

Analisis wacana kritis atas aspek sosial dari isu keberlanjutan

Charlie Raymond^a, Fidelis Arastyo Andono^{a*}

^aDepartment of Accounting, Faculty of Business and Economics, University of Surabaya, Indonesia (fidelis@staff.ubaya.ac.id)

*Penulis Korespondensi

DOI: <https://doi.org/10.24123/jati.v18i2.7478>

Vol. 18 No. 2

pp 162-174

Surabaya, September

2025

p-ISSN 1412-5994

e-ISSN 2614-8749

Received:

May 24, 2025

Revised:

July 1, 2025

Accepted:

September 6, 2025

Published:

September 30, 2025

Keywords:

*Compliant; Critical
Discourse; New Economy
Listing Board Technology;
Sustainability*

Abstrak

Tujuan – Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan narasi yang muncul tentang aspek sosial dari isu keberlanjutan pada perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru.

Metode – Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis wacana. Peneliti akan menggunakan metode analisis dokumen dan akan lebih fokus pada aspek sosial karena untuk perusahaan sektor teknologi dampak kepada lingkungan tidak langsung dan relatif kecil.

Temuan - Dari penelitian ini, narasi yang terbangun bagi perusahaan-perusahaan teknologi papan pencatatan ekonomi baru adalah perusahaan yang patuh, transparan, dan berkomitmen kuat menjalankan program sosial untuk berkontribusi memenuhi SDGs. Narasi tersebut juga didukung dengan pernyataan yang diberitakan di media massa untuk melihat kondisi lapangan tentang program-program sosial yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa narasi yang dimunculkan membawa pesan tentang fokus aktivitas keberlanjutan yang dilakukan, apakah mengarah kepada kepatuhan atau terkait dengan pemenuhan target tertentu.

Implikasi - Penelitian ini dapat berkontribusi untuk menambah wawasan di penelitian keberlanjutan dan peneliti ingin menunjukkan bahwa publik dapat melihat narasi yang dibangun pada laporan keberlanjutan yang dilaporkan tentang isu keberlanjutan.

Kebaharuan - Penelitian sebelumnya sudah banyak membahas tentang sektor manufaktur dan perbankan sedangkan sektor teknologi masih sangat jarang diteliti.

Abstract

Purpose – The purpose of this study is to explain the emerging narratives about the social aspects of sustainability issues in companies that belong to the technology sector of the new economy listing board.

Methods – The paradigm used in this research is discourse analysis. Researchers used the document analysis method that focus more on social aspects due to the indirect and low impact in this studied sector.

Findings - This research unravel the emerging narrative amongst companies' reports in the new economy listing board technology. Those are compliant, transparent, and strongly committed to running social programs to contribute the SDGs. These narratives are confirmed by the triangulations in the mass media that demonstrated the real conditions. In conclusion, the emerging naratives bring about the message that elaborate the focus of the company in addressing the sustainability issues, which is about compliance or achieving certain targets.

How to Cite:

Raymond, C., & Andono, F. A. (2025). Analisis wacana kritis atas aspek sosial dari isu keberlanjutan . Akuntansi dan Teknologi Informasi, 18(2), 162-174. <https://doi.org/10.24123/jati.v18i2.7478>

Copyright © 2025 by Authors. Published by School of Accounting, Faculty of Business and Economics, University of Surabaya. This is an open access article under the CC BY SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Implications - This research can contribute to add insights in sustainability research and the researcher wants to show that the public can see the narrative built on sustainability reports that are reported on sustainability issues.

Originality - Previous research has mostly discussed the manufacturing and banking sectors while the technology sector is still very rarely studied.

PENDAHULUAN

Dari tahun ke tahun pertumbuhan *E-Commerce* secara global meningkat dengan cepat (Lipsman, 2019). Pertumbuhan perusahaan *E-Commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Menurut laporan bertajuk Ekonomi Digital yang dirilis oleh Bain Analysis, selama pandemi COVID-19 sektor *E-Commerce* mengalami pertumbuhan terbesar dibanding sektor lainnya seperti sektor media online; makanan dan transportasi; dan travel online (CNN Indonesia, 2022). Perusahaan *E-Commerce* sangat berkontribusi besar terhadap ekonomi digital (Haryanti & Subriadi, 2022). Menurut Siaran Pers No. 28/HM/KOMINFO/03/2023 yang dirilis oleh Google Temasek dan *Bain & Co*, pada tahun 2022 sektor *E-Commerce* Indonesia dapat berkontribusi sebesar 76% terhadap nilai ekonomi digital Indonesia (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2023). Oleh sebab itu, perusahaan *E-Commerce* juga akan berkontribusi terhadap ekonomi yang keberlanjutan.

Beberapa tahun terakhir, fokus utama perusahaan adalah isu keberlanjutan karena adanya pencemaran lingkungan yang semakin buruk dan krisis perubahan iklim (Ying & Xin-gang, 2021). Selain untuk lingkungan, perusahaan juga memikirkan kesejahteraan sosial bagi semua *stakeholders*. Maka dari itu, perusahaan membuat banyak program keberlanjutan. Program keberlanjutan harus berdasarkan ESG (*Environmental, Social, and Governance*) agar mendorong adanya optimalisasi operasi bisnis. ESG bertujuan untuk mendukung keberlanjutan perusahaan baik secara *profit* dan dampak ke lingkungan sekitar. Penerapan ESG dapat dilihat melalui laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Perusahaan wajib membuat laporan keberlanjutan selain laporan tahunan. Laporan berkelanjutan bertujuan untuk alat komunikasi dengan pemangku kepentingan (Ernst & Young & GRI, 2014). Bagi perusahaan, laporan keberlanjutan untuk memberikan informasi mengenai kinerja sosial dan lingkungan yang unggul serta membedakan dengan perusahaan lain. Menurut laporan dari KPMG, pada tahun 2022 sudah ada 96% perusahaan G250 sudah melaporkan keberlanjutan (KPMG, 2022).

Di Indonesia, fenomena ESG menjadi sangat penting dalam mengimplementasikan pembangunan yang berkelanjutan. Perusahaan harus mengintegrasikan aspek ESG ke dalam strategi bisnis untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan (Mohammad & Wasiuzzaman, 2021). Indonesia berkomitmen terus mendorong perusahaan untuk pentingnya menerapkan ESG agar dapat meningkatkan *quality infrastructure investment* (Kementerian Keuangan, 2022). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 51/POJK.03/2017 mensyaratkan setiap perusahaan dengan akuntabilitas publik untuk menyajikan pelaporan keberlanjutan. Namun demikian, menurut survey IBCSD, 40% perusahaan belum sadar pentingnya penerapan ESG (IAP2, 2022).

Dengan adanya ESG, sudut pandang investor sudah tidak lagi mementingkan faktor ekonomi melainkan faktor sosial juga. Aspek sosial dapat memberikan dampak positif ke perusahaan. Jika suatu perusahaan menginformasikan kinerja sosial yang unggul, maka perusahaan akan meningkatkan citra yang positif. Rasa puas dari masyarakat akan timbul dari aspek sosial yang baik sehingga masyarakat dapat melihat bahwa citra perusahaan yang positif tersebut. Selain itu, dampak pelaporan aspek sosial adalah harga saham perusahaan dapat meningkat. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Pratiwi & Suandi, 2023).

