

Analisis Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perubahan Fokus *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Uniqlo Co., Ltd

Marwa Mutiara Sati^{1*}, Charoline Cheisviyanny²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

*Korespondensi: marwamutiarasati93@gmail.com

Tanggal Masuk:
11 Agustus 2022
Tanggal Revisi:
26 Oktober 2022
Tanggal Diterima:
3 Desember 2022

Keywords: *Corporate Social Responsibility Disclosure; Global Reporting Initiative; Pandemic COVID-19; Major Global Apparel Manufacturer and Retailer.*

How to cite (APA 6th style)
Sati, M., M. & Cheisviyanny, C. (2023). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perubahan Fokus Corporate Social Responsibility (CSR) pada Uniqlo Co., Ltd. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 5 (1), 193-213.

DOI:
<https://doi.org/10.24036/jea.v5i1.641>

Abstract

This study aims to analyze: 1) The level and quality of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure before and during the COVID-19 pandemic of Uniqlo Co., Ltd for the year 2016-2021 based on the GRI 2021 Standard, 2) Differences in focus changes of CSR before and during the COVID-19 pandemic at Uniqlo Co., Ltd. This research is a qualitative research with analysis content method using Sustainability report of Uniqlo Co., Ltd for the year 2016-2021. The object in this study is Uniqlo Co., Ltd. The type of data were documentary data with secondary data sources and the analysis method were content analysis. The result show that: 1) The level and quality of disclosure of Uniqlo's CSR during the COVID-19 pandemic decreased compared to before the COVID-19 pandemic, 2) There is a change in the focus of Uniqlo's corporate social responsibility during the COVID-19 pandemic. Uniqlo shifted the focus of CSR from environmental (300) to significant indirect economic impacts (203-2) and prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships (403-7).



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia bisnis mengalami perubahan yang signifikan pada pola aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan di seluruh dunia. Dulunya, perusahaan cenderung menjadikan profit sebagai hal yang harus dicapai oleh perusahaan. Profit dijadikan sebagai alat ukur utama terhadap kinerja suatu perusahaan, dimana semakin tinggi profit maka semakin bagus kinerja perusahaan. Namun fokus perusahaan telah berubah dengan mulai memikirkan keberlanjutan perusahaan. Hal tersebut terjadi karena masyarakat mulai sadar bagaimana dampak aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya kesehatan lingkungan, menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan meningkatkan tujuan pembangunan keberlanjutan (*sustainability development*) yang lebih baik. Pembangunan keberlanjutan dapat diwujudkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* (CSR).

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk memelihara dan mengembangkan nilai-nilai kemanusiaan, moralitas, kerjasama, dan motivasi. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan dapat diartikan sebagai bentuk kewajiban ekonomi dan sosial kepada orang lain atau masyarakat. Pengungkapan informasi mengenai aktivitas CSR oleh perusahaan dilakukan dengan membuat laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Laporan ini memberikan informasi tentang penerapan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial di perusahaan. Laporan tersebut akan memberikan pemahaman kepada pemangku kepentingan mengenai keberlanjutan perusahaan dari kegiatan bisnis yang telah dilakukan dan bagaimana perusahaan mengambil tindakan dalam menanggapi hal tersebut. Dalam menyusun laporan keberlanjutan, perusahaan menggunakan standar pengungkapan internasional yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar GRI mengandalkan tingkat aplikasi untuk mengkomunikasikan kuantitas dan kualitas pengungkapan, dengan beberapa kategori yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial.

Pendekatan pelaporan CSR bersifat kompleks dan dinamis, oleh sebab itu kualitas informasi penting untuk memungkinkan pemangku kepentingan membuat penilaian dan mengambil tindakan yang tepat dari suatu perusahaan. Para pemangku kepentingan menuntut perusahaan untuk memberikan bukti pelaporan CSR, tuntutan ini didorong oleh keinginan untuk akuntabilitas. Akuntabilitas dapat didefinisikan sebagai kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban atau perhitungan tindakan atas apa yang telah dilakukan oleh perusahaan. Para pemangku kepentingan yang ingin memiliki informasi memiliki hak atas pelaporan CSR, bahkan jika mereka memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut. Dengan demikian, laporan keberlanjutan harus memberikan informasi objektif yang memungkinkan pemangku kepentingan membuat perkiraan yang andal mengenai kinerja sosial dan lingkungan perusahaan (Bouten et al., 2011).

Fenomena pandemi COVID-19 menjadi salah satu tantangan terbesar bagi seluruh bisnis di dunia. Pelaporan, indikator kinerja, dan struktur laporan perlu diharmonisasikan. Hal ini terbukti sangat penting dalam memerangi pandemi COVID-19 (Krivačić & Janković, 2021). Pentingnya pelaporan keberlanjutan di era pandemi tidak berkurang justru sebaliknya, laporan keberlanjutan menjadi alat komunikasi yang efektif untuk melaporkan strategi keberlanjutan bisnis baru selama pandemi. Dengan adanya lockdown sebagai salah satu dampak pandemi, para manajer telah berfokus pada solvabilitas dan likuiditas perusahaan serta keberlanjutan model bisnis.

Peristiwa bencana memiliki efek ekonomi jangka pendek dan jangka panjang yang dapat merugikan serta menantang kemampuan operasional perusahaan dan meningkatkan ketidakpastian diantara pemangku kepentingan (Ding et al., 2021). Ketika kerugian pasti dan masa depan tidak pasti, perusahaan menghadapi dilema untuk meningkatkan pengungkapan CSR yang dapat mengurangi kesamaran informasi diantara para pemangku kepentingan atau membatasi pengungkapan CSR (Bahadar & Zaman, 2022). Menurut Brown & Dacin (1997) dalam (Dhaliwal et al., 2012), di pasar dimana konsumen memiliki tingkat kesadaran yang tinggi mengenai masalah CSR, kinerja CSR yang baik dapat meningkatkan nilai merek dan reputasi perusahaan. Pelaporan keberlanjutan di era pandemi COVID-19 dianggap tidak penting, namun pelaporan keberlanjutan terbukti menjadi alat komunikasi yang efektif untuk melaporkan strategi keberlanjutan bisnis baru selama pandemi (Krivačić & Janković, 2021). Informasi akuntansi bahkan lebih penting pada saat terjadinya ketidakpastian. Pelaporan keberlanjutan merupakan sebuah hasil dari fokus perusahaan pada pembangunan keberlanjutan serta memastikan adanya transparansi dalam bisnis. Pandemi dapat dilihat sebagai peluang untuk beralih ke praktik bisnis yang lebih berkelanjutan, meningkatkan daya saing, dan fokus pada penciptaan nilai jangka panjang. Pada saat terjadinya pandemi COVID-19, perusahaan secara signifikan mengubah praktik pengungkapannya (Cui et al., 2021; Humphreys & Trotman, 2021). Hal ini disebabkan oleh peran yang dimainkan oleh persepsi

manajerial mengenai penyediaan informasi akuntansi yang mencakup informasi keuangan dan non-keuangan (Humphreys & Trotman, 2021). Karena persepsi manajerial sebagian besar dibentuk oleh lingkungan bisnis eksternal, ketidakpastian yang jauh lebih besar disebabkan oleh wabah virus COVID-19 dapat mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan (Bahadar & Zaman, 2022).

Penelitian ini memilih perusahaan yang bergerak pada industri fashion yaitu Uniqlo. Saat ini, industri *fashion* merupakan industri terbesar kedua di dunia sebagai penghasil limbah dan memiliki tekanan besar yang merusak lingkungan (Zhang et al., 2021). Oekom Research berpendapat bahwa fashion merupakan salah satu industri paling berpolusi di dunia, serta menyebabkan kerusakan lingkungan yang sangat besar (D'Adamo & Lupi, 2021). Dampak lingkungan akibat industri ini tersebar luas dan substansial. Misalnya, industri ini menghasilkan hingga 10% karbon dioksida, emisi global sebesar 1,7 miliar ton per tahun, industri ini juga merupakan konsumen air terbesar kedua sebanyak 1,5 triliun liter per tahun, bertanggung jawab atas 20% polusi air dari pengolahan serta pencelupan tekstil, menyumbang 190.000 ton per tahun polusi mikroplastik utama di lautan dan menghasilkan limbah tekstil 92 juta ton per tahun, Sebagian besar berakhir di tempat pembuangan akhir atau dibakar, termasuk produk yang tidak terjual (Niinimäki et al., 2020). Uniqlo memproduksi pakaian dengan harga yang murah dengan skala besar, menggunakan bahan dan proses produksi yang tidak berkelanjutan dan menggunakan tenaga kerja murah serta beberapa kasus melanggar Undang-undang tenaga kerja setempat. Salah satu dampak yang dapat dirasakan Uniqlo pada puncak COVID-19 tahun 2020 adalah Uniqlo harus menutup lebih dari tujuh ratus ribu toko dan selepas puncak COVID-19, Uniqlo menerapkan kebijakan diskon untuk menyesuaikan dengan daya beli konsumennya. Akibat COVID-19 pemilik Uniqlo melaporkan penurunan pendapatan 39,4% dalam tiga bulan hingga 31 Mei karena penutupan sejumlah toko.

