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Tambang dan Infrastruktur Subsektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014).
- Suaryana, A. (2011). Implementasi akuntansi sosial dan lingkungan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 1-26.
- Susanty, S. M. D., & Pangestuti, D. C. (2022). Analisis nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di bursa efek indonesia. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 19(2), 220-229.
- Tarigan, J., & Samuel, H. (2014). Pengungkapan *sustainability report* dan kinerja keuangan. *Jurnal akuntansi dan keuangan*, 16(2), 88-101.