Perusahaan juga harus memberikan perhatian dan manfaat kepada para pemangku kepentingan. Para pemangku kepentingan sangat terpengaruh oleh dan dapat juga memengaruhi kebijakan, strategi maupun keputusan bisnis yang diambil oleh perusahaan. Oleh karena itu kepentingan dari para pemangku kepentingan menempati posisi strategis dalam pengelolaan perusahaan Freeman et al. (2021). Aktivitas-aktivitas keberlanjutan yang dilakukan perusahaan bersandar pada konsep teori kepentingan ini (Virakul & Russ-Eft, 2019).

Di sisi lain, pelaporan keberlanjutan yang disajikan perusahaan dapat menunjukkan banyak hal tentang bagaimana perusahaan mengelola isu-isu keberlanjutan yang dihadapi. Lebih jauh, teks sebagaimana yang termuat dalam pelaporan keberlanjutan dapat memuat makna sehingga dapat memengaruhi maupun dipengaruhi oleh suatu realitas sosial yang ada. Phillips & Hardy (2002), lebih jauh menjelaskan bahwa antara narasi atau wacana dengan realita sosial saling berhubungan dan juga

saling memengaruhi satu sama lain. Analisis narasi atau wacana (*discourse analysis*) merupakan satu pendekatan yang untuk mempelajari fenomena dari sudut pandang bagaimana narasi membentuk suatu fenomena dalam suatu konteks. Fenomena sosial dapat terbentuk melalui ide-ide yang terkandung dalam teks dan bahasa yang saling terkait satu sama lain dalam konteks tertentu. Begitu pula sebaliknya fenomena atau realita sosial juga dapat memengaruhi ide yang terkandung dalam teks yang disajikan. Bahasa pada dasarnya juga bersifat konstitutif dan konstruktif, tidak hanya reflektif dan representatif. Hal ini menjadikan analisis wacana tidak hanya berperan sebagai teori yang mendasari peran teks dalam membentuk narasi yang pada gilirannya membentuk realita sosial dan sebaliknya, namun juga berperan sebagai pedoman dalam metodologi penelitian (Phillips & Hardy, 2002). Dalam konteks isu keberlanjutan, teks atau bahasa dalam dokumen-dokumen penting seperti halnya *CEO letters* ataupun pelaporan keberlanjutan telah membentuk dampak positif strategi dalam menghadapi isu keberlanjutan yang dihadapi perusahaan (Chelli et al., 2019; Arivdsson & Sabelfeld, 2023). Dalam kedua penelitian tersebut dapat diteliti tentang bagaimana narasi yang dibawa dalam laporan keberlanjutan maupun *CEO letters* berperan dalam membentuk citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari narasi yang terbentuk tentang aspek sosial dari pelaporan berkelanjutan perusahaan yang masuk dalam sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru. Narasi yang terbentuk dalam laporan keberlanjutan yang ditriangulasi dengan berita-berita dan teks-teks lain yang relevan akan menjelaskan tentang pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan-perusahaan tersebut kepada para pemangku kepentingan tentang upaya-upaya keberlanjutan yang telah dilakukan.

Dalam penelitian terdahulu tentang studi banding perusahaan sektor manufaktur dan perbankan (Buallay, 2019), ditemukan bahwa ESG dapat berdampak positif terhadap kinerja operasional, keuangan, dan pasar pada sektor-sektor ini. Untuk perusahaan sektor perbankan, ESG berdampak negatif terhadap kinerja operasional, keuangan, dan pasar. Pada sektor manufaktur, perusahaan lebih terkait dengan isu-isu lingkungan misalnya produksi hijau. Namun untuk sektor perbankan perusahaan lebih terkait dengan isu sosial dan isu tata kelola.

Terkait dengan penelitian dengan isu keberlanjutan di perusahaan-perusahaan pada berbagai sektor telah banyak dilakukan penelitian. Namun demikian, penelitian terkait isu keberlanjutan di sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru, belum banyak diteliti terkait isu keberlanjutan. Penelitian ini akan berusaha untuk menjelaskan narasi yang muncul tentang aspek sosial dari isu keberlanjutan pada perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru sebagai sektor yang memiliki peningkatan global sangat cepat (Lipsman, 2019). Aspek sosial dipilih oleh peneliti karena perusahaan sektor tersebut dampak untuk lingkungan tidak langsung dan relatif kecil. Oleh karena itu maka *main research question* pada penelitian ini adalah sebagai berikut: "Bagaimana narasi yang dibentuk tentang aspek sosial dari isu keberlanjutan pada perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru?" Untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian ini, peneliti ini juga akan mencari regulasi pelaporan, pengungkapan pelaporan, dan kondisi lapangan penerapan aspek sosial melalui analisis dokumen sehingga tujuan peneliti dapat tercapai.

Objek penelitian ini akan menggunakan perusahaan *E-Commerce* di Indonesia yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* (IDX). Perusahaan *E-Commerce* yang terdaftar di IDX terdapat pada sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru sehingga peneliti hanya menggunakan tiga objek perusahaan yaitu PT Bukalapak.com Tbk, PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk, dan PT Global Digital Niaga Tbk. Perusahaan yang termasuk dalam papan pencatatan ekonomi baru di daftar saham IDX merupakan perusahaan yang berbasis teknologi untuk menciptakan sebuah inovasi produk dan/atau jasa agar meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan produktivitas serta kemanfaatan sosial. Selain itu, perusahaan tersebut memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, dan termasuk bidang usaha yang telah ditetapkan Bursa.

Kontribusi dari penelitian adalah untuk menambah wawasan di penelitian keberlanjutan karena penelitian sebelumnya belum banyak yang membahas perusahaan sektor teknologi papan pencatatan baru. Peneliti juga ingin menunjukkan bahwa publik dapat melihat narasi yang dibangun pada laporan keberlanjutan yang dilaporkan tentang isu keberlanjutan. Narasi yang muncul dari setiap perusahaan pasti akan berbeda sehingga maknanya juga pasti akan berbeda. Pemangku kepentingan internal dan eksternal harus dapat memahami narasi tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma analisis wacana. Analisis wacana adalah salah satu metode kualitatif yang menjelaskan makna dari fenomena sosial (Phillips & Hardy, 2002). Analisis wacana mengeksplorasi bagaimana teks menjadi bermakna dan bagaimana teks berkontribusi dalam pembentukan realitas sosial dengan memberikan makna. Jika tidak ada wacana, maka tidak akan ada juga realitas sosial ataupun pengalaman seseorang. Wacana dan realitas sosial saling berhubungan sehingga dapat ditemukan makna yang terkandung didalamnya. Tujuan dari analisis wacana adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara wacana dan realitas sosial. Kontribusi dari analisis wacana adalah dapat mempelajari bagaimana bahasa dapat membangun fenomena, melampaui berbagai faktor kuantitatif yang telah dipelajari terutama dalam konteks isu keberlanjutan.

Penelitian ini akan berusaha untuk meneliti penerapan *Environmental, Social, and Governance* yang dilakukan perusahaan *E-Commerce* di Indonesia. Namun penelitian ini hanya akan fokus terhadap aspek sosial saja karena perusahaan sektor tersebut dampak untuk lingkungan tidak langsung dan relatif kecil. Untuk objek penelitian ini akan menggunakan perusahaan *E-Commerce* di Indonesia yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* (IDX). Perusahaan *E-Commerce* yang terdaftar di IDX terdapat pada sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru sehingga peneliti hanya menggunakan tiga objek perusahaan yaitu PT Bukalapak.com Tbk, PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk, dan PT Global Digital Niaga Tbk. Perusahaan yang termasuk dalam papan pencatatan ekonomi baru di daftar saham IDX merupakan perusahaan yang berbasis teknologi untuk menciptakan sebuah inovasi produk dan/atau jasa agar meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan produktivitas serta kemanfaatan sosial. Selain itu, perusahaan tersebut memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, dan termasuk bidang usaha yang telah ditetapkan Bursa.