Telah ada beberapa penelitian yang mengangkat mengenai isu *corporate social responsibility* di masa pandemi COVID-19 diantaranya Humphreys & Trotman (2021), Bahadar & Zaman (2022), Nabila & Sukoharsono (2020), Barreiro-Gen et al. (2020), Kim & Oh (2020). Penelitian mengenai pengungkapan dan kualitas pengungkapan CSR pada saat krisis sebelumnya telah diteliti oleh Akbar & Deegan (2021) dan Haji (2013). Penelitian mengenai tingkat pengungkapan dan kualitas pengungkapan CSR telah dilakukan sebelumnya oleh Haji (2013). Sesuai arahan Humphreys & Trotman (2021) mengenai apa implikasi dari perubahan yang terjadi baru-baru ini terhadap ekspektasi pengungkapan informasi CSR dalam lingkungan pandemi. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan fokus CSR sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID-19. Penelitian ini akan menilai arah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga menilai kualitas pelaporan CSR perusahaan.

REVIEW LITERATUR DAN HIPOTESIS

Stakeholder Theory

Teori pemangku kepentingan dikenal pertama kali pada tahun 1970-an yang membahas mengenai konsep *corporate social responsibility*. Teori pemangku kepentingan telah menjadi salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan CSR sejak Ullmann (1985) mengembangkan kerangka kerja untuk memprediksi kegiatan sosial perusahaan (Pfafjar et al., 2022). Edward Freeman (1984) dalam (Thornock (2016) mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori pemangku kepentingan mengakui bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab moral kepada berbagai pemangku kepentingan (Farmaki, 2019).

Teori pemangku kepentingan memberikan pandangan bahwa manajemen perusahaan harus memenuhi atau mengelola harapan dari para pemangku kepentingan karena perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri. Freeman (2000) dalam Theodoulidis et al. (2017) menjelaskan bahwa teori ini disusun berdasarkan dua pertanyaan utama yaitu apa tujuan perusahaan dan tanggung jawab apa yang dimiliki manajemen terhadap pemangku kepentingan, pertanyaan-pertanyaan ini mengarahkan para manajemen perusahaan untuk berpikir mengenai strategi bisnis dan hubungan seperti apa agar perusahaan bisa memiliki hubungan yang baik dengan *stakeholder* untuk mencapai tujuan mereka.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi berpendapat bahwa legitimasi adalah kondisi psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik (Fitri & Nitasari, 2016). Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar dan memaksimalkan kekuatan keuangan jangka panjang perusahaan (Sayekti & Wondabio, 2007). Legitimasi perusahaan dapat dilihat sebagai sesuatu yang dapat diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang dapat diinginkan perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber yang potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (O'Donovan, 2002).

Corporate Social Responsibility

ISO 26000 mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari setiap keputusan dan kegiatan-kegiatan operasinya pada masyarakat serta lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku etis dan transparan yang sejalan dengan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan keberlanjutan, serta mempertimbangkan harapan setiap pemangku kepentingan serta sesuai dengan hukum yang berlaku. *Corporate social responsibility* merupakan inisiatif hukum yang merupakan pencapaian dari setiap tujuan perusahaan yang sifatnya sukarela. Sedangkan Asosiasi global *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen yang berkesinambungan dari para pelaku bisnis untuk berlaku secara etis serta memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan hidup para pekerja dan keluarganya, juga komunitas lokal dan masyarakat umum.

Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*)

Laporan keberlanjutan merupakan praktek pengukuran, pengungkapan serta upaya akuntabilitas dari kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan keberlanjutan kepada para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal (Intitative, 2013). Menurut Astini et al. (2017), *sustainability report* merupakan sebuah laporan yang disusun setiap tahun yang mengungkapkan mengenai dampak perusahaan baik positif maupun negatif terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Sebagai alat tanggung jawab manajemen, *sustainability report* akan dinilai relevan dan dapat diandalkan jika mengikuti standar pelaporan global yaitu standar GRI. Laporan keberlanjutan dinilai mampu menjembatani asimetri informasi antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan dikarenakan laporan keberlanjutan merupakan sebuah media evaluasi atas kinerja organisasi mengenai CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan (Ganis Sukoharsono, 2019).

Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan lembaga atau organisasi yang menyediakan standar pelaporan keberlanjutan yang telah digunakan oleh banyak organisasi di

seluruh negara. GRI merupakan sebuah lembaga yang mendasari kerangka pembangunan berkelanjutan sebagai tolak ukur *sustainability report* (Simmons et al., 2018). Laporan keberlanjutan dari perusahaan memberikan informasi dan fakta mengenai kinerja keuangan, lingkungan, sosial dan tata kelolanya (Simmons et al., 2018). Standar GRI merupakan standar pelaporan publik untuk dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang diakibatkan dari operasi perusahaan. Standar ini digunakan untuk semua skala, bidang dan lokasi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis konten. Menurut (Creswell et al., 2019), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otentisitas. Penelitian kualitatif dilakukan untuk menemukan makna dari beberapa informasi yang diperoleh, sehingga memberikan gambaran realitas yang kompleks dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Analisis konten merupakan metode penelitian yang paling umum digunakan untuk mempelajari pengungkapan sosial suatu organisasi (Parker, 2014). *Content analysis* didefinisikan sebagai teknik penelitian untuk membuat kesimpulan yang dapat direplikasi dan valid dari data ke konteksnya Krippendorff (2012). *Content analysis* melibatkan pembacaan dokumen yang cermat untuk memahami dan menafsirkan teks dalam konteks yang relevan, pengkodean dan mengategorikan teks serta meringkas kesimpulan dan wawasan dalam bentuk pemeriksaan numerik dari sebuah teks yang ditafsirkan dan kategori terkait (Holzman dan Spiegler, 2011 dalam Akbar & Deegan, 2021).

Penelitian kualitatif dengan analisis konten merupakan metode yang biasa digunakan untuk menganalisis pelaporan dan pengungkapan perusahaan termasuk pengungkapan sosial dan lingkungan (Coetzee & van Staden, 2011; Corazza et al., 2020; Vourvachis & Woodward, 2015). Peneliti melakukan analisis konten dengan mengkodekan serta mengklasifikasikan informasi yang terkandung dalam pengungkapan sosial perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan standar GRI 2021 dengan kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam laporan keberlanjutan Uniqlo Co., Ltd tahun 2016 hingga 2021 sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID-19. Hal ini bertujuan untuk melihat perubahan fokus serta kualitas tanggung jawab sosial perusahaan, sebelum dan selama berlangsungnya pandemi COVID-19 hingga tahun 2021. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan Uniqlo Co., Ltd tahun 2016-2021.

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber lain sebelum penelitian. Terdapat beberapa sumber data sekunder, termasuk buku dan majalah, publikasi pemerintah mengenai indikator ekonomi, data sensus, ikhtisar statistik, basis data, media, laporan tahunan perusahaan, dan sebagainya (Sekaran, 2006). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keberlanjutan perusahaan tahun 2016 hingga 2021 *Uniqlo Co., Ltd*.

Teknik Pengumpulan Data

Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah tahapan pengumpulan data berupa data-data sekunder yang mengungkapkan informasi-informasi perusahaan, salah satunya informasi sosial perusahaan yang diungkapkan melalui *Sustainability Report*.

Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, membaca, membandingkan, dan mempelajari literatur referensi dari jurnal, dan buku-buku yang relevan dengan permasalahan untuk mendapatkan kejelasan konsep dalam upaya penyusunan landasan teori yang berguna dalam pembahasan.

