

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapat pada bagian sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pengungkapan aktivitas CSR pada laporan keberlanjutan periode 2017-2019 menunjukkan bahwa PT. Unilever Indonesia melaksanakan 146 aktivitas CSR selama periode tersebut. Pada tahun 2017, PT. Unilever Indonesia cukup banyak melaksanakan aktivitas CSR. Secara total, sebanyak 53 aktivitas CSR dilakukan dengan rincian 7 aktivitas ekonomi, 8 aktivitas lingkungan, dan 38 aktivitas sosial. Untuk tahun 2018, PT. Unilever Indonesia melaksanakan 50 aktivitas CSR dengan rincian 9 aktivitas ekonomi, 9 aktivitas lingkungan, dan 32 aktivitas sosial. Tahun 2019 PT. Unilever Indonesia melaksanakan 43 aktivitas CSR dengan rincian 7 aktivitas ekonomi, 7 aktivitas lingkungan, dan 29 aktivitas sosial.

Perusahaan kedua adalah PT. Kalbe Farma. Dalam waktu 3 tahun, PT. Kalbe Farma melaksanakan 61 aktivitas CSR. Pada tahun 2017, terdapat 15 aktivitas CSR yang terdiri dari 2 aktivitas ekonomi, 5 aktivitas lingkungan, dan 8 aktivitas sosial. Selanjutnya pada tahun 2018, PT. Kalbe Farma melaksanakan 18 aktivitas CSR yang terdiri dari 6 aktivitas ekonomi, 5 aktivitas lingkungan, dan 7 aktivitas sosial. Tahun terakhir yaitu 2019, PT. Kalbe Farma melaksanakan 28 aktivitas CSR yang terdiri dari 6 aktivitas ekonomi, 8 aktivitas lingkungan, dan 14 aktivitas sosial.

2. Pengungkapan topik material dari PT. Unilever Indonesia dan PT. Kalbe Farma menunjukkan bahwa topik material yang ditentukan sudah direalisasikan dalam aktivitas CSR dengan sangat baik. Seluruh (100%) topik material yang ditentukan sudah terpenuhi melalui aktivitas-aktivitas CSR yang dilakukan. Jumlah aktivitas CSR PT. Unilever Indonesia yang sesuai dengan topik material adalah sebanyak 122 aktivitas atau 83,56%. Dari 122 aktivitas

tersebut, sebanyak 39 aktivitas terjadi di tahun 2017, 41 aktivitas di tahun 2018, dan 42 aktivitas di tahun 2019.

Lalu untuk PT. Kalbe Farma terdapat 27 aktivitas yang sesuai topik material atau 44,26%. Dari 27 aktivitas tersebut, sebanyak 6 aktivitas terjadi pada tahun 2017, 11 aktivitas pada tahun 2018, dan 10 aktivitas pada tahun 2019. PT. Unilever Indonesia unggul dari PT. Kalbe Farma, jika dilihat dari persentase aktivitas yang sesuai dengan topik material. Hal tersebut terjadi karena PT. Unilever Indonesia fokus terhadap pemenuhan topik materialnya terlebih dahulu dan melakukan efisiensi biaya untuk aktivitas CSR, sejalan dengan menurunnya laba yang didapatkan.

3. Pengungkapan topik material berdasarkan GRI *Standards* PT. Unilever Indonesia dipaparkan per-kriteria dari kriteria A sampai dengan kriteria I. Pada kriteria A, seluruh topik material sudah memenuhi kriteria ini karena topik material sudah diidentifikasi berdasarkan adanya dampak pada ekonomi, lingkungan, dan sosial. Lalu untuk kriteria B, topik yang memenuhi kriteria ini adalah Manfaat Usaha, Etika dan Integritas, Keadilan di Tempat Kerja, Peluang Untuk Perempuan, Kesehatan dan Kebersihan, dan Mengelola SDM. Pada kriteria C, topik yang memenuhi kriteria ini adalah Gas Rumah Kaca, Air, Limbah, Bahan Baku Berkelanjutan, Kesehatan dan Kebersihan, Tanggung Jawab Produk, dan Layanan Pelanggan.