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah analisis dokumen. Peneliti menggunakan data dari laporan keberlanjutan, Website perusahaan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, dan media massa. Dokumen yang digunakan pada penelitian ini adalah Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, laporan keberlanjutan, dan Website dari masing-masing perusahaan yang menjadi objek peneliti. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan yang digunakan adalah POJK Nomor 51/POJK.03/2017 dan SEOJK Nomor 16/SEOJK.04/2021. Sedangkan laporan keberlanjutan yang digunakan adalah laporan keberlanjutan tahun 2022 karena tahun 2022 perusahaan sektor teknologi tercatat pada papan pencatatan ekonomi baru. Peneliti juga akan menggunakan dokumen yang berupa audio dan visual melalui media massa yang mempunyai kredibilitas untuk melihat kondisi lapangan penerapan aspek sosial yang dilakukan masing-masing perusahaan.

Peneliti akan mulai mencari temuan dari laporan keberlanjutan menggunakan paradigma analisis wacana. Dari hasil temuan laporan keberlanjutan masing-masing perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru pada tahun 2022, peneliti akan menggunakan kategori sosial. Dari kategori sosial tersebut, peneliti akan menjabarkan kembali menjadi beberapa tema sehingga tema yang sering muncul pada narasi laporan keberlanjutan dapat ditemukan. Tema-tema tersebut didapatkan dari teori pemangku kepentingan yaitu tanggung jawab, karyawan, masyarakat, dan praktik sosial. Melalui tema-tema tersebut, peneliti akan menganalisis sehingga mendapatkan narasi yang muncul dari masing-masing perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru. Untuk mendukung narasi yang muncul tersebut, peneliti juga melihat pernyataan media massa. Peneliti juga akan menyimpulkan narasi yang muncul untuk keseluruhan perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan analisis, kami menggunakan metode dari buku (Phillips & Hardy, 2002). Dari metode tersebut, kategori yang diambil oleh peneliti adalah sosial. Lalu menjabarkan kembali menjadi beberapa tema. Tema-tema tersebut diambil dari teori pemangku kepentingan. Tema-tema yang diambil adalah tanggung jawab, karyawan, masyarakat, dan praktik sosial. Tanggung jawab diambil menjadi tema karena setiap perusahaan harus memiliki tanggung jawab kepada pemangku kepentingan. Tanggung jawab tersebut harus dimiliki oleh setiap perusahaan karena pemangku kepentingan dapat mempengaruhi atau dipengaruhi dalam setiap keputusan yang diambil untuk kegiatan usaha perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan wajib memperhatikan dan memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan.

Pemangku kepentingan dikelompokkan menjadi dua yaitu pemangku kepentingan internal dan eksternal. Dalam penelitian ini, pemangku kepentingan internal yang diambil adalah karyawan karena karyawan adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan sehingga segala keputusan ataupun tindakan yang diambil oleh perusahaan harus memberikan manfaat untuk karyawan. Selain itu, peneliti juga akan mengambil tema masyarakat dan/atau mitra. Masyarakat dan/atau mitra adalah salah satu dari pemangku kepentingan eksternal yang dapat memberikan dampak bagi perusahaan. Perusahaan peduli terhadap isu-isu sosial yang terjadi pada masyarakat dan/atau mitra.

Wujud nyata yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab kepada karyawan dan masyarakat adalah dengan menerapkan praktik sosial. Praktik sosial diambil sebagai tema karena menjadi salah satu bukti nyata yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengatasi isu-isu sosial yang terjadi. Perusahaan dapat melaporkan setiap program sosial yang dilakukan di laporan keberlanjutan. Sebuah perusahaan yang sudah membuat program sosial menunjukkan bahwa mereka sudah menanamkan konsep keberlanjutan. Perusahaan tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan untuk pihak-pihak tersebut bukan hanya untuk generasi saat ini namun juga untuk generasi masa depan.

PT Bukalapak.com Tbk

Bukalapak selalu menyebutkan bahwa mereka memiliki komitmen terhadap aspek sosial yang berkelanjutan. Komitmen tersebut merupakan bentuk tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh Bukalapak. Tanggung jawab tersebut dilakukan untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal. Pemangku kepentingan internal yang dilaporkan Bukalapak adalah karyawan sedangkan pemangku kepentingan eksternal adalah masyarakat. Bukalapak menjelaskan bahwa aset yang paling penting di Bukalapak adalah karyawan. Bukalapak juga menjelaskan bahwa mereka akan menjalankan misi perekonomian yang adil untuk masyarakat. Hal ini berarti Bukalapak sudah memperhatikan pemangku kepentingan internal dan eksternal. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa Bukalapak berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pemangku kepentingan tersebut. Wujud nyata yang dilakukan oleh Bukalapak adalah beberapa program sosial sudah dilaksanakan dan dilaporkan di laporan keberlanjutan. Program sosial yang dilakukan oleh Bukalapak menunjukkan bahwa Bukalapak telah menerapkan praktik sosial.

Melalui laporan keberlanjutan Bukalapak pada tahun 2022, peneliti mendapatkan narasi yang muncul terkait Bukalapak yaitu Bukalapak adalah perusahaan publik yang patuh, transparan, dan berkomitmen kuat untuk berkontribusi kepada karyawan dan masyarakat dalam memenuhi SDGs melalui program sosial. Narasi tersebut terbentuk karena beberapa alasan sebagai berikut. Pertama, perusahaan publik yang menunjukkan patuh terhadap peraturan yang berlaku. Bukalapak selalu memberikan penjelasan di awal tentang landasan kebijakan yang dipatuhi yang diterapkan untuk aspek sosial dan pelaporan laporan keberlanjutan. Bukalapak ingin menunjukkan bahwa peraturan merupakan hal yang penting dan harus dipatuhi sehingga Bukalapak harus menginformasikan di awal. Bukalapak juga menginformasikan peraturan yang mereka patuhi yaitu Undang-Undang Republik Indonesia mengenai peraturan untuk peraturan ketenagakerjaan dan peraturan prinsip K3. Bukalapak juga menjelaskan bahwa Bukalapak menerapkan keuangan keberlanjutan bagi perusahaan publik yaitu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No.16/SEOJK.04/2021. Hal ini juga diperkuat melalui kutipan langsung yang diungkapkan oleh Bukalapak sendiri bahwa Bukalapak melaporkan laporan keberlanjutan karena bentuk kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

Kedua, perusahaan publik yang sangat transparan. Bukalapak adalah salah satu perusahaan publik yang menampilkan alokasi dana dari setiap program sosial yang dilakukan. Bukalapak juga memberikan informasi mengenai hasil capaian dari seluruh program yang telah dilakukan, total biaya yang sudah dikeluarkan untuk program tanggung jawab sosial selama tiga tahun, data karyawan, data upah terendah karyawan tetap, rata-rata jam pelatihan karyawan, data pengaduan masyarakat, dan data survei kepuasan pelanggan. Bukalapak ingin menunjukkan bahwa Bukalapak tidak sekedar menjelaskan program dengan kalimat saja, namun juga didukung dengan data-data yang nyata. Data-data tersebut benar-benar akurat karena sudah dihitung, lengkap, dan ditampilkan kepada publik setelah Bukalapak menjelaskan program-programnya. Jika dilihat, Bukalapak tidak hanya memberikan data yang baik untuk meningkatkan reputasi seperti hasil capaian mereka namun Bukalapak juga memberikan data yang kurang baik seperti data pengaduan masyarakat dan data survei kepuasan pelanggan. Jika data tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain, maka hal tersebut akan merugikan

perusahaan mereka sendiri karena bisa merusak citra perusahaan yang dibangun jika hasilnya berbeda jauh. Namun Bukalapak tetap menampilkan informasi data tersebut. Hal ini membuat Bukalapak dapat menjadi perusahaan yang transparan.