Internet Searching

Internet Searching yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi tambahan yang bersumber dari internet untuk melengkapi referensi penulis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisa Data dan Prosedur Penelitian

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu *content analysis*. Analisis konten merupakan teknik analisa data dengan menganalisis pesan atau isi dari suatu dokumen. Tujuan analisis konten yaitu untuk mengidentifikasi karakteristik atau informasi spesifik yang terdapat pada suatu dokumen Sakina et al. (2014). Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah sustainability report Uniqlo Co., Ltd sebelum dan selama berlangsungnya pandemi COVID-19 yaitu pada tahun 2016 hingga 2021.

Pengungkapan CSR dianalisis menggunakan indeks GRI dengan dua kategori yaitu pengungkapan dan kualitas. Dalam mengukur tingkat pengungkapan, metode penilaian didasarkan pada pendekatan, 0 (nol) jika tidak diungkapkan dalam sustainability report dan 1 (satu) jika diungkapkan dalam sustainability report (Haji, 2013). Dalam mengukur tingkat kualitas pengungkapan, metode penilaian didasarkan pada pendekatan dengan angka 1 (satu) jika berbentuk narasi, 2 (dua) jika berbentuk data atau angka, dan 3 (tiga) jika berbentuk narasi dan data (Haji, 2013). Analisis isi melekat dengan reliabilitas dan validitas keprihatinan (Unerman, 2000). Oleh karena itu, Milne dan Adler (1999) dalam Haji (2013) menyarankan bahwa para peneliti harus secara hati-hati menangani masalah reliabilitas dan validitas dalam pengkodean teks. Ini dapat dicapai melalui penggunaan beberapa orang dalam pengkodean atau sebagai menggunakan satu orang dalam pengkodean, skor ditetapkan dua kali dengan interval waktu. Mengingat bahwa tidak ada pendekatan reliabilitas tunggal yang memadai, peneliti harus memilih metode yang mereka anggap sesuai dengan studi mereka (Unerman, 2000).

Penelitian ini memastikan masalah keandalan dengan membaca seluruh laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan sebanyak dua kali. Pembacaan kedua dari semua laporan keberlanjutan dilakukan dua/tiga minggu setelah analisis pada putaran pertama. Hal ini dilakukan untuk menghindari kemungkinan bahwa penilaian pertama dan kedua dapat saling mempengaruhi (Mohd Ghazali & Weetman, 2006). Jika terdapat perbedaan antara pembacaan pertama dan kedua laporan keberlanjutan, hal tersebut menjadi sasaran pembacaan lebih lanjut (Haji, 2013).

Prosedur Penelitian

Beberapa tahap atau prosedur yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Membangun instrumen mengenai fenomena dan isu-isu utama perusahaan, seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan.
2. Mengumpulkan data pengungkapan informasi CSR perusahaan dalam hal ini disajikan dalam *sustainability report* Uniqlo Co., Ltd.
3. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diamati dari narasi, teks, grafik, tabel yang disajikan dalam *sustainability report*.

4. Pengungkapan tersebut dianalisis menggunakan indeks GRI dengan pemberian kode atau *coding* dengan dua kategori pengungkapan dan kualitas. Pemberian kode pada kategori pengungkapan ditandai dengan angka 0 (nol) jika tidak disajikan dalam AR atau SR dan 1 (satu) jika disajikan dalam AR atau SR. Pemberian kode pada kategori kualitas, ditandai dengan angka 1 (satu) jika berbentuk narasi, 2 (dua) jika berbentuk data atau angka, dan 3 (tiga) jika berbentuk narasi dan data.
5. Menghitung *scoring* untuk mengetahui persentase dari tingkat pengungkapan secara keseluruhan. *Scoring* dilakukan untuk mengetahui persentase tingkat pengungkapan untuk masing-masing indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI.

$\text{Tingkat pengungkapan} = \frac{\text{Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor item maksimum}} \times 100\%$

Sumber: Bouten et al. (2011)

6. Melakukan interpretasi hasil pengungkapan CSR, interpretasi dilakukan untuk menganalisis pesan dan informasi yang terkandung dalam sebuah kalimat. Dalam interpretasi ini terdapat kesimpulan yang menjelaskan isu-isu kegiatan CSR yang berkembang dalam organisasi sebelum dan selama berlangsungnya pandemi COVID-19.

Definisi Operasional

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan pengungkapan informasi atau program yang telah dilakukan oleh perusahaan mengenai tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada pemangku kepentingan (Hadianto, 2013).
2. Kualitas pengungkapan CSR, kualitas mengacu pada kelengkapan atau pengungkapan penuh atau tingkat detail dalam pengungkapan, kualitas pengungkapan juga disebut sebagai intensitas dan kelengkapan (Hooks & van Staden, 2011).
3. Perubahan fokus pengungkapan CSR mengacu pada perubahan prioritas pengungkapan CSR (Krivačić & Janković, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis tingkat pengungkapan dan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diketahui bahwa saat pandemi COVID-19 terjadi penurunan tingkat pengungkapan dan kualitas tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini sejalan bahwa dampak negatif yang merugikan dari pandemi COVID-19 dapat menyebabkan perusahaan memotong pengeluaran yang tidak perlu (Donthu & Gustafsson, 2020), karena penyediaan informasi CSR membutuhkan biaya dan sumber daya yang signifikan (Zaman et al., 2021), manajer dapat mengurangi atau membatasi pengungkapan informasi tersebut (Bahadar & Zaman, 2022). Tanggung jawab sosial perusahaan Uniqlo saat terjadinya pandemi COVID-19 berfokus pada dimensi ekonomi pada indikator dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2) dan dimensi sosial pada indikator pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis (403-7). Sedangkan sebelum terjadinya pandemi COVID-19 tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada dimensi lingkungan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Barreiro-Gen et al., (2020); Krivačić & Janković, (2021), bahwa di masa sulit, prioritas utama perusahaan adalah mengurus karyawannya (isu sosial) dan kemudian ekonomi. Hal ini

berbeda dengan sebelum terjadinya pandemi COVID-19, dimana prioritas dipusatkan pada dimensi lingkungan.

Masalah lingkungan telah mengalami perubahan dalam hal penentuan prioritas selama terjadinya pandemi COVID-19. Wabah COVID-19 dianggap sebagai “berkah terselubung”, dimana polusi berkurang dan alam memulihkan dirinya sendiri, namun dampak positif terhadap lingkungan hanya bersifat sementara jika masyarakat tidak belajar dari *lockdown* dan mengurangi polusi dalam jangka panjang (Muhammad et al., 2020). Humphreys & Trotman (2021), juga menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 menciptakan ketegangan dalam memberikan atau melaksanakan kegiatan CSR yang positif di berbagai bidang kinerja, sedangkan banyak perusahaan mengalami kinerja ekonomi dan keuangan yang buruk karena *lockdown* membatasi pergerakan rantai pasokan, namun masalah lingkungan dengan berkurangnya penggunaan sumber daya di tempat kerja, sedikit mobil di jalan raya tidak menjadi fokus utama CSR. Sesuai dengan analisis penulis, bahwa kualitas pengungkapan CSR Uniqlo pada dimensi lingkungan saat terjadinya pandemi COVID-19 hanya 3% pada tahun 2020 dan 5% pada tahun 2021. Sedangkan pada analisis perubahan fokus tanggung jawab sosial perusahaan saat terjadinya pandemi COVID-19 adalah pada dimensi ekonomi dan sosial.

Pembahasan

Analisis Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan membahas tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID-19 pada tahun 2016 hingga 2021. Berikut disajikan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Uniqlo Co., Ltd tahun 2016 hingga 2021:

Tabel 1
Analisis Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dimensi	Jumlah Indikator	Sebelum Pandemi COVID-19				Saat Pandemi COVID-19	
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ekonomi	17	6%	6%	6%	6%	6%	12%
Lingkungan	31	32%	26%	32%	23%	6%	10%
Sosial	36	22%	25%	22%	14%	11%	8%
Total Pengungkapan	84	23%	21%	23%	15%	8%	10%

Tingkat pengungkapan pada dimensi ekonomi sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID-19 pada tahun 2016 hingga tahun 2020 tidak mengalami perubahan yang signifikan. Pada tahun tersebut perusahaan secara konsisten hanya mengungkapkan satu indikator yaitu dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2). Perubahan terjadi pada tahun 2021, selain mengungkapkan indikator dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2), Uniqlo juga mengungkapkan indikator investasi infrastruktur dan dukungan layanan (203-1).