Untuk kriteria D, seluruh topik material memenuhi kriteria ini karena seluruh topik material merupakan isu-isu utama yang dihadapi perusahaan. Topik material yang memenuhi kriteria E adalah Manfaat Usaha, Etika dan Integritas, Gas Rumah Kaca, Air, Limbah, Keadilan di Tempat Kerja, Tanggung Jawab Produk, dan Bahan Baku Berkelanjutan. Pada kriteria F, seluruh topik material memenuhi kriteria ini karena setiap topik memiliki nilai, kebijakan, tujuan, dan strateginya tersendiri dalam operasi bisnis perusahaan.

Kriteria G menjelaskan bahwa topik material harus berkaitan dengan kompetensi inti perusahaan. Maka dari itu, topik yang memenuhi kriteria ini adalah Manfaat Usaha, Bisnis Inklusif, Bahan Baku Berkelanjutan, Kesehatan dan Kebersihan, Tanggung Jawab Produk, dan Layanan Pelanggan. Untuk kriteria H, seluruh topik material memenuhi kriteria ini karena setiap topik

memiliki konsekuensi tersendiri, baik itu positif ataupun negatif. Kriteria yang terakhir adalah kriteria I. Pada kriteria ini, seluruh topik material juga sudah memenuhi kriteria karena topik material yang dipilih sesuai dengan isu-isu yang tengah dihadapi oleh perusahaan.

Lalu untuk pengungkapan topik material berdasarkan *GRI Standards* PT. Kalbe Farma juga dijelaskan berdasarkan kriteria-kriteria yang ada. Pada kriteria A, seluruh topik material PT. Kalbe Farma sesuai dengan kriteria A. Lalu untuk kriteria B, topik yang memenuhi kriteria ini adalah Kinerja Ekonomi, Energi, dan Pelatihan & Pendidikan. Pada kriteria C, topik yang sesuai dengan kriteria ini adalah Praktik Pengadaan, Limbah, Pemasaran dan Pelabelan, dan Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan.

Seluruh topik material PT. Kalbe Farma memenuhi kriteria D karena topik material yang dipilih merupakan isu-isu maupun tantangan yang dihadapi oleh perusahaan. Lalu topik material yang memenuhi kriteria E adalah Kinerja Ekonomi, Praktik Pengadaan, Energi, Limbah, Pelatihan dan Pendidikan, Pemasaran dan Pelabelan, dan Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan. Untuk kriteria F, seluruh topik material memenuhi kriteria ini karena setiap topik material memiliki nilai, kebijakan, dan strategi yang sejalan dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Pada kriteria G, topik Kinerja Ekonomi, Praktik Pengadaan, Pemasaran dan Pelabelan, dan Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan. Untuk kriteria H, seluruh topik material memenuhi kriteria ini karena seluruh topik material memiliki konsekuensi atau risikonya tersendiri yang diakibatkan oleh praktik usaha perusahaan. Dan yang terakhir adalah kriteria I. Seluruh topik material juga memenuhi kriteria ini karena topik material yang dipilih sudah diprioritaskan oleh perusahaan.

4. Perbandingan pengungkapan topik material berdasarkan *GRI Standards* memperlihatkan dimana kedua perusahaan seimbang. PT. Kalbe Farma unggul pada 2 kriteria yaitu E (Hukum, peraturan, perjanjian internasional, atau perjanjian sukarela), dan G (Kompetensi inti dari organisasi dan cara berkontribusi untuk pembangunan berkelanjutan). PT. Unilever Indonesia

hanya unggul pada 2 kriteria saja yaitu B (Kepentingan dan harapan pemangku kepentingan internal) dan C (Kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial pemangku kepentingan eksternal). Pada 4 kriteria, kedua perusahaan sama-sama mendapatkan persentase 100% yaitu pada kriteria A (Dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang penting yang sudah diidentifikasi), D (Topik utama dan tantangan masa depan sektor), F (Nilai, kebijakan, strategi, sistem manajemen operasional, tujuan, dan sasaran perusahaan), H (Konsekuensi bagi organisasi yang terkait dengan dampak terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial), dan I (Topik material secara tepat diprioritaskan).