Bukalapak juga membuat kotak khusus dimana kotak khusus tersebut akan memberikan informasi lebih mendalam mengenai tujuan program, cara kerja dari program tersebut, aktivitas yang dilakukan, rencana selanjutnya, dan memperlihatkan hasil capaian mereka. Tidak hanya itu, kotak khusus dibuat oleh Bukalapak untuk memberikan contoh nyata penyandang disabilitas untuk menceritakan pengalamannya, mitra perempuan yang sukses, dan keuntungan bergabung ke mitra Bukalapak. Jika dilihat dari kotak khusus tersebut, Bukalapak menggunakan kotak khusus untuk memperlihatkan keunggulan dari Bukalapak sehingga dapat meningkatkan reputasi Bukalapak di mata publik. Namun disisi yang lain, hal ini juga menunjukkan bahwa Bukalapak adalah perusahaan yang terbuka sehingga semua informasi mengenai program lingkungan dan sosial harus dijelaskan secara lengkap agar publik dapat melihat program-program tersebut. Informasi yang dijelaskan bukan informasi yang tidak berguna, melainkan informasi penting yang harus diketahui publik agar publik mengetahui bahwa mereka sudah benar-benar melakukan program untuk sosial dan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa Bukalapak adalah perusahaan yang sudah transparan.

Ketiga, perusahaan publik yang menunjukkan bahwa program sosial sudah berkontribusi kepada karyawan dan masyarakat untuk memenuhi SDGs. Bukalapak memiliki tabel yang digunakan untuk menjelaskan kembali seluruh program sosial Bukalapak. Tabel tersebut berisi program sosial yang dilakukan dan dikaitkan dengan SDGs. Dalam tabel tersebut juga terdapat alokasi dana, penjelasan singkat, dan hasil capaian. Tabel tersebut menunjukkan bahwa Bukalapak memberitahu informasi yang lebih lengkap mengenai program sosial yang telah dilakukan. Program sosial yang dilakukan Bukalapak dikaitkan dengan SDGs dengan tujuan agar seluruh program tersebut dapat sejalan dengan SDGs. Bukalapak juga ingin menyampaikan bahwa program sosial yang telah dibuat sudah berkontribusi dalam memenuhi SDGs melalui tabel tersebut.

Bukalapak juga mencantumkan alokasi dana yang artinya Bukalapak sudah mengeluarkan dana tersebut untuk program sosial dan juga telah disampaikan kepada publik. Tindakan yang dilakukan oleh Bukalapak menunjukkan bahwa Bukalapak telah menggunakan dana tersebut untuk kegiatan yang berdampak bagi masyarakat dan menunjukkan bahwa Bukalapak adalah perusahaan yang transparan. Hal ini juga diperkuat melalui kutipan langsung yang diungkapkan oleh Bukalapak bahwa Bukalapak fokus berkontribusi untuk mewujudkan SDGs melalui program sosial. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Bukalapak memilih program sosial bukan sembarangan. Namun Bukalapak sudah merencanakan program-program yang dibuat sehingga dapat berkontribusi kepada karyawan dan masyarakat untuk mewujudkan SDGs.

Keempat, perusahaan publik yang menunjukkan komitmen kuat untuk menciptakan kegiatan usaha yang berkelanjutan. Bukalapak selalu menyebutkan bahwa mereka memiliki komitmen terhadap sosial yang berkelanjutan. Komitmen tersebut selalu dijelaskan sebelum Bukalapak menjelaskan program-program yang dilakukan. Lalu ketika menjelaskan program yang dilakukan, Bukalapak juga menyebutkan ulang komitmen tersebut. Hal tersebut berarti Bukalapak ingin menegaskan bahwa komitmen Bukalapak benar-benar ada dan harus dicapai. Saat Bukalapak menjelaskan kembali komitmen tersebut, Bukalapak memberikan bukti bahwa komitmen yang dibentuk ini sudah dijalankan melalui program-program tersebut. Hal ini juga membuktikan bahwa komitmen Bukalapak sejalan dengan program yang dibuat untuk menciptakan kegiatan usaha yang berkelanjutan. Bentuk tanggung jawab yang dilakukan Bukalapak untuk karyawan dan masyarakat sudah sesuai dengan praktik sosial sehingga dapat mengatasi isu sosial yang terjadi. Hal ini juga dibuktikan melalui media massa. Media massa mengungkapkan bahwa Bukalapak berkomitmen dalam memenuhi SDGs (Ramadhani, 2022). Berita tersebut mengungkapkan bahwa Bukalapak melaksanakan program ESG karena memiliki 3 tujuan yaitu mengurangi tingkat kemiskinan dengan meningkatkan pendapatan, mengurangi ketidaksetaraan melalui ekspansi akses ke pasar, dan mendorong kesetaraan gender melalui pemberian akses yang setara ke berbagai peluang yang ada.

PT Gojek Tokopedia Tbk

Target nol hambatan ini menjadi tanggung jawab yang harus dilakukan oleh GoTo. Tanggung jawab tersebut dilakukan untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal. Pemangku kepentingan internal yang dilaporkan GoTo adalah karyawan sedangkan pemangku kepentingan eksternal adalah mitra. GoTo juga menjelaskan bahwa bagi GoTo pentingnya sumber daya manusia yaitu karyawan. Mitra

juga sangat penting bagi GoTo karena GoTo menjelaskan mereka adalah penggerak ekosistem GoTo setiap hari. Program-program yang dilakukan GoTo adalah wujud nyata dari praktik sosial yang dilakukan.

Melalui laporan keberlanjutan GoTo pada tahun 2022, peneliti mendapatkan narasi yang muncul untuk GoTo adalah GoTo merupakan perusahaan publik yang berkomitmen tinggi untuk mencapai target nol hambatan, sangat transparan, dan perusahaan yang ingin menunjukkan gambaran kinerja keberlanjutan dalam mewujudkan SDGs. Narasi tersebut terbentuk karena beberapa alasan. Pertama, perusahaan publik yang menunjukkan memiliki komitmen tinggi untuk mencapai target nol hambatan. GoTo selalu menyebutkan komitmen tinggi mereka terhadap isu sosial. Saat menjelaskan aspek sosial, GoTo selalu menampilkan komitmen mereka agar mencapai target yang telah ditetapkan dan dilanjutkan dengan penjelasan singkat mengenai program yang telah dilakukan pada isu tersebut serta hasil capaian. Untuk isu sosial, target yang dijelaskan oleh GoTo adalah nol hambatan.