Berbeda dengan dimensi ekonomi, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada dimensi lingkungan dan sosial mengalami fluktuasi. Pada dimensi lingkungan pengungkapan tertinggi terjadi sebelum pandemi COVID-19 tahun 2016 dan 2018 dengan persentase 32%, perusahaan mengungkapkan 10 indikator. Penurunan terjadi pada saat pandemi COVID-19 dengan persentase pengungkapan 6% dan 10%. Hal ini disebabkan karena perusahaan hanya mengungkapkan 2 indikator pada tahun 2020 dan 3 indikator pada tahun 2021. Pada dimensi sosial tingkat pengungkapan tertinggi terjadi pada tahun 2017 dengan persentase pengungkapan 25%, hal ini disebabkan karena perusahaan mengungkapkan 9 indikator pada *sustainability report*. Tingkat pengungkapan terendah terjadi pada tahun 2021 saat terjadinya pandemi COVID-19, dengan persentase pengungkapan 8% dan perusahaan hanya mengungkapkan 3 indikator.

Analisis Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Analisis kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan metode *content analysis*. Pemberian kode pada kategori kualitas, ditandai dengan angka 1 (satu) jika berbentuk narasi, 2 (dua) jika berbentuk data atau angka, dan 3 (tiga) jika berbentuk narasi dan data. Berikut disajikan tabel tingkat kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Uniqlo Co., Ltd:

Tabel 2
Analisis Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dimensi	Jumlah Indikator	Sebelum Pandemi COVID-19				Saat Pandemi COVID-19	
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ekonomi	51	2%	2%	2%	4%	4%	6%
Lingkungan	93	17%	14%	19%	13%	3%	5%
Sosial	108	11%	11%	10%	6%	5%	5%
Total Kualitas Pengungkapan	252	12%	10%	12%	8%	4%	5%

Tingkat kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial Uniqlo pada dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial mengalami fluktuasi. Pada dimensi ekonomi perusahaan secara konsisten mengungkapkan indikator dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2). Saat terjadinya pandemi COVID-19 tahun 2021, perusahaan mulai mengungkapkan indikator investasi infrastruktur dan dukungan layanan (203-1) sehingga memperoleh persentase 6% dengan kualitas pengungkapan 1 hanya berbentuk narasi saja. Pada dimensi lingkungan, persentase kualitas pengungkapan tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan persentase 19%. Sedangkan persentase terendah terjadi pada tahun 2020 dan 2021 saat terjadinya pandemi COVID-19. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2020 perusahaan hanya mengungkapkan indikator material input dari daur ulang yang digunakan (301-2) berupa narasi dan indikator pengurangan emisi GRK (305-5) berupa angka. Berbeda pada tahun sebelumnya, tahun 2021 perusahaan mulai mengungkapkan indikator produk reklamasi dan material kemasannya (301-3) sehingga memperoleh persentase 5%.

Pada dimensi sosial, pengungkapan tertinggi terjadi sebelum pandemi COVID-19 pada tahun 2016 dan 2017, sedangkan pengungkapan terendah terjadi pada saat pandemi COVID-19. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2020 perusahaan mengungkapkan 4 indikator yaitu sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja (403-1), program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan (404-2), keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan (405-1), dan operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak dan program pengembangan (413-1). Sedangkan pada tahun 2021 perusahaan mengungkapkan 3 indikator yaitu pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis (403-7), program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan (404-2), keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan (405-1).

Analisis Perubahan Fokus Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Ekonomi

Dimensi ekonomi berhubungan dengan dampak perusahaan terhadap situasi ekonomi para pemangku kepentingan dan sistem ekonomi di tingkat lokal maupun global. Pengungkapan ini terdiri dari tujuh aspek yaitu kinerja ekonomi, keberadaan pasar, dampak ekonomi tidak langsung, praktik pengadaan, anti korupsi, perilaku anti persaingan, dan pajak. Berikut tabel perubahan fokus tanggung jawab sosial perusahaan pada dimensi ekonomi Uniqlo Co., Ltd pada *Sustainability Report*, yaitu:

Tabel 3
Analisis Perubahan Fokus Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Ekonomi

Indikator		Sebelum Pandemi COVID-19				Selama Pandemi COVID-19	
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan	1	1	1	2	2	2

Pada tahun 2016, perusahaan bermitra dengan sekolah-sekolah di Jepang dalam sebuah proyek, melalui proyek ini anak-anak belajar mengenai kehidupan para pengungsi yang sulit dan peran dari pakaian yang disumbangkan. Uniqlo juga menyediakan magang bagi para pengungsi dan anggota keluarganya, program ini menawarkan kesempatan untuk bekerja sebagai pekerja magang di toko hingga enam bulan. Pada tahun yang sama, dipelopori oleh Uniqlo Singapura, perusahaan mengadakan acara *In-Store Shopping Experience* untuk anak-anak disabilitas intelektual, karyawan toko membantu anak-anak mengembangkan keterampilan hidup seputar memutuskan apa yang akan dikenakan dan menghitung apa yang mereka mampu dalam anggaran yang diberikan. Pada tahun 2017, perusahaan memiliki tiga program yaitu mendukung pengungsi melalui program pakaian dan kemandirian, mendukung orang penyandang disabilitas, dan mendukung kaum muda yang berisiko serta kurang beruntung. Pada tahun 2018, perusahaan mempekerjakan penyandang disabilitas dan meluncurkan program pelatihan kerja yang bertujuan membantu penyandang disabilitas mendapatkan pekerjaan. Pada tahun 2019, perusahaan menyumbangkan pakaian sekitar 30,29 juta kepada para pengungsi dan orang-orang terlantar dalam kemitraan dengan komisaris tinggi PBB. Pada tahun 2020, Uniqlo memiliki tujuh program yaitu mendukung etnis minoritas di China, mendukung anak-anak Filipina, mendukung pengungsi di Malaysia, program pemberdayaan perempuan di Amerika Serikat, mendukung wanita di Jepang yang terpaksa hidup di tempat penampungan dalam keadaan terbatas karena kekerasan rumah tangga, bisnis sosial Garmen Uniqlo di Bangladesh untuk mendukung perkembangan industri tekstil Bangladesh serta menciptakan peluang kerja, dan mendukung anak-anak tunawisma. Pada tahun 2020 saat terjadinya pandemi COVID-19 perusahaan berfokus untuk membantu masyarakat dalam bidang pemberdayaan.

Dalam *annual report* Uniqlo tahun 2020 dijelaskan bahwa penyebaran COVID-19 sangat berdampak pada komunitas dan ekonomi di seluruh dunia. Dalam situasi seperti ini, individu dan perusahaan di seluruh dunia perlu secara proaktif bergabung untuk mengubah krisis menjadi peluang, serta menciptakan dunia yang lebih baik melalui tindakan nyata. Tepat setelah virus muncul, Uniqlo menyumbangkan uang, masker dan *thermometer infrared* ke pabrik mitra dan mitra bisnis di China. Perusahaan juga menyumbangkan pakaian HEATTECH dan jaket UltraLight Down kepada para pekerja medis garis depan. Sejak maret 2020, Fast Retailing telah menyumbangkan masker dan baju isolasi kepada institusi medis dan fasilitas perawatan yang menghadapi kekurangan peralatan medis di 26 negara dan wilayah. Perusahaan juga menyediakan pakaian penting seperti pakaian AIRism Uniqlo yang sangat fungsional, pakaian dalam dan luar serta menawarkan dukungan sosial. Perusahaan menyumbangkan 1,2 juta pakaian isolasi, 5,76 juta masker disumbangkan ke institusi medis Jepang, 110.000 AIRism, HEATTECH, dan pakaian bulu yang disumbangkan untuk digunakan di Provinsi Hubei, China. Menyumbangkan 2 juta masker dan 20.000 pakaian AIRism untuk digunakan di Amerika Serikat. Perusahaan terus menawarkan sebanyak mungkin dukungan vital kepada institusi medis, pusat tes PCR dan fasilitas perawatan.