## 5.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah disampaikan, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Perusahaan sebaiknya mempertahankan pelaksanaan aktivitas CSR yang sudah ada, sesuai dengan topik material yang ditentukan. Dengan melakukan hal tersebut, pelaksanaan aktivitas CSR dapat dikatakan konsisten. Jika masih memiliki sumber daya yang memadai, perusahaan kemudian dapat melaksanakan aktivitas CSR di luar topik material yang sudah ditentukan.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan *filtering* kembali terkait topik-topik yang sudah ada dengan melakukan pengujian terlebih dahulu terhadap setiap topik materialnya. Hal tersebut dilakukan agar topik material tidak terlalu banyak dan pelaksanaan aktivitas CSR menjadi lebih efektif dan efisien. Seperti contohnya PT. Unilever Indonesia yang memiliki 13 topik material. PT. Unilever Indonesia dapat melakukan pengurangan topik material sehingga mereka dapat lebih fokus mengelola topik-topik inti perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Active Sustainability. (2020, November 29). *What a Sustainability Report is for (I)*. From Active Sustainability Web site: <https://www.activesustainability.com/sustainable-development/what-a-sustainability-report-is-for-i/>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. United Kingdom: Capstone Publishing Limited.
- Global Reporting Initiative. (2016). GRI 101: Landasan. Amsterdam, Belanda.
- Global Reporting Initiative. (2016). GRI 101: Landasan. Amsterdam, Belanda.
- Global Reporting Initiative. (2016). GRI 103: Pendekatan Manajemen. Amsterdam, Belanda.
- Global Reporting Initiative. (2016). GRI 103: Pendekatan Manajemen. Amsterdam, Belanda.
- Global Reporting Initiative. (2017). *GRI and Sustainability Reporting*. From Global Reporting Initiative Web Site: <https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/gri-standards.aspx>
- Global Reporting Initiative. (2020). *About GRI*. From Global Reporting Initiative Web Site: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>
- Global Reporting Initiative. (2020). *Our Mission and History*. From Global Reporting Initiative Web Site: <https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/>
- IAP2. (2020). *Pentingnya Sustainability Report di Era Global*. From International Association for Public Participation: <https://iap2.or.id/sustainability/>
- Kaur, A., & Lodhia, S. K. (2018). Key Issues and Challenges in Stakeholder Engagement in Sustainability Reporting. *Emerald Insight*, 164-180.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles: Sage.
- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 23-31.
- National Center For Sustainability Reporting. (2020). *Manfaat dari Pelaporan GRI*. From Web site resmi National Center For Sustainability Reporting: <https://www.ncsr-id.org/id/gri-certified-training/benefits-of-gri-reporting/>
- Orazalin, N., & Mahmood, M. (2020). Determinants of GRI-Based Sustainability Reporting: Evidence From An Emerging Economy. *Emerald Insight*, 140-164.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017, Juli 27). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017. Jakarta, Indonesia.
- Pardina. (2016). *Koordinasi Pelaksanaan Kerjasama Perencanaan Pembangunan Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. Gresik: Pemerintah Kabupaten Gresik.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Shaharir, B., & Alinor, M. (2013). The Need For A New Definition Of Sustainability. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 251-268.
- United Nations Industrial Development Organization. (2020, November 17). *What is*

CSR? From UNIDO Website: <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

University of Alberta. (2013). *What is Sustainability?* From <https://www.mcgill.ca/sustainability/files/sustainability/what-is-sustainability.pdf>