GoTo juga menjelaskan kembali komitmen mereka. Hal ini didukung oleh kalimat langsung yang dicantumkan saat menjelaskan upaya-upaya kedua yang dilakukan oleh GoTo untuk karyawan, upaya pertama dan kedua yang dilakukan oleh GoTo untuk pengemudi. Hal ini juga dibuktikan melalui media massa dimana media massa mengungkapkan bahwa GoTo berkomitmen berkelanjutan dengan program nol hambatan (Zhafira, 2022). Bukti dari program-program tersebut dijalankan adalah untuk nol hambatan, Gojek juga mendorong perempuan untuk mengembangkan karier, membuka peluang untuk perempuan, dan mendukung kesetaraan gender (Khoirunnisa, 2022). Dari bukti-bukti tersebut, dapat disimpulkan bahwa GoTo ingin menunjukkan bahwa komitmen mereka benar-benar terjadi karena didukung dengan program yang sudah dilakukan. GoTo juga ingin mengungkapkan bahwa komitmen yang dijelaskan tersebut untuk mencapai target yang dibuat yaitu target nol hambatan.

Kedua, perusahaan publik yang menunjukkan SDGs dapat dicapai dari program yang telah dilakukan. GoTo memiliki tabel yang digunakan untuk menjelaskan kembali SDGs yang telah dicapai melalui program-program yang telah dilakukan oleh GoTo. Tabel tersebut berisi SDGs yang dikaitkan dengan program sosial. Dalam tabel tersebut juga terdapat pengungkapan GRI dan SASB serta pendekatan dan inisiatif utama yang telah dilakukan. Peneliti menemukan pesan secara implisit yang ingin disampaikan oleh GoTo.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa GoTo memberitahu beberapa SDGs yang sudah mereka capai. Hal ini dapat dilihat dari GoTo menampilkan SDGs tersebut di awal tabel. Selanjutnya, GoTo memberikan informasi mengenai pengungkapan GRI dan SASB. Hal ini menunjukkan bahwa GoTo dalam mencapai SDGs tersebut selalu patuh menggunakan standar yang berlaku dan dipilih yaitu GRI dan SASB. Pada akhir tabel, GoTo memberikan penjelasan mengenai program yang sudah dilakukan. Hal ini juga diperkuat melalui kutipan langsung yang disebutkan GoTo yaitu GoTo akan selalu mematuhi undang-undang dan peraturan yang berlaku disetiap negara tempat mereka beroperasi.

Hal ini juga diperkuat melalui kutipan langsung yang disebutkan GoTo yaitu GoTo akan selalu mematuhi undang-undang dan peraturan yang berlaku disetiap negara tempat mereka beroperasi. GoTo juga mengungkapkan bahwa mereka akan selalu memantau jika terjadi perubahan regulasi. Dapat disimpulkan bahwa GoTo ingin memberi penekanan bahwa mereka sudah mencapai beberapa SDGs tersebut dengan mengikuti standar yang berlaku melalui program-program yang telah dilakukan. GoTo tidak sembarangan dalam memilih SDGs yang ingin dicapai, tetapi mereka memikirkan standar yang digunakan sehingga program-program yang dibuat dapat membantu meningkatkan kinerja keberlanjutan GoTo. Ketiga, perusahaan publik yang menunjukkan gambaran kinerja keberlanjutan GoTo. GoTo selalu menjelaskan program-program yang telah dilakukan dengan pola yang sama. Pola yang sama yang dimaksud adalah GoTo selalu memberikan informasi mulai dari tahun lalu, tahun ini, dan rencana tahun berikutnya serta hasil capaian. GoTo memberikan informasi dari tahun 2021 dan bahkan GoTo juga menampilkan informasi tahun 2020. Setelah menampilkan informasi tahun lalu, GoTo juga memberikan penjelasan informasi tahun 2022 lalu dilanjutkan dengan rencana untuk tahun depan. Pada akhir penjelasan, GoTo menampilkan hasil capaian dari program yang telah dilakukan. Hal ini juga didukung melalui beberapa kutipan langsung saat menjelaskan program yang dilakukan untuk sosial.

Hal ini juga diperkuat melalui kutipan langsung yang disebutkan GoTo yaitu GoTo akan selalu mematuhi undang-undang dan peraturan yang berlaku disetiap negara tempat mereka beroperasi. GoTo juga mengungkapkan bahwa mereka akan selalu memantau jika terjadi perubahan regulasi. Dapat disimpulkan bahwa GoTo ingin memberi penekanan bahwa mereka sudah mencapai beberapa SDGs tersebut dengan mengikuti standar yang berlaku melalui program-program yang telah dilakukan. GoTo tidak sembarangan dalam memilih SDGs yang ingin dicapai, tetapi mereka memikirkan standar yang

digunakan sehingga program-program yang dibuat dapat membantu meningkatkan kinerja keberlanjutan GoTo.

Keempat, perusahaan publik yang sangat transparan. Setiap GoTo menjelaskan program yang dilakukan, GoTo selalu memberikan informasi tambahan mengenai hasil capaian dari seluruh program yang telah dilakukan, data karyawan tetap, metrik keberagaman, data karyawan baru, program pelatihan karyawan, struktur ERG, metrik keamanan untuk pengemudi, dan data survei kepuasan pelanggan. GoTo juga memberikan beberapa foto dari pelaksanaan program mitra pengemudi, dan melayani komunitas. GoTo menunjukkan bahwa mereka tidak sekedar menerapkan program tersebut. Namun GoTo juga memberikan data sebagai bukti bahwa mereka sudah menerapkan dan mendapatkan hasil untuk mencapai target yang dibuat. GoTo juga menambahkan foto untuk memperjelas bukti sehingga publik dapat lebih percaya.

Alasan yang selanjutnya adalah GoTo juga menampilkan beberapa kotak khusus. Kotak khusus tersebut digunakan GoTo untuk menjelaskan informasi yang lebih lengkap mengenai upaya yang dilakukan dan hasil capaian dari program yang dilakukan. Jika dilihat dari kotak khusus tersebut, GoTo juga menggunakan kotak khusus untuk menegaskan upaya yang dilakukan kepada publik sehingga publik harus benar-benar mengetahui upaya tersebut. Selain itu, GoTo memperlihatkan keberhasilan agar reputasi mereka di mata publik menjadi baik.

PT Global Digital Niaga Tbk

Komitmen diawal selalu diungkapkan oleh Blibli Tiket. Komitmen tersebut adalah tanggung jawab yang harus dilaksanakan. Tanggung jawab tersebut dilakukan untuk kepentingan pemangku kepentingan. Kepentingan pemangku kepentingan yang menjadi fokus utama bagi Blibli Tiket adalah pemangku kepentingan internal yaitu karyawan dan pemangku kepentingan eksternal yaitu mitra dan masyarakat. Blibli Tiket menjelaskan bahwa karyawan adalah aset perusahaan sehingga mereka harus menjamin karyawan dapat mengembangkan karirnya dan nyaman dalam bekerja. Selain itu, Blibli Tiket juga menjelaskan bahwa mereka akan mengembangkan mitra dan masyarakat sehingga dapat memberikan dampak positif. Komitmen tersebut dilaksanakan dengan praktik sosial yang dilakukan. Hal tersebut sebagai wujud nyata bahwa Blibli Tiket melakukan upaya untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal.