Pada tahun 2021, perusahaan masih tetap melaksanakan beberapa program yang telah dilakukan pada tahun sebelumnya. Adapun program tersebut yaitu program *The Power of Clothing* dimana anak-anak berinisiatif mengumpulkan pakaian-pakaian mereka untuk

dikirimkan kepada mereka yang membutuhkan, program *Theory for Good* yang menyumbangkan total pendapatan 10 juta yen ke LSM Internasional untuk membantu wanita di Republik Zambia menjadi mandiri secara finansial dan menyumbangkan sekitar 14.000 item pakaian kepada sekitar 3.900 korban kekerasan rumah tangga di Jepang dan bisnis sosial di Bangladesh. Dalam *sustainability report* tahun 2021 diungkapkan bahwa perusahaan mulai memberikan dukungan terkait pandemi COVID-19. Adapun dukungan yang dilakukan Uniqlo yaitu bulan Juni 2020, perusahaan mengumumkan donasi sebesar 10 juta yen kepada UNHCR dari pendapatan barang-barang bayi yang dijual melalui toko online Uniqlo Jepang dalam menanggapi COVID-19. Donasi tersebut mendukung keluarga pengungsi dan anak-anak sebagai bantuan untuk melakukan tindakan pencegahan terhadap COVID-19. Pada November 2020 Uniqlo Filipina menyumbangkan 300.000 masker AIRism serta barang-barang penting yang diberikan kepada para korban di daerah yang terkena dampak parah melalui *SM Foundation*.

Berdasarkan situs resmi Uniqlo Co., Ltd diketahui bahwa Uniqlo memberikan dukungan kepada banyak orang di seluruh dunia yang terkena dampak COVID-19, terlepas dari apakah perusahaan mengoperasikan toko di lokasi tersebut. Setelah menyumbangkan lebih dari 15 juta masker ke fasilitas medis di Jepang dan luar negeri dengan kerja sama mitra produksi, perusahaan juga membantu masyarakat melalui pakaian termasuk AIRism, pakaian HEATTECH, serta pakaian pelindung. Perusahaan juga mulai mendonasikan masker kepada organisasi yang berafiliasi dengan *brand ambassador global* Uniqlo, lalu kemudian memperluas donasi masker ke organisasi olahraga dan kelompok terkait olahraga di seluruh dunia, termasuk mitra global resmi, Komite Olimpiade dan Paralimpiade Swedia.

Banyak pengungsi dan orang terlantar lainnya hidup dalam keadaan di mana mereka kekurangan akses ke perawatan medis yang memadai atau sanitasi yang layak. Dengan demikian, kehidupan di kamp-kamp pengungsi atau ruang perkotaan yang padat penduduk membawa risiko infeksi yang tinggi. Pada tahun 2021, Fast Retailing mendonasikan lebih dari 3 juta masker UNIQLO AIRism kepada UNHCR untuk didistribusikan kepada para pengungsi dan pengungsi internal di seluruh dunia serta komunitas. Fast Retailing juga menyumbangkan US\$100.000 untuk membantu UNHCR mengurangi penyebaran virus corona dengan dukungan dan layanan penting, termasuk bantuan kepada anak-anak yang kehilangan kesempatan pendidikan karena COVID-19. Sejak musim semi tahun 2020, banyak sekolah di seluruh dunia, termasuk kamp pengungsi telah ditutup. Beberapa anak putus sekolah selama hampir satu tahun. Kontribusi perusahaan ditujukan untuk mendukung para pengungsi dan anak-anak terlantar yang terkena dampak parah dari pandemi, melalui perbaikan dan pembangunan sekolah serta fasilitas sanitasi, koneksi internet untuk pendidikan online, dan dukungan keuangan untuk sekolah.

Pandemi COVID-19 telah menyoroiti isu-isu yang berdampak pada kehidupan perempuan khususnya kemiskinan. Di Jepang, sekitar 340.000 pria kehilangan pekerjaan tetapi jumlahnya jauh lebih tinggi untuk wanita, sekitar 740.000. Ketidaksetaraan ini sebagian karena perempuan cenderung tidak berada dalam pekerjaan tetap dan penuh waktu. Masalah lain yang diperparah oleh pandemi ini adalah kekerasan dalam rumah tangga. Melalui program *supporting women through COVID-19, women shouldn't be defeated by COVID-19*, Uniqlo mendonasikan pakaian dalam dan pakaian lainnya untuk wanita yang tinggal di tempat penampungan dengan meminta bantuan LSM di seluruh dunia.

Dimensi Sosial

Dimensi sosial membahas dampak perusahaan terhadap sistem sosial dimana perusahaan tersebut dijalankan. Pengungkapan dimensi sosial terdiri atas tujuh belas aspek yaitu kepegawaian, hubungan tenaga kerja/manajemen, keselamatan dan kesehatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keanekaragaman dan kesempatan setara, non-diskriminasi,

kebebasan berserikat dan perundingan kolektif, pekerja anak, kerja paksa atau wajib kerja, praktik keamanan, hak-hak masyarakat adat, masyarakat lokal, penilaian sosial pemasok, kebijakan publik, kesehatan dan keselamatan pelanggan, pemasaran dan pelabelan, dan privasi pelanggan. Berikut perubahan fokus tanggung jawab sosial perusahaan pada dimensi sosial Uniqlo Co., Ltd pada *Sustainability Report*, yaitu:

Tabel 4
Analisis Perubahan Fokus Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Sosial

Indikator		Sebelum Pandemi COVID-19				Selama Pandemi COVID-19	
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis	1	1	1	0	0	1

Pada tahun 2016, perusahaan sangat berhati-hati untuk melindungi kesehatan dan keselamatan karyawannya sesuai dengan undang-undang nasional. Perusahaan menekankan pencegahan cedera dan kecelakaan, alokasi tanggung jawab yang jelas, dan upaya perbaikan sukarela. Uniqlo Jepang mendorong karyawan regular regional dan staff lain yang bekerja jangka panjang di toko untuk mendapatkan sertifikasi pengawas kesehatan. Pada tahun 2017, perusahaan melakukan penyebaran proaktif tindakan pencegahan ke toko, seperti penggunaan tangga dan pemindahan perlengkapan selama perubahan tata letak, yang merupakan dua alasan paling umum terjadinya kecelakaan di tempat kerja. Sama seperti tahun sebelumnya, pada tahun 2018 sebagian besar kecelakaan di toko terjadi ketika karyawan menggunakan tangga atau memindahkan perlengkapan selama perubahan tata letak. Dalam upaya mengurangi jumlah kecelakaan, perusahaan mulai memberikan instruksi tentang cara penggunaan tangga yang benar kepada karyawan, dalam bentuk foto atau video yang tersedia di intranetnya.

Pada tahun 2019 sebelum pandemi COVID-19 dan tahun 2020 saat terjadinya pandemi COVID-19, perusahaan tidak mengungkapkan indikator tersebut dalam *sustainability reportnya*. Namun, diungkapkan pada tahun 2021 saat terjadinya pandemi COVID-19. Berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, pengungkapan pada indikator pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis, berhubungan dengan interaksi karyawan terhadap virus corona. Uniqlo melakukan pemeriksaan suhu kepada karyawannya dan memastikan mereka dalam keadaan sehat secara umum sebelum memasuki toko. Uniqlo secara menyeluruh membersihkan permukaan toko dengan disinfektan. Perusahaan menyediakan masker dan *hand sanitizer* untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman, terjamin, dan nyaman bagi karyawannya. Perusahaan juga menerapkan *work from home* bagi karyawannya tergantung pada peran mereka.

Menurut George (1981) dalam Mahmud et al. (2021), bahwa setiap masa krisis, perusahaan memiliki tanggung jawab dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingannya, seperti karyawan, konsumen, dan masyarakat. Informasi CSR disiapkan untuk berbagai pemangku kepentingan (termasuk manajer, investor, pelanggan, pemasok, karyawan), masing-masing dengan kebutuhan yang sangat berbeda (Humphreys & Trotman, 2021). Melalui program-program CSR selama terjadinya pandemi COVID-19, Uniqlo ingin memberitahukan bahwa perusahaan sangat peduli terhadap masyarakat dan karyawannya sehingga terbentuklah citra positif di mata *stakeholder*. Sesuai dengan konsep *stakeholder theory* bahwa pengungkapan CSR penting dilakukan, karena investor sebagai bagian dari

pemangku kepentingan perlu mengevaluasi sejauh mana perusahaan telah melaksanakan perannya sesuai tujuan *stakeholder*.