Melalui laporan keberlanjutan Blibli Tiket pada tahun 2022, peneliti mendapatkan narasi yang muncul untuk Blibli Tiket adalah Blibli Tiket sebagai perusahaan publik yang berkomitmen tinggi dan memiliki kontribusi signifikan dalam memenuhi aspek sosial untuk karyawan, mitra, dan masyarakat serta perusahaan yang transparan. Narasi tersebut terbentuk karena beberapa alasan. Pertama, perusahaan publik yang menunjukkan komitmen dalam menjalankan program sosial untuk karyawan, masyarakat, dan mitra. Blibli Tiket selalu menyebutkan komitmen mereka terhadap isu sosial. Pada awal menjelaskan aspek sosial, Blibli Tiket selalu menampilkan komitmen mereka. Pada saat menjelaskan beberapa program sosial, Blibli Tiket juga menyebutkan kembali komitmen mereka. Komitmen yang dijelaskan berulang-ulang menunjukkan Blibli Tiket memberikan penekanan terhadap komitmen mereka. Hal tersebut menegaskan bahwa komitmen Blibli Tiket sudah ada dan harus dicapai. Blibli Tiket juga menunjukkan bahwa komitmen yang mereka buat sudah dilaksanakan melalui program-program tersebut. Komitmen tersebut bukan hanya sekedar tulisan di laporan keberlanjutan, namun Blibli Tiket juga melakukan tindakan. Tindakan yang dilakukan dapat dibuktikan seperti Blibli

Tabel 1. Hasil Temuan dari Aspek Sosial

Poin Penting	Bukalapak	GoTo	Blibli Tiket
Tanggung Jawab	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukalapak melaporkan komitmen mereka diawal untuk karyawan dan masyarakat. 2. Komitmen untuk karyawan adalah memberikan praktik ketenagakerjaan terbaik, Pendidikan dan pelatihan, jenjang karier, menjamin kesetaraan dan kesempatan yang sama, serta membangun hubungan yang harmonis 3. Komitmen untuk masyarakat adalah mengurangi kesenjangan sosial dan menciptakan masyarakat yang lebih inklusif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. GoTo melaporkan satu target yang harus dicapai yaitu nol hambatan. Fokus utama GoTo dari nol hambatan tersebut adalah untuk karyawan dan mitra. 2. Komitmen GoTo adalah fokus untuk menghilangkan hambatan bagi semua orang di ekosistem GoTo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Blibli Tiket melaporkan komitmen mereka diawal untuk karyawan, masyarakat, dan mitra. 2. Komitmen untuk karyawan adalah meningkatkan talenta terbaik karyawan melalui lingkungan kerja yang kondusif dan praktik kerja yang inklusif dengan berbagai macam program yang dapat menambahkan produktivitas dan kesejahteraan; dan membuat hubungan antar karyawan semakin erat. 3. Komitmen untuk masyarakat dan mitra adalah mengembangkan dan memajukan masyarakat dan mitra melalui beragam program pemberdayaan sehingga dapat memberikan dampak positif.
Pemangku Kepentingan Internal: Karyawan	<ol style="list-style-type: none"> 4. Bukalapak melaporkan bahwa mereka akan fokus terhadap pengembangan sumber daya manusia karena karyawan adalah aset yang paling penting. 5. Bukalapak memberikan informasi tambahan menggunakan tabel mengenai data karyawan, data upah terendah karyawan tetap, dan rata-rata jam pelatihan karyawan. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. GoTo melaporkan bahwa mereka akan fokus terhadap sumber daya manusia agar karyawan semakin maju kedepannya dan bekerja agar misi kemajuan untuk semua dapat tercapai. 4. GoTo memberikan informasi tambahan mengenai data karyawan tetap, metrik keberagaman, data karyawan baru, program pelatihan karyawan, dan struktur ERG. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Blibli Tiket melaporkan bahwa mereka akan fokus terhadap karyawan karena aset perusahaan sehingga harus dijamin untuk karirnya dan nyaman dalam bekerja. 5. Blibli Tiket memberikan informasi tambahan mengenai kasus kecelakaan kerja, data karyawan, dan data survei kepuasan karyawan.
Pemangku Kepentingan Eksternal: Masyarakat dan/atau Mitra	<ol style="list-style-type: none"> 6. Bukalapak melaporkan bahwa mereka akan fokus terhadap masyarakat untuk menjalankan misi perekonomian yang adil. 7. Bukalapak memberikan informasi tambahan menggunakan tabel mengenai data pengaduan masyarakat. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. GoTo melaporkan bahwa mereka akan fokus terhadap mitra untuk menjamin adanya mekanisme, saran, regulasi, dan program yang tepat untuk jangka panjang. 6. GoTo memberikan informasi tambahan mengenai metrik keamanan untuk mitra pengemudi. 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Blibli Tiket melaporkan bahwa mereka akan fokus untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat dan mitra melalui program peningkatan kompetensi, pemberdayaan, dan pemanfaatan teknologi.

Tabel 1. Hasil Temuan dari Aspek Sosial

Poin Penting	Bukalapak	GoTo	Blibli Tiket
Praktik Sosial	<p>8. Program sosial telah dilaksanakan dijelaskan dengan lengkap mulai dari tujuan program, proses program tersebut dijalankan pada tahun 2022, dan hasil capaian dari program yang sudah dilakukan.</p> <p>9. Bukalapak memberikan beberapa cerita nyata kesuksesan dari UMKM dan perempuan sebagai bukti dari dampak sosial yang dilakukan Bukalapak.</p>	<p>7. Program sosial telah dijelaskan dengan lengkap mulai dari tujuan program; proses untuk mencapai target tersebut dengan informasi mulai dari tahun lalu, tahun ini, dan rencana tahun berikutnya; dan hasil capaian juga dijelaskan.</p> <p>8. GoTo memberikan foto untuk program mitra pengemudi dan melayani komunitas tetapi tidak memberikan foto fasilitas untuk karyawan.</p>	<p>7. Program sosial telah dijelaskan dengan lengkap mulai dari tujuan program, proses program tersebut dijalankan pada tahun 2022, alokasi dana, upaya yang akan dilakukan kedepannya untuk program sosial, dan hasil capaian dari program yang sudah dilakukan.</p> <p>8. Blibli Tiket memberikan foto setiap program yang dilaksanakan dan fasilitas yang disediakan untuk karyawan.</p>

Tiket melakukan mengembangkan karyawan, keberagaman, kesetaraan, dan inklusi, menjamin keselamatan dan kesehatan kerja. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa Blibli Tiket sadar tentang isu sosial. Hal ini juga dibuktikan melalui media massa. Media massa mengungkapkan bahwa Blibli Tiket juga berkomitmen menerapkan ESG dan fokus pada aspek sosial (Prasasti, 2022). Blibli Tiket tetap konsisten untuk menjalankan Bliblioneers Learning Day pada tahun 2022 (Catriona & Eka, 2022). Program ini untuk membantu karyawan mengembangkan dirinya. Selain itu, Blibli Tiket juga konsisten untuk melakukan program Blibli Coach. Program tersebut untuk dapat membantu mitra mengembangkan usahanya bersama Blibli (Pressrelease.id, 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Blibli Tiket memiliki komitmen dalam menerapkan ESG.