Pengungkapan sosial perusahaan merupakan aspek penting untuk membangun legitimasi organisasi (Deegan, 2002; Tilling & Tilt, 2010). Menanggapi kesenjangan legitimasi (perbedaan antara bagaimana masyarakat percaya suatu organisasi bertindak dan kegagalan kinerja yang dirasakan oleh masyarakat), sebuah organisasi dapat menginformasikan kepada publik mengenai perubahan aktivitas melalui pengungkapan publik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Akbar & Deegan (2021); Deegan, (2002) bahwa untuk membantu dalam mempertahankan persetujuan publik atau membangun legitimasi, organisasi dapat mempublikasikan tindakan mereka melalui pengungkapan sosial. Uniqlo mengungkapkan informasi aktifitas CSR dengan baik untuk hal yang berkaitan dengan kepedulian mereka kepada karyawan dan masyarakat dan telah melakukan publikasi *Sustainability Report* dari tahun 2016 hingga saat ini melalui *website* resmi perusahaan yang dapat diakses oleh publik.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas dan perbedaan perubahan fokus *corporate social responsibility* sebelum dan saat pandemi COVID-19 melalui pedoman GRI *standard* 2021. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut berdasarkan analisis data:

1. Tingkat pengungkapan dan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Uniqlo pada saat terjadinya pandemi COVID-19 mengalami penurunan dibandingkan sebelum terjadinya pandemi COVID-19.
2. Terjadi perubahan fokus tanggung jawab sosial perusahaan Uniqlo saat terjadinya pandemi COVID-19. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan saat pandemi COVID-19 pada pengungkapan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan (203-2) serta pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis (403-7).

Keterbatasan

Keterbatasan pada penelitian ini adalah hanya berdasarkan dari *sustainability report* Uniqlo Co., Ltd, untuk lebih mengevaluasi atas aktivitas CSR yang telah dilakukan Uniqlo Co., Ltd perlu dilakukan survei lapangan dan wawancara mendalam kepada pihak yang bersangkutan.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan dan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi perusahaan, sebaiknya Uniqlo Co., Ltd lebih memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaannya sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat dalam GRI Standards.
2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk dapat menambah keakuratan data hendaknya melakukan wawancara mendalam dan survei langsung di lokasi yang bersangkutan. Wawancara dapat dilakukan dengan pihak perusahaan, aktivis lingkungan, serta masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S., & Deegan, C. (2021). Analysis of corporate social disclosures of the apparel industry following crisis: an institutional approach. *Accounting and Finance*, 61(2), 3565–3600. <https://doi.org/10.1111/acfi.12712>
- Astini, L. T., Yuniarta, G. A., & Kurniawan, P. S. (2017). Analisis penerapan global reporting initiative (GRI) G4 pada laporan keberlanjutan perusahaan tahun 2013-2016 (Studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8.
- Bahadar, S., & Zaman, R. (2022). COVID-19 and CSR disclosure: evidence from New Zealand. *China Accounting and Finance Review*. <https://doi.org/10.1108/cafr-03-2022-0017>
- Barreiro-Gen, M., Lozano, R., & Zafar, A. (2020). Changes in sustainability priorities in organisations due to the COVID-19 outbreak: Averting environmental rebound effects on society. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su1212503>
- Bouten, L., Everaert, P., van Liedekerke, L., de Moor, L., & Christiaens, J. (2011). Corporate social responsibility reporting: A comprehensive picture? *Accounting Forum*, 35(3), 187–204. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2011.06.007>
- Coetzee, C. M., & van Staden, C. J. (2011). Disclosure responses to mining accidents: South African evidence. *Accounting Forum*, 35(4), 232–246. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2011.06.001>
- Corazza, L., Truant, E., Scagnelli, S. D., & Mio, C. (2020). Sustainability reporting after the Costa Concordia disaster: a multi-theory study on legitimacy, impression management and image restoration. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 33(8), 1909–1941. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-05-2018-348>
- Creswell, John W., & Poth. (2019). Qualitative Inquiry and Research Design. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, Issue 9.
- Cuesta-Valiño, P., Rodríguez, P. G., & Núñez-Barriopedro, E. (2019). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty in hypermarkets: A new socially responsible strategy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 761–769. <https://doi.org/10.1002/csr.1718>
- Cui, L., Kent, P., Kim, S., & Li, S. (2021). Accounting conservatism and firm performance during the COVID-19 pandemic. *Accounting and Finance*, 61(4), 5543–5579. <https://doi.org/10.1111/acfi.12767>
- D'Adamo, I., & Lupi, G. (2021). Sustainability and resilience after COVID-19: A circular premium in the fashion industry. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–5. <https://doi.org/10.3390/su13041861>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Dhaliwal, D. S., Radhakrishnan, S., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2012). Nonfinancial disclosure and analyst forecast accuracy: International evidence on corporate social responsibility disclosure. *Accounting Review*, 87(3), 723–759. <https://doi.org/10.2308/accr-10218>
- Ding, W., Levine, R., Lin, C., & Xie, W. (2021). Corporate immunity to the COVID-19 pandemic. *Journal of Financial Economics*, 141(2), 802–830. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.03.005>
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. In *Journal of Business Research* (Vol. 117, pp. 284–289). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>

- Farmaki, A. (2019). Corporate social responsibility in hotels: a stakeholder approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2297–2320. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0199>
- Firman, A. C., & Nugroho, A. (2009). Retorika Dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT Aneka Tambang Tbk. *Simposium Nasional Akuntansi XII*, 0–23.
- Fitri, N., & Nitasari, J. (2016). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Return Saham Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. www.globalreporting.org
- Ganis Sukoharsono, E. (2019). Sustaining a sustainability report by modifying triple bottom line to pentaple bottom line: An imaginay research dialogue. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 27(1), 119–127. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2019.27.1.7>
- Hadianto, M. L. (2013). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan CGC Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011). *Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Haji, A. A. (2013). Corporate social responsibility disclosures over time: Evidence from Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 28(7), 647–676. <https://doi.org/10.1108/MAJ-07-2012-0729>
- Hooks, J., & van Staden, C. J. (2011). Evaluating environmental disclosures: The relationship between quality and extent measures. *British Accounting Review*, 43(3), 200–213. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2011.06.005>
- Humphreys, K. A., & Trotman, K. T. (2021). Judgment and decision making research on CSR reporting in the COVID-19 pandemic environment. *Accounting and Finance*, 62(1), 739–765. <https://doi.org/10.1111/acfi.12805>
- Intitative, G. R. (2013). *Pedoman Pelaporan Keberlanjutan G4*. www.Globalreporting.Org.
- Kim, Y., & Oh, K. W. (2020). Which consumer associations can build a sustainable fashion brand image? Evidence from fast fashion brands. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/su12051703>
- Krippendorff, K. (2012). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Sage Publications.
- Krivačić, D., & Janković, S. (2021). SUSTAINABILITY REPORTING DURING THE PANDEMIC: CURRENT STATE AND EXPECTATIONS FOR THE FUTURE ABSTRACT. In *Journal of Accounting and Management* (Vol. 11, Issue 2).
- Mahmud, A., Ding, D., & Hasan, M. M. (2021). Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus (COVID-19) Pandemic. *SAGE Open*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/2158244020988710>
- Mohd Ghazali, N. A., & Weetman, P. (2006). Perpetuating traditional influences: Voluntary disclosure in Malaysia following the economic crisis. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15(2), 226–248. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2006.08.001>
- Muhammad, S., Long, X., & Salman, M. (2020). COVID-19 pandemic and environmental pollution: A blessing in disguise? *Science of the Total Environment*, 728. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138820>
- Nabila, F. A., & Sukoharsono, E. G. (2020). Keterbukaan Informasi CSR dan Peran Perusahaan Dalam Kontribusi Aktif di Masyarakat Selama Pandemi 2020. *Accounting Department, Brawijaya University*.

- Navickas, V., Kontautiene, R., Stravinskiene, J., & Bilan, Y. (2021). Paradigm shift in the concept of corporate social responsibility: COVID-19. *Green Finance*, 3(2), 138–152. <https://doi.org/10.3934/GF.2021008>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. In *Nature Reviews Earth and Environment* (Vol. 1, Issue 4, pp. 189–200). Springer Nature. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- Parker, L. (2014). Constructing a research field: A reflection on the history of social and environmental accounting. *Social and Environmental Accountability Journal*, 34(2), 87–92. <https://doi.org/10.1080/0969160X.2014.938472>
- Pelikánová, R. M. G., Němečková, T., & MacGregor, R. K. (2021). CSR statements in international and czech luxury fashion industry at the onset and during the COVID-19 pandemic-slowng down the fast fashion business? *Sustainability (Switzerland)*, 13(7). <https://doi.org/10.3390/su13073715>
- Pfajfar, G., Shoham, A., Małecka, A., & Zalaznik, M. (2022). Value of corporate social responsibility for multiple stakeholders and social impact – Relationship marketing perspective. *Journal of Business Research*, 143, 46–61. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.051>
- Sakina, D. A., Wahyuni, N. I., & Mas'ud, I. (2014). Narsisme Dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik Atas Sustainability Reporting PT. Kaltim Prima Coal Dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) (Narcissism In Corporate Social Responsibility Reporting: Semiotic Analysis Of Sustainability Reporting PT. Kaltim Prima Coal And PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1 (1), 32–41.
- Sayekti, Y., & Wondabio, L. S. (2007). Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi X*, 1–35.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Simmons, J. M., Crittenden, V. L., & Schlegelmilch, B. B. (2018). The Global Reporting Initiative: do application levels matter? *Social Responsibility Journal*, 14(3), 527–541. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2016-0218>
- Theodoulidis, B., Diaz, D., Crotto, F., & Rancati, E. (2017). Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries. *Tourism Management*, 62, 173–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.018>
- Thornock, B. S. O. (2016). A strategic stakeholder approach for addressing further analysis requests in whole genome sequencing research. *Life Sciences, Society and Policy*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40504-016-0037-3>
- Tilling, M. v., & Tilt, C. A. (2010). The edge of legitimacy: Voluntary social and environmental reporting in Rothmans' 1956-1999 annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(1), 55–81. <https://doi.org/10.1108/09513571011010600>
- Unerman, J. (2000). Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(5), 667–681. <https://doi.org/10.1108/09513570010353756>
- Vourvachis, P., & Woodward, T. (2015). Content analysis in social and environmental reporting research: trends and challenges. *Journal of Applied Accounting Research*, 16(2), 166–195. <https://doi.org/10.1108/JAAR-04-2013-0027>

- Zaman, R., Nadeem, M., & Carvajal, M. (2021). Corporate governance and corporate social responsibility synergies: evidence from New Zealand. *Meditari Accountancy Research*, 29(1), 135–160. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-12-2019-0649>
- Zhang, B., Zhang, Y., & Zhou, P. (2021). Consumer attitude towards sustainability of fast fashion products in the uk. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su13041646>

LAMPIRAN

Pengungkapan Dimensi Ekonomi pada *Sustainability Report*

Indikator			Sebelum Pandemi COVID-19				Pada Saat Pandemi COVID-19	
			2016	2017	2018	2019	2020	2021
201-1	201-Kinerja Ekonomi	Nilai Ekonomi Langsung yang dihasilkan dan didistribusikan	0	0	0	0	0	0
201-2		Implikasi financial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim	0	0	0	0	0	0
201-3		Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya	0	0	0	0	0	0
201-4		Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah	0	0	0	0	0	0
202-1	202-Keberadaan Pasar	Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional	0	0	0	0	0	0
202-2		Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal	0	0	0	0	0	0
203-1	203-Dampak Ekonomi tidak Langsung	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan	0	0	0	0	0	1
203-2		Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan	1	1	1	1	1	1
204-1	204-Praktik Pengadaan	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal	0	0	0	0	0	0
205-1	205-Anti Korupsi	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi	0	0	0	0	0	0
205-2		Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti korupsi	0	0	0	0	0	0
205-3		insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0
206-1	206-Perilaku Anti Persaingan	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik anti-trust dan monopoli	0	0	0	0	0	0
207-1	207-Pajak	Pendekatan terhadap pajak	0	0	0	0	0	0
207-2		Tatakelola, pengendalian dan manajemen pajak	0	0	0	0	0	0
207-3		Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak	0	0	0	0	0	0
207-4		Laporan per negara	0	0	0	0	0	0
Jumlah		17	1	1	1	1	1	2
Maksimal			17	17	17	17	17	17
%			6%	6%	6%	6%	6%	12%

Pengungkapan Dimensi Lingkungan pada *Sustainability Report*

Indikator			Sebelum Pandemi COVID-19				Pada Saat Pandemi COVID-19	
			2016	2017	2018	2019	2020	2021
301-1	301-Material	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume	0	0	0	0	0	0
301-2		Material input dari daur ulang yang digunakan	0	1	0	0	1	1
301-3		Produk reclaimed dan material kemasannya	0	0	0	0	0	1
302-1	302-Energi	Konsumsi energi dalam organisasi	1	1	1	0	0	0
302-2		Konsumsi energi diluar organisasi	0	0	0	0	0	0
302-3		intensitas energi	1	0	0	0	0	0
302-4		Pengurangan konsumsi energi	0	1	1	1	0	0
302-5		pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa	0	1	1	1	0	0
303-1	303-Air dan Influen	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama	0	0	1	1	0	0
303-2		Manajemen Dampak yang berkaitan dengan pembuangan air	0	1	0	1	0	0
303-3		Pengambilan air	0	0	0	0	0	0
303-4		Pembuangan air	0	0	0	0	0	0
303-5		Konsumsi air	1	0	1	0	0	0
304-1	304-Keanekaragaman hayati	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung	0	0	0	0	0	0
304-2		Dampak signifikan dari kegiatan, produk dan jasa pada keanekaragaman hayati	0	0	0	0	0	0
304-3		Habitat yang dilindungi atau direstorasi	0	0	0	0	0	0
304-4		Spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi	0	0	0	0	0	0
305-1	305-Emisi	Emisi GRK (cakupan 1) Langsung	1	1	1	0	0	0
305-2		Emisi GRK (cakupan 2) tidak Langsung	0	1	0	0	0	0
305-3		Emisi GRK (cakupan 3) tidak Langsung lainnya	0	0	0	0	0	0
305-4		Intensitas emisi GRK	1	0	0	0	0	0
305-5		Pengurangan emisi GRK	1	0	1	1	1	1
305-6		Emisi Zat perusak ozon ODS	0	0	0	0	0	0
305-7		Nitrogen Oksida (Nox) sulfur oksida (Sox) dan emisi udara yang signifikan lainnya	0	0	0	0	0	0
306-1	306-Limbah	Timbulan limbah dan dampak yang signifikan terkait limbah	1	0	1	1	0	0
306-2		Pengelolaan dampak yang signifikan terkait limbah	1	0	1	1	0	0
306-3		Timbulan limbah	1	0	1	0	0	0
306-4		Limbah yang dialihkan dari pembuangan akhir	0	0	0	0	0	0
306-5		Limbah yang dikirimkan ke pembuangan akhir	0	0	0	0	0	0
308-1	308-Penilaian Lingkungan Pemasok	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan	0	1	0	0	0	0
308-2		Dampak Negatif Lingkungan dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil	1	0	0	0	0	0
Jumlah			10	8	10	7	2	3
Maksimal			31	31	31	31	31	31
%			32%	26%	32%	23%	6%	10%

Pengungkapan Dimensi Sosial pada *Sustainability Report*

Indikator			Sebelum Pandemi COVID-19				Pada Saat Pandemi COVID-19	
			2016	2017	2018	2019	2020	2021
401-1	401-Kepegawaian	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan	0	0	0	0	0	0
401-2		Tunjangan yang diberikan pada karyawan purna waktu yang tidak diberikan pada karyawan sementara waktu atau paruh waktu	0	0	0	0	0	0
401-3		Cuti melahirkan	1	0	1	0	0	0
402-1	402-Hubungan tenaga	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional	0	0	0	0	0	0
403-1	403-Keselamatan dan kesehatan kerja	Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja	1	1	1	0	1	0
403-2		Identifikasi bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden	0	0	0	1	0	0
403-3		Layanan Kesehatan	1	1	1	1	0	0
403-4		Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja	0	0	0	1	0	0
403-5		Pelatihan bagi pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan	1	1	0	0	0	0
403-6		Peningkatan kualitas kesehatan pekerja	0	1	0	0	0	0

403-7	403-Keselamatan dan kesehatan kerja	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis	1	1	1	0	0	1
403-8		Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja	0	0	0	0	0	0
403-9		Kecelakaan kerja	1	1	1	0	0	0
403-10		Penyakit akibat kerja	0	0	0	0	0	0
404-1		Rata-rata jam pelatihan setahun per karyawan	0	0	0	0	0	0
404-2	404-Pelatihan dan Pendidikan	Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan	1	1	1	1	1	1
404-3		Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karir	0	0	0	0	0	0
405-1	405-Keanekaragaman dan kesempatan setara	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan	1	1	1	1	1	1
405-2		Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki	0	0	0	0	0	0
406-1	406-Non-Diskriminasi	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan	0	0	0	0	0	0
407-1	407-Kebebasan berserikat dan perundingan kolektif	Operasi dan Pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko	0	0	0	0	0	0
408-1	408-Pekerja Anak	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak	0	0	0	0	0	0
409-1	409-Kerja Paksa atau wajib kerja	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja	0	0	0	0	0	0
410-1	410-Praktik Keamanan	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia	0	0	0	0	0	0
411-1	411-Hak-Hak Masyarakat adat	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat	0	0	0	0	0	0
413-1	413-Masyarakat lokal	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak dan program pengembangan	0	0	1	0	1	0
413-2		Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal	0	0	0	0	0	0
414-1	414-Penilaian sosial pemasok	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial	0	0	0	0	0	0
414-2		Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil	0	1	0	0	0	0
415-1	415-Kebijakan Publik	Kontribusi Politik	0	0	0	0	0	0
416-1	416-Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
416-2		Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
417-1	417-Pemasaran dan Pelabelan	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
417-2		Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
417-3		Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran	0	0	0	0	0	0
418-1	418-Privasi Pelanggan	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan	0	0	0	0	0	0
Jumlah		36	8	9	8	5	4	3
Maksimal			36	36	36	36	36	36
%			22%	25%	22%	14%	11%	8%