Kedua, perusahaan publik yang menunjukkan program-program sosial sudah berkontribusi untuk memenuhi SDGs. Blibli Tiket memiliki tabel yang digunakan untuk menjelaskan masing-masing area fokus dengan seluruh program sosial yang telah dilakukan. Setelah itu, program-program tersebut akan dikaitkan dengan SDGs. Program-program tersebut hanya disebutkan oleh Blibli Tiket. Peneliti menemukan pesan secara implisit terkait temuan yang ingin disampaikan oleh Blibli Tiket. Hal ini menunjukkan bahwa tabel yang dibuat memberitahu informasi yang singkat mengenai program yang telah dilakukan. Blibli Tiket berusaha untuk menjelaskan area fokus yang menjadi tujuan utama. Setelah Blibli Tiket menemukan area fokus tersebut, Blibli Tiket akan membuat program yang berhubungan dengan area fokus. Pada akhirnya, Blibli Tiket menghubungkan program-program yang dibuat dengan SDGs. Hal ini menunjukkan bahwa Blibli Tiket ingin menyampaikan bahwa setiap area fokus memiliki program-program untuk berkontribusi untuk memenuhi SDGs. Dapat disimpulkan bahwa Blibli Tiket berusaha untuk membuat program berdasarkan area fokus. Selanjutnya, Blibli Tiket akan menghubungkan program-program tersebut dengan SDGs agar dapat berkontribusi untuk mewujudkan SDGs.

Ketiga, perusahaan publik yang sangat transparan. Setiap Blibli Tiket menjelaskan program yang dilakukan, Blibli Tiket juga memberikan informasi tambahan. Informasi tambahan tersebut adalah hasil capaian dari seluruh program yang telah dilakukan. Blibli Tiket ingin menunjukkan juga bahwa program tersebut sudah dilaksanakan dan hasilnya juga berdampak. Program tersebut berdampak kepada perusahaan, masyarakat, mitra, dan pemangku kepentingan lainnya.

Blibli tidak hanya menampilkan hasil capaian, namun Blibli Tiket juga memberikan informasi tambahan seperti kasus kecelakaan kerja, data karyawan, data survei kepuasan pelanggan dan karyawan, dan total biaya seluruh program tanggung jawab sosial. Informasi tambahan tersebut adalah data yang terjadi pada Blibli Tiket. Data-data tersebut ditampilkan kepada publik. Hal ini menunjukkan bahwa Blibli Tiket adalah perusahaan yang transparan karena mereka berani membuka informasi yang akurat dan lengkap kepada publik. Informasi yang diberikan oleh Blibli Tiket adalah informasi yang penting karena berhubungan juga dengan reputasi perusahaan. Jika informasi tersebut hasilnya kurang

baik dan ditampilkan kepada publik, maka reputasi perusahaan akan menjadi turun. Perusahaan di industri yang sama juga dapat membandingkan informasi mereka dengan informasi Blibli Tiket.

Alasan yang selanjutnya adalah Blibli Tiket juga membuat kotak khusus. Kotak khusus tersebut selalu ditampilkan Blibli Tiket pada saat awal menjelaskan beberapa programnya. Kotak khusus tersebut menegaskan informasi mengenai hasil capaian, beberapa jumlah perhitungan, upaya yang dilakukan, dan target yang harus dicapai. Hal ini menunjukkan Blibli Tiket membuka informasi tersebut dan menekankan informasi tersebut merupakan informasi yang penting sehingga publik harus mengetahui lebih awal sebelum membaca penjelasan program.

Blibli Tiket juga menampilkan kotak khusus dimana kotak khusus tersebut menjelaskan informasi yang lebih lengkap mengenai program-programnya. Informasi yang ditampilkan adalah tujuan, kontribusi, dan hasil capaian dari program. Hal ini menunjukkan bahwa Blibli Tiket menekankan beberapa program penting untuk meningkatkan kepercayaan publik. Jika kepercayaan publik dapat terbentuk, maka reputasi perusahaan juga akan naik. Didalam kotak khusus tersebut juga diberikan foto dari pelaksanaan program. Foto dari pelaksanaan program sebagai bukti bahwa Blibli Tiket benar-benar sudah menjalankan program tersebut.

Dari sudut pandang literatur, penelitian ini berkontribusi pada konteks penelitian kualitatif tentang penyajian laporan keberlanjutan dengan fokus pada sektor industri terbaru yaitu sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru. Kontribusi ini penting mengingat perusahaan-perusahaan di sektor ini memiliki kontribusi besar dalam perekonomian dan dampak sosial yang signifikan. Narasi yang dibangun melalui laporan keberlanjutan menjadi penting bagi para pemangku kepentingan, melampaui indikator-indikator kinerja keberlanjutan dan keuangan, karena akan menentukan langkah-langkah strategis para pemangku kepentingan berikutnya. Pemilihan konteks sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru yang terdiri dari beberapa perusahaan berbasis teknologi digital dengan kinerja keuangan yang menjanjikan menjadi relevan mengingat dampak sosial dari bisnis ini sangat luas. Sedangkan dari sudut pandang teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam debat terkait dengan narasi yang dibangun atas keterlibatan atau aktivitas keberlanjutan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam sektor industri yang baru ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan dalam narasi yang dibawa dalam laporan keberlanjutan memiliki potensi untuk dapat membentuk realita sosial maupun persepsi publik terhadap aktivitas-aktivitas keberlanjutan yang telah dilakukan. Hasil triangulasi dengan berita-berita yang relevan pada dasarnya berpotensi menguatkan pesan dalam narasi tersebut. Temuan penelitian ini juga berperan penting dalam menjelaskan tentang bagaimana pelaporan keberlanjutan yang diterbitkan perusahaan-perusahaan sektor teknologi pencatatan ekonomi baru membentuk realita tentang kontribusi mereka dalam menanggapi aspek sosial dalam isu keberlanjutan.

SIMPULAN

Perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru adalah perusahaan yang patuh terhadap regulasi pelaporan aspek sosial pada laporan keberlanjutan. Ketiga perusahaan sangat patuh terhadap Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017. Namun, hanya satu perusahaan yang tidak menambahkan regulasi terbaru yaitu Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 16/SEOJK.04/2021. Perusahaan tersebut sudah mengikuti seluruh ketentuan umum, bentuk Laporan Tahunan, dan Isi Laporan Tahunan. Selain itu, ketiga perusahaan juga mematuhi standar GRI untuk sebagai standar agar dapat memberikan informasi secara lengkap. Ketiga perusahaan tersebut juga telah menjelaskan seluruh program ESG dengan lengkap dan menambahkan gambar, grafik, tabel, dan diagram pada laporan keberlanjutan. Dari pengungkapan pelaporan aspek sosial, peneliti mendapatkan narasi yang muncul dari masing-masing perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru. Penelitian ini juga didukung dengan pernyataan yang diberitakan di media massa untuk melihat kondisi lapangan tentang program-program sosial yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan.

Dari pengungkapan pelaporan *Environmental, Social, and Governance*, kami mendapatkan narasi yang muncul dari masing-masing perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru. Untuk Bukalapak, narasi yang muncul yaitu perusahaan publik yang patuh, transparan, dan berkomitmen kuat untuk berkontribusi kepada karyawan dan masyarakat dalam memenuhi SDGs melalui program sosial. Sedangkan untuk GoTo, narasi yang muncul yaitu perusahaan publik yang berkomitmen tinggi untuk mencapai target nol hambatan, sangat transparan, dan perusahaan yang

ingin menunjukkan gambaran kinerja keberlanjutan dalam mewujudkan SDGs. Dan untuk Blibli Tiket, narasi yang muncul yaitu perusahaan publik yang berkomitmen tinggi dan memiliki kontribusi signifikan dalam memenuhi ESG untuk karyawan, mitra, dan masyarakat serta perusahaan yang transparan.