Kualitas Pengungkapan Dimensi Ekonomi pada *Sustainability Report*

Indikator	Sebelum Pandemi COVID-19				Pada Saat Pandemi COVID-19		
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
201-1	201-Kinerja Ekonomi	Nilai Ekonomi Langsung yang dihasilkan dan didistribusikan	0	0	0	0	0
201-2		Implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan iklim	0	0	0	0	0
201-3		Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya	0	0	0	0	0
201-4		Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah	0	0	0	0	0
202-1	202-Keberadaan Pasar	Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional	0	0	0	0	0
202-2		Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal	0	0	0	0	0
203-1	203-Dampak Ekonomi tidak Langsung	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan	0	0	0	0	1
203-2		Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan	1	1	1	2	2
204-1	204-Praktik Pengadaan	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal	0	0	0	0	0
205-1	205-Anti Korupsi	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi	0	0	0	0	0
		Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti korupsi insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0
206-1	206-Perilaku Anti Persaingan	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti persaingan, praktik anti-trust dan monopoli	0	0	0	0	0

207-1	207-Pajak	Pendekatan terhadap pajak	0	0	0	0	0	0
207-2		Tatakelola, pengendalian dan manajemen pajak	0	0	0	0	0	0
207-3		Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak	0	0	0	0	0	0
207-4		Laporan per negara	0	0	0	0	0	0
Jumlah		51	1	1	1	2	2	3
Maksimal			51	51	51	51	51	51
%			2%	2%	2%	4%	4%	6%

Kualitas Pengungkapan Dimensi Lingkungan pada *Sustainability Report*

Indikator			Sebelum Pandemi COVID-19				Pada Saat Pandemi COVID-19	
			2016	2017	2018	2019	2020	2021
301-1	301-Material	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume	0	0	0	0	0	0
301-2		Material input dari daur ulang yang digunakan	0	1	0	0	1	1
301-3		Produk reclaimed dan material kemasannya	0	0	0	0	0	2
302-1	302-Energi	Konsumsi energi dalam organisasi	2	2	2	0	0	0
302-2		Konsumsi energi diluar organisasi	0	0	0	0	0	0
302-3		intensitas energi	2	0	0	0	0	0
302-4		Pengurangan konsumsi energi	0	2	2	2	0	0
302-5		pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa	0	2	2	2	0	0
303-1	303-Air dan Influen	Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama	0	0	1	3	0	0
303-2		Manajemen Dampak yang berkaitan dengan pembuangan air	0	1	0	1	0	0
303-3		Pengambilan air	0	0	0	0	0	0
303-4		Pembuangan air	0	0	0	0	0	0
303-5		Konsumsi air	2	0	2	0	0	0
304-1	304-Keanekaragaman hayati	Lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung	0	0	0	0	0	0
304-2		Dampak signifikan dari kegiatan, produk dan jasa pada keanekaragaman hayati	0	0	0	0	0	0
304-3		Habitat yang dilindungi atau direstorasi	0	0	0	0	0	0
304-4		Spesies daftar merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi	0	0	0	0	0	0
305-1	305-Emisi	Emisi GRK (cakupan 1) Langsung	2	2	2	0	0	0
305-2		Emisi GRK (cakupan 2) tidak Langsung	0	2	0	0	0	0
305-3		Emisi GRK (cakupan 3) tidak Langsung lainnya	0	0	0	0	0	0
305-4		Intensitas emisi GRK	2	0	0	0	0	0
305-5		Pengurangan emisi GRK	1	0	1	2	2	2
305-6		Emisi Zat perusak ozon ODS	0	0	0	0	0	0
305-7		Nitrogen Oksida (Nox) sulfur oksida (Sox) dan emisi udara yang signifikan lainnya	0	0	0	0	0	0
306-1	306-Limbah	Timbulan limbah dan dampak yang signifikan terkait limbah	1	0	2	1	0	0
306-2		Pengelolaan dampak yang signifikan terkait limbah	1	0	2	1	0	0
306-3		Timbulan limbah	2	0	2	0	0	0
306-4		Limbah yang dialihkan dari pembuangan akhir	0	0	0	0	0	0
306-5		Limbah yang dikirimkan ke pembuangan akhir	0	0	0	0	0	0
308-1	308-Penilaian Lingkungan Pemasok	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan	0	1	0	0	0	0
308-2		Dampak Negatif Lingkungan dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil	1	0	0	0	0	0
Jumlah		93	16	13	18	12	3	5
Maksimal			93	93	93	93	93	93
%			17%	14%	19%	13%	3%	5%

Kualitas Pengungkapan Dimensi Sosial pada *Sustainability Report*

Indikator			Sebelum Pandemi COVID-19				Pada Saat Pandemi COVID-19	
			2016	2017	2018	2019	2020	2021
401-1	401-Kepegawaian	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan	0	0	0	0	0	0
401-2		Tunjangan yang diberikan pada karyawan purna waktu yang tidak diberikan pada karyawan sementara waktu atau paruh waktu	0	0	0	0	0	0
401-3		Cuti melahirkan	3	0	1	0	0	0
402-1	402-Hubungan tenaga kerja/Manajemen	Periode pemberitahuan minimum terkait perubahan operasional	0	0	0	0	0	0
403-1	403-Keselamatan dan kesehatan kerja	Sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja	1	1	1	0	1	0
403-2		Identifikasi bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden	0	0	0	1	0	0
403-3		Layanan Kesehatan	1	1	1	1	0	0
403-4		Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja	0	0	0	1	0	0
403-5		Pelatihan bagi pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan	1	1	0	0	0	0
403-6		Peningkatan kualitas kesehatan pekerja	0	1	0	0	0	0
403-7		Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis	1	1	1	0	0	1
403-8	Pekerja yang tercakup dalam sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja	0	0	0	0	0	0	
403-9	Kecelakaan kerja	2	2	2	0	0	0	
403-10	Penyakit akibat kerja	0	0	0	0	0	0	
404-1	404-Pelatihan dan Pendidikan	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan	0	0	0	0	0	0
404-2		Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan peralihan	1	2	1	1	1	2
404-3		Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karir	0	0	0	0	0	0
405-1	405-Keanekaragaman dan kesempatan setara	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan	2	2	2	2	2	2
405-2		Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki	0	0	0	0	0	0
406-1	406-Non-Diskriminasi	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan	0	0	0	0	0	0
407-1	407-Kebebasan berserikat dan perundingan kolektif	Operasi dan Pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko	0	0	0	0	0	0
408-1	408-Pekerja Anak	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak	0	0	0	0	0	0
409-1	409-Kerja Paksa atau wajib kerja	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja	0	0	0	0	0	0
410-1	410-Praktik Keamanan	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia	0	0	0	0	0	0
411-1	411-Hak-Hak Masyarakat adat	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat	0	0	0	0	0	0
413-1	413-Masyarakat lokal	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak dan program pengembangan	0	0	2	0	1	0
413-2		Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal	0	0	0	0	0	0
414-1	414-Penilaian sosial pemasok	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial	0	0	0	0	0	0
414-2		Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil	0	1	0	0	0	0
415-1	415-Kebijakan Publik	Kontribusi Politik	0	0	0	0	0	0
416-1	416-Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
416-2		Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
417-1	417-Pemasaran dan Pelabelan	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
417-2		Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa	0	0	0	0	0	0
417-3		Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran	0	0	0	0	0	0
418-1	418-Privasi Pelanggan	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan	0	0	0	0	0	0
Jumlah			108	12	11	6	5	5
Maksimal			108	108	108	108	108	108
%			11%	11%	10%	6%	5%	5%