Penelitian ini juga didukung dengan pernyataan yang diberitakan di media massa untuk melihat kondisi lapangan tentang program-program sosial yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan. Dari hasil yang diberitakan di media massa, Bukalapak ingin membuat program ESG untuk 3 tujuan yaitu mengurangi kemiskinan, mengurangi ketidaksetaraan, dan mendorong kesetaraan gender. Sedangkan GoTo sangat berkomitmen terhadap keberlanjutan dengan program nol hambatan. Selanjutnya untuk Blibli Tiket berkomitmen terhadap ESG dengan secara konsisten menjalankan program sosial seperti Bliblioneers Learning Day dan Blibli Coach. Berita di media massa mengkonfirmasi upaya yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan baru. Penelitian ini akan menjelaskan narasi yang muncul. Narasi yang dibentuk tentang penerapan *Environmental, Social, and Governance* pada perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan ekonomi baru adalah perusahaan yang patuh, transparan, dan berkomitmen kuat menjalankan program sosial untuk berkontribusi memenuhi SDGs. Narasi yang muncul tersebut karena perusahaan tersebut sudah patuh terhadap regulasi yang berlaku, menampilkan informasi yang lengkap dan akurat pada laporan keberlanjutan serta telah melaksanakan komitmen yang kuat tersebut dengan program-program ESG. Dengan adanya pernyataan dari media massa dapat mendukung narasi yang muncul.

Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti tidak mendapatkan akses untuk melakukan wawancara dan observasi secara langsung sehingga proses triangulasi data hanya dilakukan dengan media massa. Ketika peneliti melakukan triangulasi data, data dari media massa juga terbatas karena tidak semua media massa yang diambil. Media massa yang digunakan adalah media massa yang dipilih oleh peneliti karena terkait dengan isu sosial. Oleh karena itu, peluang penelitian selanjutnya dapat melakukan wawancara dan observasi sehingga dapat mengkonfirmasi narasi yang muncul terkait aspek sosial dari isu keberlanjutan pada perusahaan yang masuk sektor teknologi papan pencatatan baru.

PERNYATAAN KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arvidsson, S., & Sabelfeld, S. (2023). Adaptive framing of sustainability in CEO letters. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 36(9), 161–199. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-11-2019-4274>
- Buallay, A. (2019). Sustainability reporting and firm's performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(3), 431–445. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2018-0371>
- Catriana, E., & Eka, A. (2022). *Siapkan Karyawan Hadapi Tantangan Ekonomi Digital*, Blibli Gelar BOLD 2. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/03/02/180000426/siapkan-karyawan-hadapi-tantangan-ekonomi-digital-blibli-gelar-bold-2>
- Chelli, M., Durocher, S., & Fortin, A. (2019). Substantive and symbolic strategies sustaining the environmentally friendly ideology. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(4), 1013–1042. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-02-2018-3343>
- CNN Indonesia. (2022). *E-Commerce Rajai Pertumbuhan Ekonomi Digital Saat Pandemi*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220615082930-92-809094/e-commerce-rajai-pertumbuhan-ekonomi-digital-saat-pandemi>
- Ernst & Young, & GRI. (2014). Sustainability Reporting the time is now. *EYGM Limited. Preuzeto Sa Sajta Dana*, 31(08), 2016.
- Freeman, R. E., Dmytriiev, S. D., & Phillips, R. A. (2021). Stakeholder Theory and the Resource-Based View of the Firm. *Journal of Management*, 47(7), 1757–1770. <https://doi.org/10.1177/0149206321993576>
- Haryanti, T., & Subriadi, A. P. (2022). E-commerce acceptance in the dimension of sustainability. *Journal of Modelling in Management*, 17(2), 715–745. <https://doi.org/10.1108/JM2-05-2020-0141>
- IAP2. (2022). *Situasi dan Tantangan Perjalanan ESG di Indonesia*. <https://iap2.or.id/situasi-dan->

tantangan-perjalanan-esg-di-indonesia/

- Kementerian Komunikasi dan Digital. (2023). *Kembangkan Ekonomi Digital, Indonesia Butuh Talenta Digital Berkualitas*. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-28-hm-kominfo-03-2023-tentang-kembangkan-ekonomi-digital-indonesia-butuh-talenta-digital-berkualitas>
- Kementrian Keuangan. (2022). *Implementasi ESG Wujud Nyata Tindak Lanjut Agenda Infrastruktur G20 Presidensi Indonesia*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Implementasi-ESG-Wujud-Nyata-Tindak-Lanjut-Agenda>
- Khoirunnisa, J. (2022). *Top! Gojek Raih Predikat Tempat Kerja Ramah Perempuan*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6327011/top-gojek-raih-predikat-tempat-kerja-ramah-perempuan>
- KPMG. (2022). Big Shifts, Small Steps: Survey of Sustainability Reporting 2022. *KPMG International, October*, 1–81. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pk/pdf/2022/10/Survey-of-Sustainability-Reporting-2022.pdf>
- Lipsman, A. (2019). *Global Ecommerce 2019 - Ecommerce Continues Strong Gains Amid Global Economic Uncertainty*. EMarketer. <https://www.insiderintelligence.com/content/global-ecommerce-2019>
- Mohammad, W. M. W., & Wasiuzzaman, S. (2021). Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia. *Cleaner Environmental Systems*, 2(2), 100015. <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2021.100015>
- Phillips, N., & Hardy, C. (2002). *Discourse analysis: Investigating processes of social construction*. Sage Publications.
- Prasasti, G. D. (2022). *Bibli Ungkap Strategi Penuhi Kepuasan Pelanggan dan Jalankan Bisnis Berkelanjutan*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5021887/bibli-ungkap-strategi-penuhi-kepuasan-pelanggan-dan-jalankan-bisnis-berkelanjutan?page=4x%60>
- Pratiwi, W., & Suandi, S. (2023). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Nilai Perusahaan: Perusahaan Keluarga Dan Non-Keluarga. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 475–488. <https://doi.org/10.47492/jih.v12i2.2932>
- Pressrelease.id. (2023). *Perkuat Ekosistem dan Kapabilitas Seller, Bibli Gelar Program Bibli Coach*. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/perkuat-ekosistem-dan-kapabilitas-seller-bibli-gelar-program-bibli-coach>
- Ramadhani, P. I. (2022). *Komitmen Bukalapak Ciptakan Dampak Berkelanjutan ESG dan SDGs PBB*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/saham/read/5103904/komitmen-bukalapak-ciptakan-dampak-berkelanjutan-esg-dan-sdgs-pbb>
- Virakul, B., & Russ-Eft, D. F. (2019). A model for business responses to global challenges and sustainable development. *Social Responsibility Journal*, 16(2), 199–224. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2018-0223>
- Ying, Z., & Xin-gang, Z. (2021). The impact of Renewable Portfolio Standards on carbon emission trading under the background of China's electricity marketization reform. *Energy*, 226, 120322. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.120322>
- Zhafira, A. N. (2022). *Grup GoTo perluas komitmen berkelanjutan untuk ekosistemnya*. Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/2917025/grup-goto-perluas-komitmen-berkelanjutan-untuk-ekosistemnya>